

MEDIA AND
INFORMATION
LITERACY



ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION

Rapport pays Burkina Faso

Soutenu par le



Ministère fédéral de la
Coopération économique
et du Développement

Page Info

PUBLIÉ PAR

Deutsche Welle
53110 Bonn
Germany

AUTEURS

Dennis Reineck
Luise Krumm

RESPONSABLES

Carsten von Nahmen
Jan Lublinski

EDITEUR

Laura Moore

DATE DE PUBLICATION

Avril 2020

© DW Akademie

«Éducation aux Médias et à L'information – Rapport pays Burkina Faso» © Deutsche Welle, 2020. D'après : Dennis Reineck, Luise Krumm «Media and Information Literacy Index – Country Report Burkina Faso» (2020), publié par la Deutsche Welle. Traduction et édition : Ali Farhat et Sophie Serbini.

Les auteurs tiennent à remercier les personnes suivantes pour leur soutien dans la préparation et la réalisation de l'étude et dans l'analyse des données : Claudia Lampert, Sascha Hölig et Uwe Hasebrink de l'Institut Leibniz pour la recherche sur les médias (Hans-Bredow-Institut), Georg Materna et Niels Brüggem du JFF - Institut für Medienpädagogik, et l'équipe de la société d'études de marché IMMAR.

Le papier utilisé pour cette publication provient de bois issu de forêts européennes gérées durablement. Aucun engrais ou pesticide n'a été utilisé.

ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION

Rapport pays Burkina Faso

Table des matières

Résumé	5
Fiche d'information	6
1. L'approche de l'index EMI	8
2. Accès	9
Diversité de l'utilisation hebdomadaire des médias	9
Variété des médias hebdomadaires utilisés pour les actualités	11
3. Analyse	13
Connaître la différence entre Facebook et Internet	13
Connaître la définition du journalisme	14
Connaître le droit constitutionnel à la liberté d'expression	14
Évaluation du paysage médiatique du Burkina Faso	14
4. Réflexion	15
Condamnation du discours de haine	15
Condamnation de la désinformation	15
Prise de conscience de la partialité des informations	17
Prise de conscience de la censure	18
5. Création	19
Diversité des compétences en matière de production de médias	19
Diversité des compétences en ligne	20
6. Action	22
Activisme médiatique	22
Mise en pratique des compétences EMI	23
7. Conclusions	25
8. Recommandations	28
Bibliographie	29

Résumé

Des informations fiables et de très bonne qualité sont une priorité-clé pour les jeunes générations au Burkina Faso. Une majorité de jeunes entre 15 et 25 ans semble être très au fait des conséquences négatives des formes malveillantes de communication, telles que le cyberharcèlement, la désinformation et les discours de haine, et ce probablement en raison de l'insécurité politique et la prévalence d'un extrémisme violent. Dans le même temps, de nombreux jeunes manquent de compétences essentielles en matière d'éducation aux médias, notamment dans les domaines de l'accès, de la création et de l'analyse du contenu médiatique.

C'est ce qui ressort d'une étude représentative réalisée en 2019 pour l'étude de l'index EMI de la DW Akademie. Cyrille Guel, qui travaille pour l'ONG EducommunicAfrik, fait écho à ces conclusions dans une interview réalisée pour cette étude. Il déclare qu'il manque une connaissance de base sur « comment les médias travaillent et comment l'information est disséminée. » Selon Denis Vincenti, qui travaille pour la Fondation Hirondelle, une agence de développement, ce manque de compétences vient du fait que les jeunes n'ont pas la possibilité de dire quelles sont leurs préoccupations dans leur pays, et ce même si les moins de 25 ans représentent environ 65% de la population.

Le rapport pays présenté ici est basé sur les conclusions de l'étude de l'index EMI, pour laquelle un sondage, huit groupes de discussion et six interviews d'experts ont été réalisés au Burkina Faso entre novembre 2018 et avril 2019. L'étude se concentre sur les cinq compétences de l'Éducation aux médias (EMI) : l'accès, l'analyse, la réflexion, la création et l'action. Pour chacune de ces compétences, les participants au sondage ont reçu une note, comprise entre 0 (pas de compétences) et 20 (plus haut niveau de compétences). Des notes qui s'additionnent pour donner un total maximum de 100 points. En moyenne, les 15-25 ans ont obtenu une note correcte en matière d'accès (10,5), d'analyse (10,8) ainsi que de réflexion (11,5). Il existe surtout des lacunes en matière d'action (8,2) et de création (5,6). Ce qui donne une note totale de 46,6 sur 100.

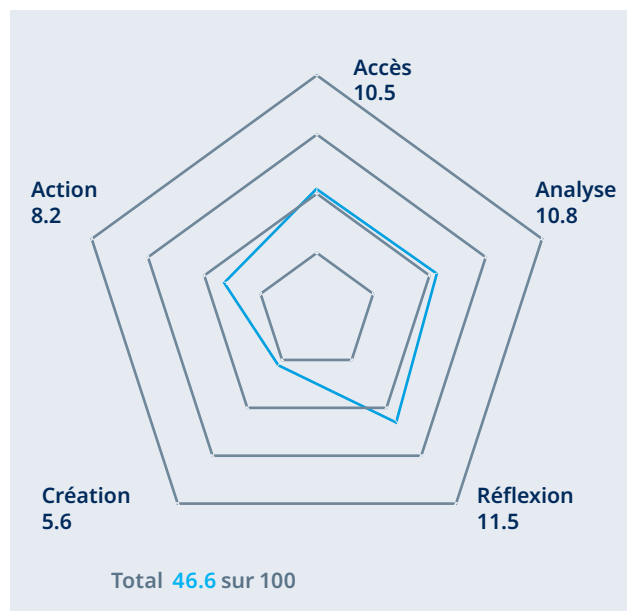
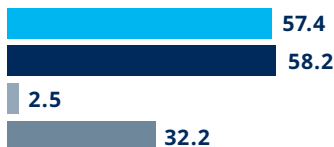


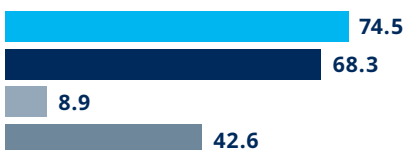
Image 1 Scores à l'index EMI (maximum : 20 ; minimum : 0) pour chaque dimension et score total

Accès



- Radio | n = 1261
- Télévision | n = 1262
- Presse écrite | n = 1263
- Internet | n = 1263

Utilisation des médias sur une base hebdomadaire : les données du sondage de l'index EMI indiquent que la télévision (58,2%) et la radio (57,4%) sont les médias les plus utilisés au cours d'une semaine par les Burkinabè de 15 à 25 ans. L'utilisation d'Internet est moins fréquente (32,2%), tandis que la lecture de la presse écrite, comme les journaux et les magazines, est presque inexistante (2,5%).



- Radio | n = 1264
- Télévision | n = 1263
- Presse écrite | n = 1263
- Internet | n = 1264

Utilisation des médias pour les informations : la radio est la source d'information la plus fréquemment utilisée (73,5%), juste devant la télévision (68,3%). Internet est de plus en plus important (42,6%), mais reste très en retard par rapport aux médias plus traditionnels. La presse écrite ne joue qu'un rôle marginal (8,9%).

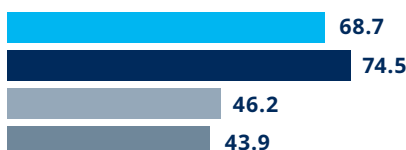
Analyse



- Connaître la différence entre Facebook et Internet | n = 1262
- Définir le journalisme | n = 1258
- Connaître le droit constitutionnel de la liberté d'expression | n = 1264

Connaissance des médias et de la communication numérique : moins de la moitié des personnes interrogées ont pu clairement définir Facebook en tant que réseau social, tandis que près des trois quarts d'entre elles ont pu définir précisément le journalisme et connaissent le droit universel à la liberté d'expression tel que défini dans la Constitution. Ces résultats sont basés sur un questionnaire à choix multiples (QCM).

Réflexion

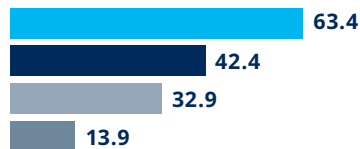


- Discours de haine | n = 1260
- Désinformation | n = 1257
- Partialité des nouvelles | n = 1248
- Censure | n = 1230

Condamnation des formes malveillantes de communication (les personnes sondées ont répondu qu'elles étaient « tout à fait d'accord » ou « plutôt d'accord ») : les exemples de discours de haine (68,7%) et de désinformation (74,5%) sont largement rejetés, tandis que moins de la moitié des réponses ont pu identifier des cas de reportages non-neutres et de censure.

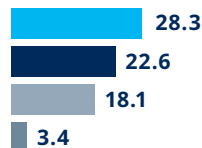
Les chiffres indiquent le pourcentage de participants

Création



- Faire des photos | n = 1264
- Enregistrement audio | n = 1263
- Prendre des vidéos | n = 1263
- Ecrire et publier des reportages | n = 1263

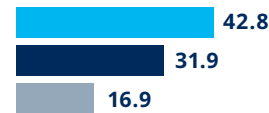
Utilisation des compétences de production (les personnes sondées ont répondu au moins « parfois ») : près des deux tiers des personnes interrogées prennent des photos en utilisant un appareil photo ou un smartphone. Environ un tiers d'entre elles ont déclaré faire des vidéos de temps en temps. Seuls 14 % ont indiqué écrire et publier des reportages au moins de temps en temps.



- Charger/Publier des fichiers | n = 1264
- Mettre à jour ses comptes sur les réseaux sociaux | n = 1261
- Créer des groupes de discussion en ligne | n = 1264
- Créer des blogs/des sites internet | n = 1263

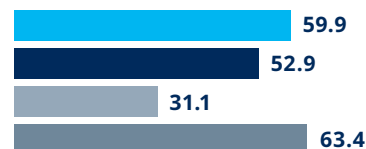
Utilisation des compétences en ligne : les personnes sondées ont répondu « parfois » (publier des fichiers, mise à jour d'un compte sur les réseaux sociaux) ou au moins « rarement » (création d'un groupe de discussion en ligne, création de blog/site Internet) : en ce qui concerne les compétences en ligne mentionnées dans l'étude, environ un quart des personnes interrogées ont mis en ligne des fichiers (28,3%) et mis à jour leurs comptes sur les réseaux sociaux (22,6%) au moins de temps en temps. Environ une personne sur cinq a indiqué avoir créé un groupe de discussion en ligne par le passé (18,1 %), tandis que personne (ou presque) n'a créé son propre site Internet ou son blog (3,4%).

Action



- Partager des informations avec d'autres | n = 1264
- Commenter des problèmes sociaux en public | n = 1264
- Rejoindre des campagnes de liberté d'expression ou d'accès à l'information | n = 1258

Les personnes sondées ont répondu au moins « parfois » (partager des informations avec d'autres, commenter des problèmes sociaux) ou au moins « rarement » (rejoindre des campagnes de liberté d'expression ou d'accès à l'information) : quand il s'agit d'être actif pour d'autres communautés plus informées, le partage de l'information avec d'autres personnes (42,8%) est l'action la plus commune, suivie par les commentaires sur les problèmes sociaux (31,9%) et par le fait de rejoindre des campagnes de liberté d'expression ou d'accès à l'information (16,9%)

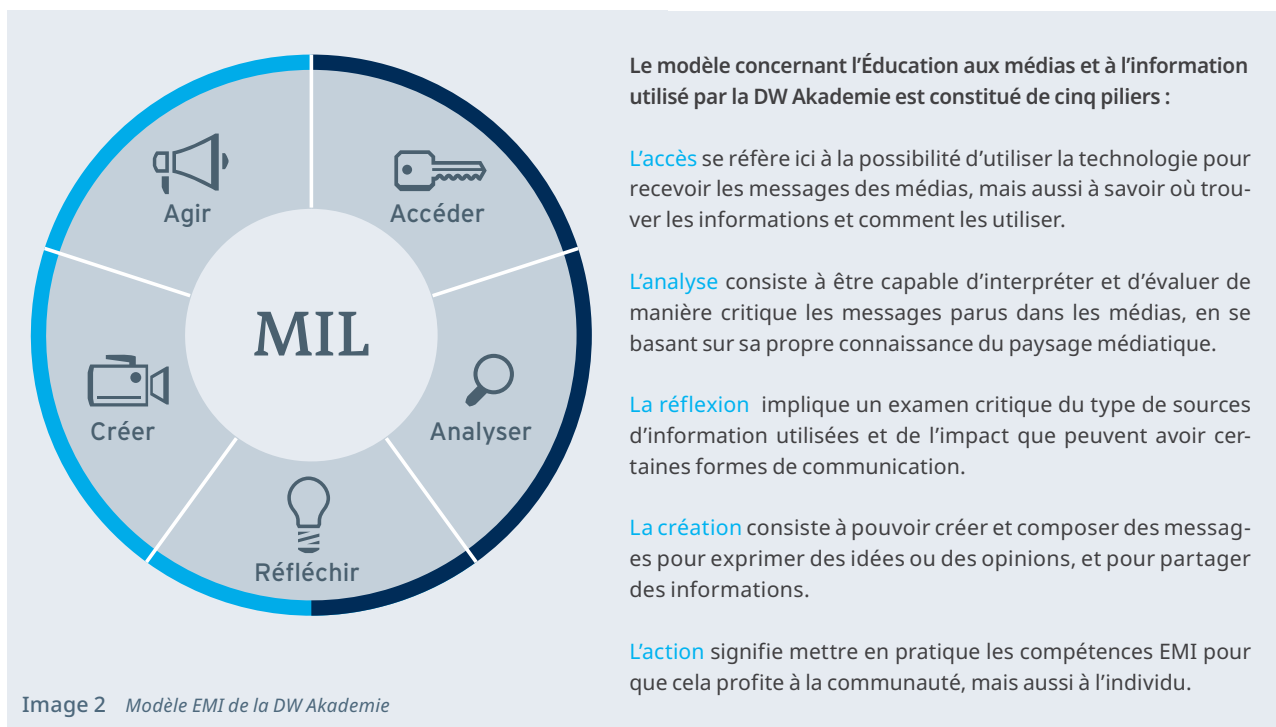


- Utilisation responsable des médias | n = 1253
- Analyse critique des médias | n = 1258
- Création/Publication de son propre contenu | n = 1258
- Réflexion sur sa propre utilisation des médias | n = 1255

Auto-évaluation sur la capacité de mettre en pratique les compétences EMI (les personnes sondées ont répondu qu'elles étaient « tout à fait d'accord » ou « plutôt d'accord ») : quand il s'agit de juger leurs propres compétences en termes d'EMI, environ 60% des personnes interrogées estiment qu'elles peuvent mettre en pratique leurs compétences d'accès et de réflexion, à peine 50% d'entre elles sont convaincues qu'elles peuvent mettre en pratique leurs compétences d'analyse, et un peu plus de 30% sentent qu'elles peuvent mettre leurs compétences créatives en pratique.

Les chiffres indiquent le pourcentage de participants

1. L'approche de l'index EMI



L'objectif de l'étude de l'index EMI, étude basée sur des données collectées entre novembre 2018 et avril 2019 au Burkina Faso, en Côte d'Ivoire, au Ghana, au Kenya, en Namibie et en Ouganda, est de déterminer les niveaux de maîtrise des médias et de l'information (EMI) parmi les citoyens âgés de 15 à 19 ans et de 20 à 35 ans dans ces six pays africains.

L'Éducation aux médias et à l'information (EMI) est considérée par la DW Akademie comme une condition préalable importante pour mettre en pratique les droits d'accès à l'information et la liberté d'expression. Cela implique à la fois d'utiliser ses compétences au niveau individuel pour son propre bénéfice, mais aussi de participer activement à la société et de contribuer à la formation d'une communauté informée.

Pour le Burkina Faso, une enquête représentative (n = 1 264) a été réalisée, accompagnée de huit groupes de discussion composés de 62 adolescents et jeunes adultes à Ouagadougou et Banfora, ainsi que de six entretiens approfondis avec des experts.

L'étude représentative est basée sur un échantillon aléatoire à plusieurs degrés : par exemple, des quotas ont été mis en place pour le genre (masculin/féminin), ainsi que pour la répartition entre les zones rurales et urbaines, afin de garantir que les données ne soient pas biaisées en faveur de certains types de participants. Les participants aux groupes de discussion ont été classés par âge (15 à 18 ans et 19 à 25 ans) et par milieu d'origine

(rural ou urbain). Les entretiens avec les experts comprenaient deux informateurs clés pour chacun des domaines d'expertise suivants : médias, jeunesse, éducation et EMI.

Les participants ont répondu à des questions tirées des cinq compétences clés du modèle de l'EMI : accès, analyse, réflexion, création et action. Chaque sous-dimension est définie au début du sous-chapitre correspondant, et comprend une brève description de la manière dont les scores ont été calculés. Chacune de ces sous-dimensions possède un score maximum de 20, ce qui signifie que le score maximum total est de 100. Le score total de l'index EMI est calculé en additionnant les scores des sous-dimensions. Il est évident qu'un système de notation réduit la complexité du sujet, c'est pourquoi il est conseillé de prendre également en compte les résultats des entretiens et des groupes de discussion, tels que présentés ci-dessous.

À moins de travailler dans les médias, les citoyens lambda n'utilisent pas en permanence les médias et les sources d'information. Il est donc impossible d'obtenir un score de 100. Il s'agit plutôt ici d'avoir une idée de la performance relative dans le temps et par rapport à d'autres pays. En outre, pour avoir une meilleure image de la situation sur le terrain, il faut mettre en parallèle la fréquence et la diversité des médias utilisés à des questions comme la fiabilité ou l'impact des diverses formes de communication médiatique. Le résumé des résultats est structuré selon le modèle ci-dessus.

2. Accès

Le terme **accès** se réfère ici à la possibilité d'utiliser la technologie pour recevoir les messages des médias, mais aussi à savoir où trouver les informations et comment les utiliser.

Score

- 1. La diversité de l'utilisation hebdomadaire des médias** a été mesurée en fonction du nombre de types de médias (télévision, radio, presse écrite, presse en ligne) utilisés chaque semaine par les participants à l'enquête.
- 2. La diversité des médias utilisés pour les actualités** a été mesurée en fonction du nombre de types de médias (télévision, radio, presse écrite, presse en ligne) utilisés par les participants à l'enquête pour les actualités.

1. Diversité de l'utilisation hebdomadaire des médias | 5,6 sur 10

2. Diversité des médias utilisés pour les actualités | 4,9 sur 10

Score dans le domaine de l'accès :

10,5 sur 20



L'accès à l'information est une condition préalable importante pour une participation effective à la politique, mais aussi pour prendre les bonnes décisions économiques et sociales. En ce sens, il est important pour tous les citoyens de pouvoir accéder aux médias ainsi qu'à Internet. Cela implique à la fois le savoir-faire technologique nécessaire pour utiliser le matériel et naviguer dans les logiciels, ainsi que de savoir où se trouvent les bonnes sources de nouvelles et d'informations, et d'utiliser fréquemment les médias de manière diverse.

L'un des experts interrogés pour l'étude de l'index EMI, Denis Vincenti de la Fondation Hironnelle, affirme que « l'accès aux médias est compliqué au Burkina Faso », car le manque de moyens financiers constitue un problème majeur pour de nombreux jeunes. « Les jeunes des zones rurales n'ont pas le même accès à l'information que ceux des zones urbaines », observe aussi Abdoulaye Diallo, du Centre National de Presse Norbert Zongo. Pour le plus grand groupe d'âge du Burkina Faso – les moins de 25 ans représentent environ 65% de la population – l'accès à l'information et aux compétences correspondantes est cependant primordial pour que ces jeunes puissent participer et avoir leur mot à dire dans une société marquée par la forte autorité des aînés.

Pour les besoins de l'index EMI, l'accès et la création sont les seules dimensions qui ne « testent » pas les participants, mais évaluent la fréquence de certains comportements. Dans le cas de l'accès, l'enquête mesure (1) la diversité des types de médias utilisés sur une base hebdomadaire et (2) la diversité des

types de médias utilisés pour les actualités et l'information. Cette approche repose sur le principe que les compétences sont mises en pratique par le biais d'exemples d'utilisation réelle, et que la diversité dans l'utilisation des médias est un bon indicateur de la diversité des informations obtenues.

Diversité de l'utilisation hebdomadaire des médias

Environ deux tiers des personnes interrogées ont déclaré regarder la télévision et écouter des émissions de radio chaque semaine. En revanche, seul un participant sur trois environ se connecte à Internet chaque semaine. La lecture hebdomadaire de magazines et de journaux est par ailleurs très faible. Le nombre moyen de types de médias utilisés par personne interrogée est de 2,3. Cela correspond à un score de 5,6 sur 10 de l'index EMI pour la variété hebdomadaire des médias utilisés.

Il y a un écart important entre les médias accessibles aux populations urbaines et ceux accessibles aux populations rurales chez les jeunes Burkinabè. La radio reste le média de masse le plus important pour les 15-25 ans vivant dans les zones rurales du Burkina Faso, tandis que la télévision l'a dépassé parmi les jeunes Burkinabè urbains. Il existe également un décalage important concernant l'accès à Internet chez les participants des zones urbaines et ceux des zones rurales – l'accès à Internet étant plus faible chez ces derniers. Le décalage est également important entre les hommes et les

¹ CIA World Factbook 2018

Femme, 15-18 ans, zone urbaine

« La télévision donne plus de possibilités de comprendre la culture des autres, les images d'ailleurs.



Homme, 19-25 ans, zone rurale

« La radio est plus pratique et plus accessible partout – dans les champs, en classe, au cimetière, etc.

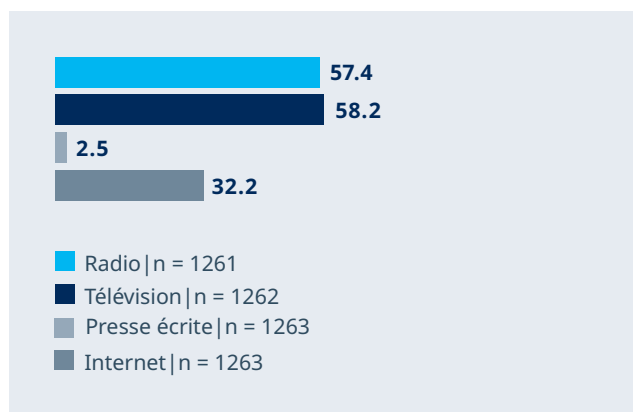


femmes en ce qui concerne la possession d'un smartphone et l'utilisation des médias numériques.

Environ deux tiers des jeunes des zones urbaines (75,1 %) et la moitié des jeunes des zones rurales (50,5 %) regardent la télévision chaque semaine. Il y a plus de jeunes citadins qui possèdent un téléviseur que de jeunes ruraux (81,2% contre 48,0%). La proportion des femmes qui ont un smartphone est moins élevée que chez les hommes (32,9% contre 48%). En outre, sur une base hebdomadaire, les femmes accèdent moins fréquemment aux médias en ligne (20,6% contre 37,7%).

En raison des nombreuses chaînes internationales accessibles, la télévision est perçue comme une fenêtre sur le monde pour les jeunes Burkinabè urbains. C'est ce que révèlent les échanges avec les participants aux groupes de discussion.

Les jeunes des villes et des zones rurales perçoivent la télévision comme une source rapide d'information et de divertissement. Les informations sur les questions de santé et de sécurité sont particulièrement importantes – des priorités qui s'expliquent par la forte incidence des maladies et la fréquence des attaques terroristes dans un passé très proche.



Les ménages des personnes interrogées possèdent plus souvent des appareils radio que des téléviseurs (76,9% contre 58,4%). En particulier dans les campagnes, il est plus courant d'écouter la radio que de regarder la télévision, que ce soit au cours de la journée (31% contre 18%) ou au cours de la semaine entière (61,8% contre 50%).

Certains participants urbains en sont venus à considérer la radio comme un média dépassé, étant plutôt pour les personnes de la génération précédente. Lorsqu'on leur demande pourquoi ils préfèrent écouter des programmes radio, les jeunes participants ruraux des groupes de discussion soulignent la flexibilité, le faible coût et la fiabilité des stations de radio.

Image 3 Utilisation des médias sur une base hebdomadaire (radio, télévision, journaux/ magazines, presse en ligne). Les chiffres indiquent le pourcentage de participants.

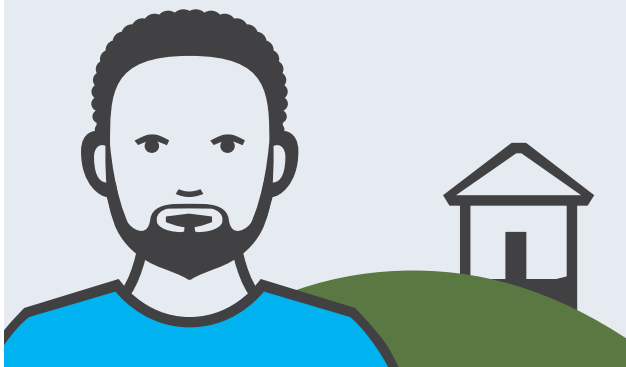
² OMS, Profil pays Burkina Faso 2019

³ Crisis Group 2018

⁴ UNESCO 2017: 3

Homme, 19-25 ans, zone rurale

« Dans les champs, il n'y a ni réseau ni connexion. Le smartphone n'est pas utile.



Femme, 19-25 ans, zone urbaine

« On se connecte sur les réseaux sociaux ! Facebook, WhatsApp, Twitter, Viber, YouTube...



Les médias imprimés ne sont pas très populaires auprès des jeunes Burkinabè. Bien que les journaux et les magazines soient considérés comme accessibles en termes de coûts, ils ont souvent été perçus par les participants aux groupes de discussion comme étant dépassés. Les jeunes ruraux soulignent en outre que les contenus écrits ne sont pas accessibles à ceux qui ne savent pas lire ou qui ne lisent pas bien. Les jeunes citadins mentionnent en revanche qu'il n'est pas nécessaire de disposer de versions imprimées puisque les articles de journaux, les livres et les magazines sont accessibles en ligne.

L'utilisation d'Internet n'est pas aussi courante que dans d'autres pays d'Afrique subsaharienne. Alors qu'une proportion considérable de personnes interrogées a déclaré utiliser Internet pour obtenir des nouvelles et des informations (42,6%), le nombre d'utilisateurs quotidiens (11,6%) et hebdomadaires (32,2%) d'Internet est encore assez faible. Presque toutes les personnes interrogées ont déclaré avoir accès à un téléphone portable (93,6%), mais moins de la moitié d'entre elles possédaient un smartphone avec un connexion à Internet (46,1%). Dans un pays qui figure parmi les vingt nations ayant les taux d'alphabétisation les plus faibles du monde, il n'est pas surprenant de voir que le nombre de lecteurs de journaux et de magazines est presque négligeable, avec seulement 0,3% de lecteurs quotidiens et 2,5% de lecteurs hebdomadaires. Les smartphones offrent, eux, quelques avantages. « Beaucoup de gens utilisent des smartphones. Il y a même des gens qui ne savent pas lire mais qui utilisent la messagerie vocale. Ils utilisent WhatsApp pour envoyer des photos et d'autres choses », affirme cet homme issu d'une zone urbaine (19-25 ans).

Des différences marquées apparaissent également lorsque l'on compare l'accès numérique des participants des zones urbaines et rurales. Alors qu'il n'y a pas de différences significatives en ce qui concerne l'accès à un téléphone portable en général, ce n'est pas le cas en ce qui concerne les smartphones : près des deux tiers des personnes issues des zones urbaines (64,2%) déclarent posséder un smartphone, contre environ un tiers de la population issue des zones rurales (33,6%). La différence est tout aussi prononcée en ce qui concerne les ordinateurs portables ou tablettes (29,4% contre 4,5%).

La répartition inégale des smartphones (en raison des coûts d'achat et de crédit mobile), ainsi que les différences d'infrastructure entraînent des différences de fréquence d'accès numérique entre les zones urbaines et rurales. Environ un quart des participants des zones urbaines (24,6%) et plus de la moitié des participants des zones rurales (56,3%) n'ont jamais accès à Internet. La proportion d'utilisateurs quotidiens issus des zones urbaines est environ quatre fois plus élevée que celle des utilisateurs issus des zones rurales (23,6% contre 6,1%).

Comme les forfaits de données coûtent cher et que la réception Internet n'est pas souvent disponible, les jeunes des zones rurales utilisent plutôt les fonctions hors ligne des smartphones comme prendre des photos, jouer à des jeux, appeler ou envoyer des messages. Les jeunes des zones urbaines qui ont un meilleur accès aux infrastructures numériques apprécient pour leur part la polyvalence des smartphones et utilisent une variété d'applications différentes.



C'est en tout cas ce que soulignent les données de l'enquête, qui révèle que 30,9% des participants âgés de 15 à 25 ans utilisent Facebook et 22,3% d'entre eux utilisent WhatsApp chaque semaine. Cela signifie que presque tous ceux qui utilisent Internet chaque semaine, soit la majorité des jeunes urbains, sont sur Facebook. En outre, plus de 40% des participants ont indiqué qu'ils utilisaient les réseaux sociaux pour les actualités. D'autres applications sociales populaires comme YouTube (5,4%), Instagram (2,9%) et Snapchat (1,6%) sont rarement utilisées.

Diversité des médias hebdomadaires utilisés pour les actualités

La radio est la source d'information numéro un. Dans les contextes urbains et ruraux, elle est plus souvent écoutée pour les actualités et les informations que la télévision (74,5% contre 68,3%). Les sources d'information et d'actualités en ligne ne sont utilisées que par moins de la moitié des participants. Moins d'un dixième des participants utilisent des sources imprimées, telles que les journaux ou les magazines, pour obtenir des informations et se tenir au courant de l'actualité. Le nombre moyen individuel de types de médias utilisés pour les actualités est de 1,9, ce qui donne un score de 4,9 sur 10 à l'index EMI.

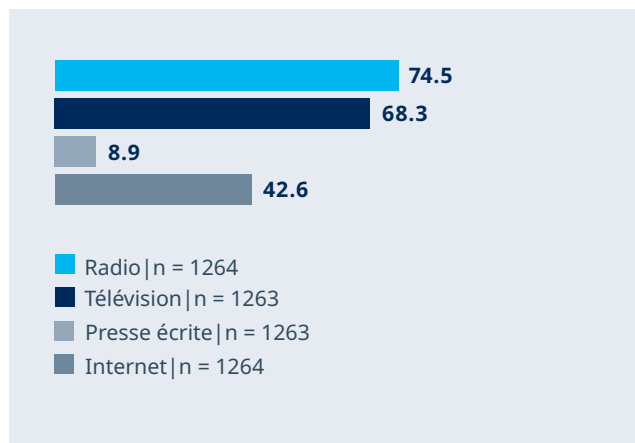


Image 4 Utilisation des médias pour les actualités et l'information (radio, télévision, journaux/ magazines, presse en ligne). Les chiffres indiquent le pourcentage de participants.

Alors que la radio est considérée comme un média local qui est plus fréquemment utilisé dans les zones rurales, les jeunes des zones urbaines regardent la télévision et accèdent aux informations en ligne, notamment pour ce qui relève des actualités nationales et internationales. L'enquête a révélé que le sport, le divertissement ainsi que l'éducation étaient les principales raisons pour les jeunes d'utiliser les médias. L'intérêt pour la santé et la politique était également très fort parmi les personnes interrogées. Plusieurs jeunes au sein des groupes de discussion ont confirmé ce dernier point, et ont déclaré que la situation d'insécurité politique et financière ainsi que l'impact puissant des maladies dans le pays les obligent à s'informer sur les possibilités d'éducation, d'affaires et d'emploi ainsi que sur la santé et la politique nationales.

3. Analyse

L'analyse consiste à être capable d'interpréter et d'évaluer de manière critique les messages parus dans les médias, en se basant sur sa propre connaissance du paysage médiatique.

Score

1. La connaissance de la différence entre Facebook et Internet a été mesurée au moyen d'un questionnaire à choix multiple.
2. La connaissance de la définition du journalisme a été mesurée au moyen d'un questionnaire à choix multiple.
3. La connaissance du droit constitutionnel à la liberté d'expression a été mesurée au moyen d'un questionnaire à choix multiple.

1. Connaître la différence entre Facebook et Internet | 2,8 sur 6,67
2. Connaître la définition du journalisme | 4,6 sur 6,67
3. Connaître le droit constitutionnel à la liberté d'expression | 3,4 sur 6,67

Score dans le domaine de l'analyse

10,8 sur 20



Selon Denis Vincenti de la Fondation Hirondelle, une organisation à but non lucratif, la jeunesse burkinabè ne remet pas souvent en cause l'influence des leaders d'opinion qui, comme par hasard, « leur fournissent le service d'analyse de l'information ». Abdoul Moumine Dialla, du Conseil National de la Jeunesse du Burkina Faso, a lui observé que « [l]a majorité des jeunes ne font pas de recherches sur les informations qu'ils reçoivent [...] et que l'information est traitée en fonction des premières impressions ». Cette tendance, combinée à une connaissance insuffisante sur « le fonctionnement des médias et du processus de diffusion de l'information », ajoute Cyrille Guel d'EducomunicAfrik, laisse apparaître des lacunes dans les capacités d'analyse des jeunes du Burkina Faso. Les résultats ci-dessous suggèrent que les lacunes en matière de connaissances se concentrent surtout sur les questions numériques.

L'index EMI se concentre sur les aspects de connaissance et d'évaluation de l'analyse, car ces aspects sont les plus adaptés à la méthode d'enquête utilisée. Le questionnaire à choix multiple a permis de tester les connaissances sur (1) la différence entre Facebook et Internet, (2) la façon de définir le journalisme et (3) le fait que le droit de tous les citoyens à la liberté d'expression est inscrit dans la constitution nationale.

Connaissance de la différence entre Facebook et Internet

Selon Mirani (2015), la confusion règne dans plusieurs pays du Sud sur la question de savoir si Facebook fait partie d'Inter-

net ou s'il s'agit d'Internet en soi, en raison de la gratuité du programme de base de Facebook. Ce programme offre aux utilisateurs un accès gratuit à Internet s'ils acceptent un ensemble limité de sites web avec les propres offres de Facebook comme base. Le premier questionnaire à choix multiple a été conçu pour savoir si les personnes interrogées sont capables d'identifier Facebook comme un réseau social. Environ un cinquième des personnes interrogées pensent que Facebook est littéralement Internet. La réponse correcte a été donnée par 42,7% des personnes interrogées. Il en résulte un score de 2,8 sur 6,67 pour l'index EMI.

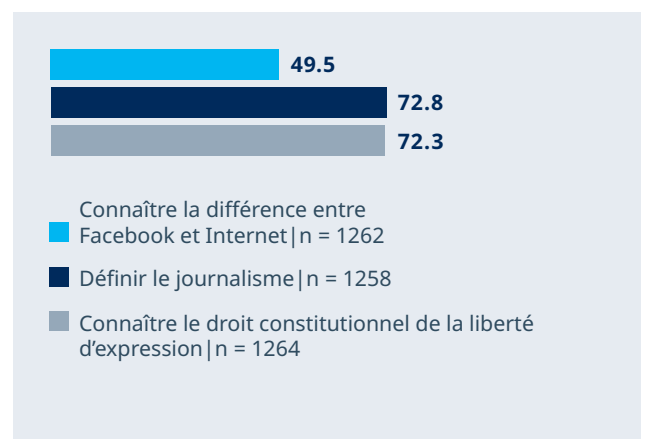


Image 5 Connaissance des faits concernant les médias et la communication numérique. Les chiffres indiquent le pourcentage de participants.

Connaissance de la définition du journalisme

Il existe un consensus international sur le fait que le journalisme est plus efficace lorsqu'il est indépendant des influences extérieures ; c'est pourquoi le deuxième élément de connaissance porte sur la différence entre le journalisme et les relations publiques. Une nette majorité, composée d'environ deux tiers des interrogés (68,8%), était consciente de cette distinction et a choisi la bonne réponse : « Les journalistes sont des personnes qui recherchent, produisent et publient des informations fraîches ». Un cinquième des personnes interrogées estime que la mission des journalistes est de s'engager dans les relations publiques. Le score de l'index EMI dans ce domaine est de 4,6 sur 6,67.

Connaissance du droit constitutionnel à la liberté d'expression

Connaître son droit constitutionnel à la liberté d'expression peut être un premier pas vers sa mise en pratique. La troisième question à choix multiple a donc été conçue pour mesurer la connaissance de ce droit. Environ trois quarts des personnes interrogées savaient que la liberté d'expression était inscrite dans la constitution, les autres « croyaient » soit qu'il n'existait pas un tel droit, soit qu'il était réservé à certains citoyens, soit ils ne le savaient pas, tout simplement. 3,4 sur 6,67 est le résultat du score de l'index EMI.

Évaluation du paysage médiatique du Burkina Faso

Au-delà des éléments de connaissance, les personnes interrogées ont été invitées à évaluer le paysage médiatique du Burkina Faso. La perception du paysage médiatique était relativement critique : entre 50 et 60 % des personnes interrogées étaient au moins « quelque peu » d'accord sur le fait que les médias sont neutres, fiables et précis. En ce qui concerne la pertinence personnelle pour chacun des participants, les médias du Burkina Faso ont obtenu les meilleures notes (89,7%). La proportion des personnes interrogées jugeant positivement la diversité et l'intelligibilité des médias se situe entre 60 et 70 %.

Les jeunes Burkinabè possèdent également des connaissances de base sur le paysage médiatique de leur pays. Ils savent faire la différence entre les diffuseurs nationaux et internationaux, connaissent et utilisent la diversité des médias qui leur sont proposés. La fiabilité, en particulier du contenu des informations, semble jouer un rôle important en raison de la situation politique précaire du pays.

Selon les groupes de discussion, les médias sont considérés comme dignes de confiance si leurs reportages sont détaillés, précis, étayés par des preuves et présentés de manière professionnelle. La plupart des jeunes semblent s'accorder sur le fait que les médias numériques et les réseaux sociaux sont utiles à des fins de communication et de divertissement, mais qu'ils ne sont généralement pas aussi fiables que les médias traditionnels, car ils offrent à tout le monde la possibilité de produire et de publier du contenu.

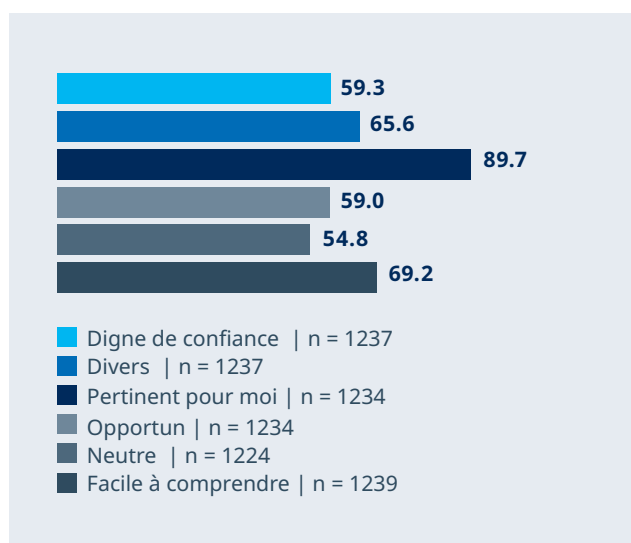


Image 6 Évaluation du paysage médiatique au Burkina Faso; les personnes sondées ont répondu qu'elles étaient « fortement d'accord » et « assez d'accord ». Les chiffres indiquent le pourcentage de participants.



4. Réflexion

La **réflexion** implique un examen critique du type de sources d'information utilisées et de l'impact que peuvent avoir certaines formes de communication.

Score

1. La **condamnation du discours de haine** a été mesurée en montrant aux personnes interrogées un exemple de discours de haine et en leur demandant si elles le considéraient comme « drôle ».
2. La **condamnation de la désinformation** a été mesurée en montrant aux personnes interrogées un exemple de désinformation et en leur demandant si elles le considéraient comme « digne de confiance ».
3. La **prise de conscience de la partialité des informations** a été mesurée en montrant aux répondants un exemple d'information biaisée et en leur demandant si elle était « partielle » ou non.

4. La **prise de conscience de la censure** a été mesurée en montrant aux répondants un exemple de censure et en leur demandant si le média de l'exemple était « censuré » ou non.

1. **Condamnation du discours de haine** | 3,4 sur 5
2. **Condamnation de la désinformation** | 3,7 sur 5
3. **Prise de conscience de la partialité des informations** | 2,1 sur 5
4. **Prise de conscience de la censure** | 2,2 sur 5

Score dans le domaine de la réflexion

11,5 sur 20⁵



⁵ L'écart par rapport à la somme des sous-dimensions est dû à des erreurs d'arrondi.

« La capacité des jeunes de 15 à 25 ans à réfléchir sur les médias n'est pas présente », estime l'expert Cyrille Guel, d'Educommu-nicAfrik. « Je dis cela parce qu'il est nécessaire d'avoir des connaissances [sur les médias] avant de pouvoir réfléchir ».

D'autre part, la réflexion implique également d'avoir une attitude critique. Boureima Salouka, coordinateur de la DW Akademie au Burkina Faso, voit les jeunes citoyens burkinabè désavantagés à cet égard. « Les enseignants eux-mêmes ne sont pas formés pour apprendre aux enfants à penser de manière critique. Les parents eux-mêmes n'ont pas cette compétence. Il va sans dire que les jeunes restent comme ça entre eux », explique-t-il. Les résultats ci-dessous impliquent que ces lacunes s'appliquent principalement à la reconnaissance d'un type de journalisme biaisé ou de la censure. Les jeunes Burkinabè interrogés semblent avoir une attitude critique vis-à-vis de questions telles que les discours de haine, la désinformation et le cyberharcèlement.

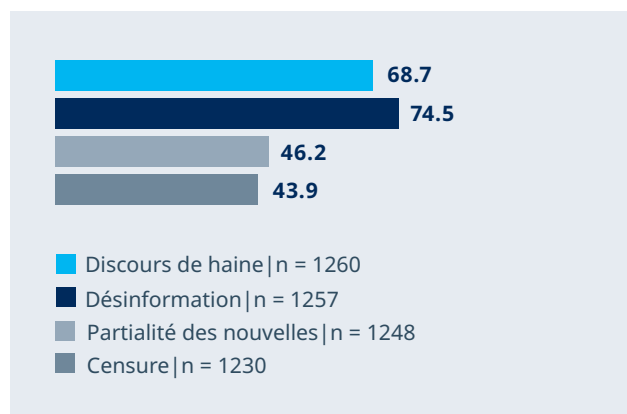


Image 7 Condamnation des formes malveillantes de communication. Les personnes sondées ont répondu qu'elles condamnaient « fortement » ou « quelque peu » les propos (discours de haine, désinformation, partialité des informations et censure). Les chiffres indiquent le pourcentage de participants.

Pour l'index EMI, les personnes interrogées ont reçu des exemples de formes de communication problématiques et ont été invitées à les juger sur une échelle de 1 à 5 – 1 signifiant l'acceptation et 5 le rejet de l'exemple. Le score a été déduit de la mesure dans laquelle les personnes interrogées ont rejeté (1) un exemple de discours haineux, (2) un exemple de désinformation, (3) un exemple de reportage biaisé et (4) un exemple de censure. Le score est basé sur l'hypothèse que la prise de conscience des conséquences sur l'individu et la société de ces formes malveillantes de communication (et de censure) est un bon indicateur des capacités de réflexion.

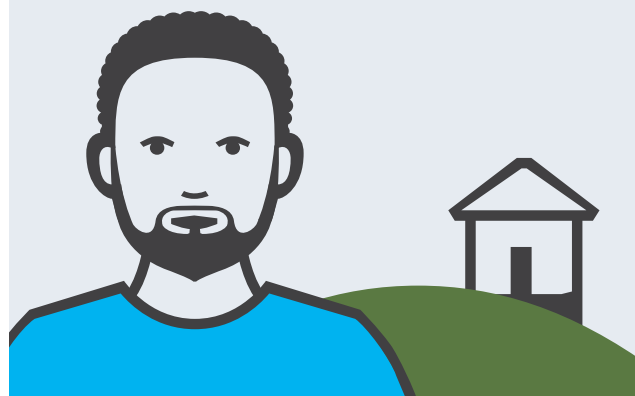
Femme, 15-18 ans, zone rurale

« Il y a ce genre de types... Ils vous demandent de leur envoyer des photos et puis... Il y a un problème entre vous, et il menace de publier vos photos.



Homme, 19-25 ans, zone rurale

« Quelqu'un m'avait envoyé un SMS pour me dire qu'il avait des affaires et qu'il avait quitté l'Ouest. Il m'a également dit qu'il était au port du Bénin. On s'est envoyé des SMS, et j'ai alors su que c'était un escroc.



Condamnation du discours de haine

Plus des deux tiers des personnes interrogées ont rejeté l'exemple du discours de haine qui appelle à frapper un journaliste, que ce soit « fortement » (44,8%) ou « quelque peu » (23,7%). 7,5% n'ont pas pu se décider ; enfin, 23,7% d'entre elles voyaient la menace comme « peu » violente, voire « drôle ». Le score à l'index EMI a donc été fixé à 3,4 sur 5.

Selon Boureima Salouka, l'expert local de la DW Akademie, les messageries instantanées telles que les groupes WhatsApp sont fréquemment utilisées par les extrémistes religieux ou politiques pour diffuser des messages de haine parmi les jeunes. Quant aux experts Abdoulaye Diallo, directeur du Centre National de Presse Norbert Zongo, et Cyrille Guel d'EducommunicAfrik, ils tissent un lien entre la divulgation de photos intimes sur les réseaux sociaux et le harcèlement sexuel qui, selon eux, est une forme très courante de cyberharcèlement au Burkina Faso.

Les groupes de discussion se sont davantage concentrés sur le cyberharcèlement que sur le discours de haine. Ici aussi, le harcèlement sexuel, en particulier celui des jeunes femmes, était la forme de cyberharcèlement la plus expérimentée. Plusieurs hommes parmi les personnes interrogées ont également signalé des cas de cybercriminalité et de cyberharcèlement. Ceux-ci tournent souvent autour de l'extorsion,

d'offres commerciales illicites et du piratage de comptes sur les réseaux sociaux.

Lorsqu'on leur demande comment réagir au cyberharcèlement et aux discours de haine, les personnes interrogées semblent connaître et utiliser plusieurs options, telles que le blocage d'une personne sur les réseaux sociaux ou le signalement d'une mauvaise conduite à la plateforme concernée. Cependant, bien que les jeunes recommandent à leurs pairs d'être prudents, de ne pas accepter les demandes d'amis de personnes inconnues et de ne pas publier de photos personnelles, ils semblent souvent aller dans le sens contraire de leurs propres conseils.

Condamnation de la désinformation

L'exemple de désinformation a été rejeté par 70% des personnes interrogées. Près de la moitié d'entre elles sont tout à fait d'accord (46,5%) et plus d'un quart sont quelque peu d'accord (27,6%) pour dire qu'il ne faut pas faire confiance à la publication sur Facebook d'un message sur le traitement du VIH/Sida. Environ 11,3% n'ont pas pu se décider, tandis que les 14% restants étaient enclins à croire le message. Le résultat donne un score de 3,7 sur 5 à l'index EMI.

Il est intéressant de noter que les experts interrogés pour l'étude ont une vision plus sceptique de la jeunesse burkinabè

Homme, 19-25 ans, zone rurale

« Avant-hier, quelqu'un m'a envoyé un message disant que les djihadistes étaient arrivés à Bérégadougou. Ce n'était pas vrai.



Femme, 15-18 ans, zone urbaine

« La désinformation est souvent présente sur Facebook, par exemple un avis de décès de Rihanna. Ce sont souvent des choses comme ça.



en matière de désinformation que ces résultats ne le suggèrent. « Il y a une forte consommation de la désinformation », selon Abdoulaye Diallo, du Centre National de Presse Norbert Zongo. Les jeunes sont également enclins à diffuser de la désinformation, estime Abdoul Moumine Dialla, du Conseil national de la jeunesse du Burkina Faso. Cyrille Guel, directeur d'EducomunicAfrik, affirme que la plupart des jeunes ne se rendent pas compte de l'impact néfaste que peut avoir le fait « d'aimer certaines publications ».

Les participants aux groupes de discussion ont rapporté plusieurs cas de désinformation liés à de fausses rumeurs sur des questions de sécurité, telles que des attaques terroristes ou des émeutes violentes. Des exemples de ce type de désinformation ont été mentionnés plus fréquemment par les jeunes des zones rurales.

D'autres types de désinformation, tels que les rumeurs sur des personnalités connues ou la désinformation motivée par des programmes politiques, semblent être fréquemment vécus aussi bien par les jeunes des zones rurales que ceux des zones urbaines.

Les participants aux groupes de discussion sont tombés d'accord pour dire que tout le monde devrait éviter de répandre la désinformation. Plusieurs jeunes ne savaient pas comment réagir à la désinformation ou encore l'empêcher. Certains ont suggéré d'analyser et de vérifier l'information, bien que les interprétations de la vérification varient, allant de la recherche

de preuves visuelles telles que des enregistrements vidéo, à la vérification de la publication de la même chose par d'autres médias, voire même à la discussion directe avec des journalistes.

Prise de conscience de la partialité des informations

Environ 43% des personnes interrogées ont reconnu la partialité de l'information dans un exemple. D'autres étaient fortement d'accord (21,1%) ou plutôt d'accord (21,8%) avec le fait qu'un reportage ne présentant que les opinions d'un homme politique, de sa femme et d'un de ses amis était partial. 10,3% des personnes interrogées n'ont pas pu se décider, tandis que 5,6% des personnes interrogées n'ont pas repéré le parti pris. Le score à l'index EMI a donc été fixé à 2,1 sur 5.

« Nous avons une presse qui ne représente que ceux qui sont au pouvoir », répond Boureima Salouka lorsqu'on l'interroge sur les préjugés politiques au Burkina Faso. Gandema Winde Issa, du ministère de l'Éducation du Burkina Faso, observe de même que les jeunes reçoivent parfois des informations tendancieuses et sont « mal orientés à des fins stratégiques et politiques ». En ce qui concerne les jeunes Burkinabè, Denis Vincenti de la Fondation Hirondelle rapporte qu'ils partagent souvent des informations biaisées qui ont été encadrées par des « leaders d'opinion » en fonction de leurs agendas.

Femme, 19-25 ans, zone urbaine

« La RTB est la chaîne nationale, elle doit présenter la "bonne" information politique !



Homme, 19-25 ans, zone urbaine

« Il est possible de se retrouver devant la justice en raison de commentaires publiés sur les réseaux sociaux parce que quelqu'un a déposé une plainte.



Dans les groupes de discussion, seuls quelques participants ont observé un parti pris politique dans le contenu des informations. Les exemples mentionnés se réfèrent principalement à des campagnes politiques ou à des informations fournies par le radiodiffuseur national RTB.

Bien que les jeunes aient quelques connaissances de base sur les différents acteurs présents dans le paysage médiatique de leur pays et qu'ils manifestent souvent une attitude critique à l'égard des hommes politiques (comme décrit dans le chapitre « Action »), ils sont peu conscients des préjugés politiques. Près de 45% sont plutôt ou fortement d'accord avec le fait qu'il pourrait y avoir des situations justifiant un reportage partial.

Prise de conscience de la censure

La proportion des personnes interrogées capables d'identifier la censure dans un journal local sur la base d'un petit article était d'environ 44%. Environ un dixième d'entre elles était incertain, tandis que 42,7% n'ont pas identifié le cas fourni comme étant de la censure. Le score à l'index EMI était de 2,2 sur 5.

Le paysage médiatique au Burkina Faso s'est amélioré en ce qui concerne la censure après les manifestations de 2014. Le code national de la presse a été modifié, de nouvelles lois reconnaissent officiellement le statut juridique des médias et les infractions supposées de la presse ont été partiellement dépenalisées. Pourtant, Freedom House classe le Burkina Faso comme étant « partiellement libre » en ce qui concerne la liberté de la

presse, et attire l'attention sur le fait que les amendes élevées infligées aux médias dans le passé ont favorisé l'autocensure (Freedom House 2016).

C'est peut-être en raison de cette évolution relativement positive que les experts interrogés mentionnent rarement ou indirectement la censure. L'expert en médias Boureima Salouka est l'un des rares qui observe une dangereuse « influence des bureaux politiques et des organisations religieuses » sur le contenu des médias, mais ajoute également que le plus grand problème concernant la liberté de la presse est la représentation de certains segments de la population dans les médias. Tout comme d'autres experts (tels que Denis Vincenti ou Cyrille Guel), il critique en particulier le fait que les médias ne représentent ni les jeunes ni la population rurale.

Les participants aux groupes de discussion n'identifient pas non plus la censure comme un problème qui leur est familier. Seul un participant d'un groupe de discussion de la zone urbaine connaissait le risque d'amendes pour les utilisateurs réguliers des réseaux sociaux lorsqu'une plainte est déposée auprès de l'autorité de régulation des médias du Burkina Faso, le Conseil Supérieur de la Communication (CSC).

Environ 40% des personnes interrogées dans le cadre de l'enquête étaient assez ou fortement d'accord avec le fait qu'il peut y avoir des situations qui permettent de limiter ce que les médias peuvent publier.

5. Création

La **Création** consiste à pouvoir créer et composer des messages pour exprimer des idées ou des opinions et pour partager des informations.

Score

1. La **diversité des compétences en matière de production de médias** a été mesurée en fonction du nombre de compétences en matière de production que les participants utilisent au moins de temps en temps (réalisation de photos, de vidéos, d'enregistrements audio et rédaction de rapports).

2. La **diversité des compétences en ligne** a été mesurée en fonction du nombre de compétences en ligne spécifiques que les participants utilisent au moins de temps en temps (publication de fichiers, mise à jour de profils de médias sociaux, création de groupes WhatsApp ainsi que de blogs ou de sites web).

1. **Diversité des compétences en matière de production de médias** | 3,8 sur 10

2. **Diversité des compétences en ligne** | 1,8 sur 10

Score dans le domaine de la création :

5,6 sur 20



Les compétences en matière de création sont associées à la capacité de faire entendre sa voix, d'exprimer des opinions et des idées en utilisant les médias et les outils numériques dont on dispose. Cela inclut l'écriture, l'enregistrement audiovisuel et la prise de photos. La création de ses propres médias et informations est l'un des domaines les plus difficiles de la maîtrise des médias et de l'information.

Abdoulaye Diallo, du Centre National de Presse Norbert Zongo, observe que les jeunes Burkinabè ont de bonnes capacités de communication et savent « créer leurs propres réseaux » pour s'exprimer. Selon Gandema Winde Issa, l'échange entre pairs est une source majeure de connaissances concernant les compétences créatives. Les résultats ci-dessous révèlent toutefois que les compétences spécifiques en ligne semblent être limitées à un petit segment de la jeunesse burkinabè.

Les compétences en termes de création ont été mesurées en examinant (1) la variété des compétences en matière de production médiatique que les personnes interrogées utilisent au moins de temps en temps, comme prendre des photos, enregistrer des messages vocaux, enregistrer des vidéos, ou encore rédiger des articles. D'autre part, ces compétences ont été mesurées en s'intéressant à (2) la diversité des compétences en ligne exercées au moins « de temps en temps », comme la publication de fichiers, la mise à jour de comptes sur les réseaux sociaux ou, plus « rare » encore, la création d'un groupe WhatsApp ou d'un blog ou d'un site web.

Diversité des compétences en matière de production de médias

Environ deux tiers des personnes interrogées ont déclaré prendre des photos « souvent » ou « parfois » (63,4%). Il y a plus de personnes interrogées qui ont fait de l'enregistrement audio (42,4%) que de l'enregistrement vidéo (environ une personne interrogée sur trois en fait au moins « parfois »). Des articles ont été rédigés et publiés par environ une personne interrogée sur neuf. Le nombre moyen de compétences utilisées par chaque personne interrogée était de 1,5, ce qui donne un score de 3,8 sur 10 à l'index EMI.

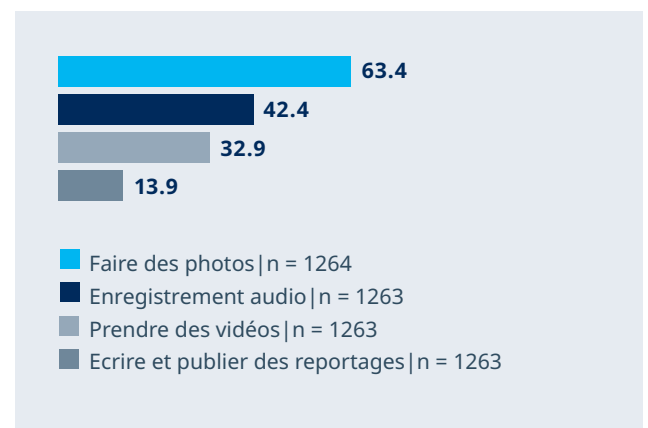


Image 8 Utilisation des compétences de production (photo, vidéo, audio, écriture). Les chiffres indiquent le pourcentage de participants.

Femme, 19-25 ans, zone rurale

« Il faut éviter de publier sur les réseaux sociaux des photos qui pourraient avoir un impact négatif sur votre avenir et qui peuvent attirer les personnes qui ont des préjugés à votre égard.



Femme, 19-25 ans, zone urbaine

« Une tablette, c'est très pratique, parce qu'à l'école, on peut faire des appels vidéo.



À en juger par les résultats des groupes de discussion, prendre et partager des photos semble être une pratique courante pour les jeunes Burkinabè, tant en milieu rural qu'en milieu urbain. Les jeunes publient les photos qu'ils ont prises sur les réseaux sociaux tels que Facebook ou dans les groupes WhatsApp, afin de partager des nouvelles et des événements importants avec leurs pairs. Cependant, ils émettent dans le même temps des mises en garde contre les risques de demandes de faveurs sexuelles, de harcèlement sexuel ou les effets négatifs sur leur réputation. Tout cela semble souvent fondé sur leur expérience personnelle.

L'audio, c'est-à-dire l'enregistrement de messages vocaux dans les groupes de conversation en ligne, n'a été que très peu mentionné dans les groupes de discussion. Un participant a souligné que les messages audio sont très importants pour la communication des personnes non scolarisées et ayant un faible niveau d'alphabétisation.

L'enregistrement de vidéos n'est pas non plus très répandu chez les participants des groupes de discussion. Il n'est jamais mentionné par les participants issus de contextes ruraux, et seuls quelques jeunes issus des zones urbaines déclarent avoir enregistré une vidéo pour la transmettre à des pairs via des services de messagerie ou l'uploader sur YouTube. Les appels vidéo semblent en revanche assez populaires parmi les Burkinabè issus des zones urbaines.

Dans l'ensemble, les participants aux groupes de discussion des zones rurales et des zones urbaines ont montré des compétences de base en matière de création. Les compétences de création en milieu urbain semblent légèrement plus avancées que celles en milieu rural. Une personne possédait notamment des compétences plus élaborées en étant

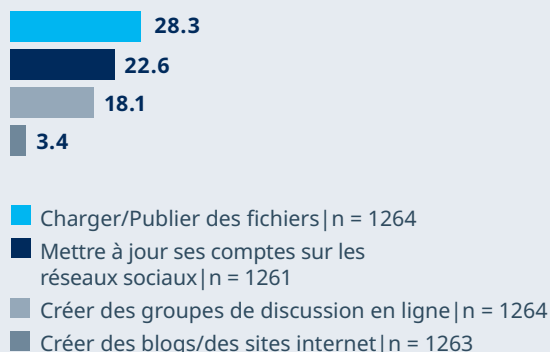


Image 9 Utilisation des compétences en ligne. Les personnes sondées ont au moins répondu « de temps en temps » (publication de fichiers, mise à jour des comptes sur les réseaux sociaux) ou ont au moins répondu « rarement » (création d'un groupe de chat, création d'un blog/site web). Les chiffres indiquent le pourcentage de participants.

capable de créer une vidéo sur Youtube ou en possédant des connaissances de base en programmation. Les jeunes issus des zones rurales ont souvent mentionné comme facteurs limitants le fait de ne pas pouvoir s'offrir des appareils numériques et le manque d'infrastructures notamment concernant la connexion à Internet.

Diversité des compétences en ligne

Les compétences spécifiques en ligne sont encore moins répandues que les compétences de production de base. Environ une personne interrogée sur quatre a mis en ligne un fichier et mis à jour son profil sur les réseaux sociaux au moins une fois, et un peu moins encore a créé un groupe WhatsApp au moins une fois. Presque aucune des personnes interrogées n'a déclaré avoir créé son propre site web ou son blog. Le nombre moyen de compétences en ligne était de 0,7, ce qui donne un très faible score de 1,8 sur 10 à l'index EMI pour les compétences en ligne.

De ce qui ressort des groupes de discussion, les activités de mise en ligne se limitent à la publication de photos et, occasionnellement, au partage de vidéos par l'intermédiaire de services de messagerie et des réseaux sociaux. Le fait de ne pas avoir les moyens de s'offrir des données, parce que « les unités pour acheter des Mo sont très chères » et « les smartphones coûtent cher », comme l'ont fait remarquer deux participants à des groupes de discussion en milieu rural (hommes, 19-25 ans), limite souvent la publication et le téléchargement de fichiers. Les réseaux sociaux jouent un rôle important pour les jeunes du Burkina Faso, les jeunes des zones urbaines semblant connaître et utiliser une plus grande diversité de services de messagerie, d'applications et de blogs que leurs homologues des zones rurales. La mise à jour des profils sur les réseaux sociaux et le suivi des discussions dans les groupes WhatsApp ont été mentionnés à plusieurs reprises par les jeunes des zones urbaines ainsi que rurales, mais les compétences de création restent très basiques dans ce domaine.

À l'exception de la programmation informatique, toutes les compétences impliquant la création ont montré des différences très significatives entre les personnes interrogées dans les zones urbaines et rurales, les citadins s'y adonnant beaucoup plus souvent que leurs homologues des zones rurales.

Malgré les obstacles mentionnés, certains segments de la jeunesse burkinabè sont actifs sur les réseaux sociaux. Ils consomment et, à un niveau très élémentaire, produisent également des contenus médiatiques tels que la publication de simples commentaires, le partage de liens et d'images ou l'enregistrement de messages audio. Cependant, la participation aux médias traditionnels est rarement présente car ces derniers n'offrent pas suffisamment d'espace aux jeunes pour s'exprimer, selon l'expert Cyrille Guel d'EducommunicAfrik.

6. Action

L'action signifie mettre en pratique les compétences EMI pour que cela profite à la communauté, mais aussi à l'individu.

Score

1. L'activisme médiatique a été mesuré selon la fréquence à laquelle les participants à l'enquête partageaient des informations avec d'autres et faisaient (au moins de temps en temps) des commentaires sur des questions sociales en ligne ou en public, et s'ils avaient déjà rejoint une campagne pour la liberté d'expression ou l'accès à l'information.

2. La mise en pratique des compétences a été mesurée via l'auto-évaluation, en voyant quels participants à l'enquête étaient d'accord, au moins dans une certaine mesure, pour dire qu'ils étaient bons pour utiliser les médias de manière responsable, analyser les médias de manière critique, créer leurs propres médias et informations, ainsi que réfléchir sur leur propre utilisation des médias.

- 1. Activisme médiatique | 3,0 sur 10
- 2. Mise en pratique des compétences EMI | 5,1 sur 10

Score dans le domaine de l'action

8,2 sur 20⁶



⁶ L'écart par rapport à la somme totale des sous-dimensions est dû à une erreur d'arrondi.

Le volet « Action » de l'Éducation aux médias et à l'information va au-delà du simple niveau de compétence, en ce sens qu'il se concentre sur l'application des compétences en matière de maîtrise des médias et de l'information en dehors du cadre pédagogique. Faire entendre sa voix pour améliorer la situation générale ou sa propre position dans la société implique d'utiliser ses compétences à la fois pour le bien public et à son propre avantage.

Selon Abdoulaye Diallo (Centre National de Presse Norbert Zongo), Boureima Salouka (DW Akademie) et Cyrille Guel (EducommunicAfrik), les jeunes Burkinabè ont clairement montré leur capacité à faire entendre leur voix lors des manifestations de 2014 contre l'ancien président Blaise Compaoré. C'est à cette occasion que les jeunes ont utilisé les réseaux sociaux pour mobiliser les manifestants et diffuser des informations sur la situation politique dans tout le pays. Pourtant, Cyrille Guel affirme que seuls quelques jeunes « utilisent les applications interactives et les réseaux sociaux pour exprimer leurs préoccupations » de manière régulière.

Pour les besoins de l'index EMI, la dimension « Action » a été définie en termes (1) de partage avec d'autres des informations que les personnes interrogées obtenaient des médias, si elles commentaient « parfois » certaines questions sociales en ligne ou ailleurs dans la sphère publique et si elles avaient déjà pris part à une campagne pour la liberté d'expression

ou l'accès à l'information, ainsi que (2) sur la base de leur auto-évaluation concernant la façon dont elles pourraient mettre en pratique les compétences mentionnées ci-dessus (accès, réflexion, analyse, création).

Activisme médiatique

Environ 40% des personnes interrogées ont au moins « parfois » partagé des informations avec d'autres personnes, et environ un tiers ont aussi souvent commenté des questions sociales en ligne ou dans la sphère publique. Moins d'une personne interrogée sur cinq a déclaré avoir pris part à des campagnes pour la liberté d'expression et l'accès à l'information. On peut supposer que les personnes interrogées voient les campagnes en termes plus généraux, c'est-à-dire donner de la voix sur une question quelconque est interprété comme une campagne pour la liberté d'expression. Cette interprétation serait toujours conforme à la dimension de l'action. Le score à l'index EMI tiré des données sur l'« activisme » est de 3,0 sur 10.

Les groupes de discussion ont révélé que de nombreux jeunes sont frustrés par les politiciens et le système politique de leur pays. Les jeunes Burkinabè ne se sentent pas représentés et critiquent particulièrement le népotisme et la corruption. En

Homme, 19-25 ans, zone urbaine

« Les hommes politiques partent à la retraite et puis reviennent. Il y a même un ministre de la Jeunesse qui est vieux !



Femme, 15-18 ans, zone rurale

« Pendant la période électorale, les politiciens s'adressent aux jeunes... Mais ensuite, ils les oublient. Les programmes des politiciens ne nous prennent pas en compte.



conséquence, beaucoup semblent avoir renoncé à s'impliquer dans la vie politique ou même à suivre les actualités politiques.

Cependant, lorsqu'on leur demande comment ils expriment leurs préoccupations dans les médias, il apparaît que certains jeunes sont très actifs politiquement sur les réseaux sociaux, et ce dans des domaines qui les intéressent. Une fille d'une ré-

gion rurale rapporte par exemple s'être engagée dans la « lutte contre l'émigration » avec l'aide d'une campagne sur Facebook (femme, 19-25 ans, zone rurale) tandis que deux garçons utilisent WhatsApp pour « commenter une grève des enseignants » (homme, 15-18 ans, zone urbaine) et « exposer des problèmes » (homme, 15-18 ans, zone rurale).

sur le fait que les médias doivent refléter les préoccupations des jeunes auprès du grand public et les aider à relever les défis auxquels ils sont confrontés. « Je pense que les médias devraient nous fournir des informations qui peuvent nous aider à résoudre nos problèmes », estime un participant (homme, 19-25 ans, milieu rural).

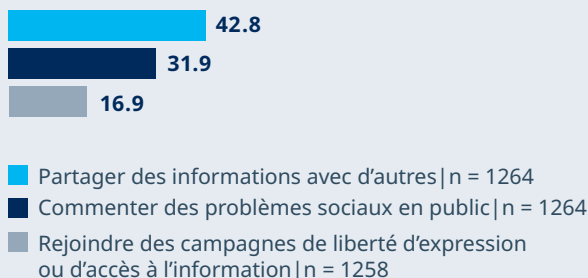


Image 10 Les personnes sondées ont répondu au moins « de temps en temps » (partager des informations avec d'autres, commenter des questions sociales) ou au moins « rarement » (participer à des campagnes de liberté d'expression ou d'accès à l'information). Les chiffres indiquent le pourcentage de participants.

Mise en pratique des compétences relevant de l'EMI

En déplaçant l'accent du niveau sociétal au niveau individuel, l'auto-évaluation révèle qu'environ 60% des personnes interrogées pensent qu'elles sont compétentes pour utiliser les médias de manière responsable et être capable d'avoir une réflexion sur leur propre utilisation des médias. Environ la moitié des personnes interrogées estiment avoir les capacités nécessaires pour analyser les médias de manière critique, tandis que seul un tiers des personnes interrogées sont convaincues qu'elles

sont capables de créer et de publier leur propre contenu. Le score de l'index EMI pour la mise en pratique des compétences EMI est assez élevé, avec 5,1 sur 10.

Interrogés sur leurs espoirs et leurs préoccupations individuelles, au-delà des visions globales de paix et de développement économique, les jeunes participants aux groupes de discussion ont mentionné l'éducation et l'emploi comme des priorités absolues ; la pauvreté, le chômage et la santé comme leurs principales préoccupations. Ceci est conforme aux résultats de l'enquête, qui a également révélé que l'éducation et la santé figuraient parmi les cinq sujets dans les médias les plus importants auxquels s'intéressent les personnes interrogées.

Le grand intérêt pour les contenus médiatiques contraste avec les rares occasions où les préoccupations des jeunes Burkinabè sont représentées dans les médias. Ils disposent rarement d'espaces pour s'exprimer. « Avez-vous déjà vu un jeune de moins de 25 ans invité au journal de la RTB pour expliquer ou exposer une situation ou un sujet donné ? », critique Abdoul Moumine Dialla, du Conseil National de la Jeunesse du Burkina Faso. « A chaque fois, ce sont d'autres personnes qui parlent au nom des jeunes. » Ce manque de représentation dans les médias traditionnels est la raison pour laquelle les jeunes Burkinabè préfèrent se concentrer sur les réseaux sociaux et les médias en ligne pour s'exprimer, affirme Denis Vincenti de la Fondation Hirondelle.

Les personnes interrogées issues des zones urbaines se sont avérées nettement plus actives que leurs homologues des milieux ruraux, et ce à tous les égards (partage, commentaires, campagnes). En ce qui concerne l'auto-évaluation de la mise en pratique de leurs compétences, les citoyens se sont montrés

beaucoup plus confiants que leurs homologues ruraux dans la mise en pratique de la création médiatique (43,9% contre 25,2%), tandis que pour les autres aspects, les citoyens se sont également considérés comme plus compétents, même si les deux groupes sont assez proches l'un de l'autre.

Les participants aux groupes de discussion, principalement ceux issus des zones urbaines, ont mentionné la recherche d'informations sur la santé en ligne, la discussion de problèmes personnels avec leurs pairs dans des groupes de conversations en ligne et le partage d'offres d'emploi ainsi que de possibilités de formation via des services de messagerie et des plateformes de réseaux sociaux comme moyens de mettre en pratique leurs compétences en ligne.

Les médias jouent un rôle important dans la vie des jeunes Burkinabè. Ils ont besoin d'être informés sur les questions de sécurité et de santé, et certains ont découvert le potentiel des réseaux sociaux pour s'engager. Néanmoins, le manque de représentation dans les médias traditionnels, le fait de ne pas avoir les moyens de s'offrir des données ou des appareils numériques, ainsi que le fait de ne posséder que des compétences de création très basiques sont des obstacles majeurs pour les jeunes qui souhaitent mettre en pratique leurs compétences en matière d'EMI.

issues and some have discovered the potential of social media for activism. Nevertheless, the lack of representation in traditional media, not being able to afford data, or digital devices as well as possessing only very basic Création skills are major obstacles for the young people to put their MIL skills into practice.

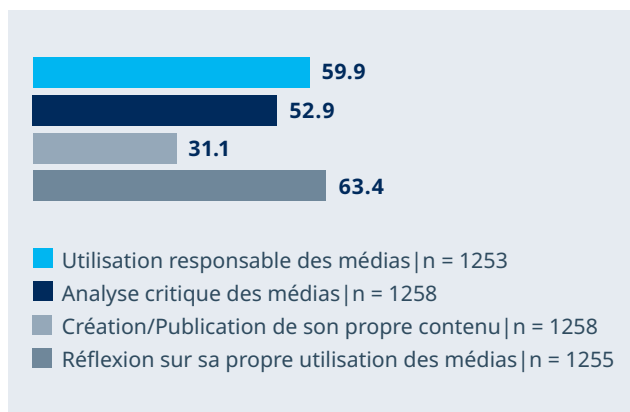


Image 11 Auto-évaluation de la capacité à mettre en pratique les compétences en matière d'EMI (utiliser les médias de manière responsable, analyser les médias de manière critique, créer et publier son propre contenu, réfléchir sur sa propre utilisation des médias) (les personnes sondées ont répondu qu'elles étaient « entièrement d'accord » ou « un peu d'accord »). Les chiffres indiquent le pourcentage de participants.



7. Conclusions

Cette étude de l'index EMI s'est concentrée sur les compétences médiatiques et la maîtrise de l'information des Burkinabè de 15 à 25 ans. D'après les résultats quantitatifs, ce groupe d'âge possède en moyenne des compétences modérées en matière d'accès, d'analyse et de réflexion. Des lacunes ont principalement été constatées dans les dimensions de la création et de l'action. Le score de l'index EMI est de 46,6 sur un total possible de 100, ce qui signifie que les jeunes du Burkina Faso ont obtenu des résultats moyens inférieurs pour ce qui est de la maîtrise des médias et de l'information.

Accès

Si l'on regarde de plus près les différentes dimensions, les jeunes Burkinabè accèdent régulièrement à la radio et à la télévision, et dans une mesure nettement moindre à Internet. Alors que la télévision est prédominante dans les zones urbaines, l'accès à la radio est plus important dans les zones rurales, bien que la radio soit le média le plus important dans le domaine de l'information dans les deux zones. Le smartphone, qui est l'appareil le plus courant pour les jeunes du Burkina Faso pour accéder aux médias en ligne, est détenu par environ deux tiers des participants des zones urbaines et seulement un tiers des participants des zones rurales. Presque un participant sur cinq utilise WhatsApp et environ un participant sur trois utilise Facebook chaque semaine. L'accès à Internet et la possession d'un smartphone sont nettement plus fréquents dans les zones urbaines que dans les zones rurales, et légèrement plus fréquents chez les hommes que chez les femmes. L'accès à la presse écrite est très faible dans les zones urbaines et quasi inexistant dans les zones rurales. En général, le fossé entre les zones urbaines et rurales est très prononcé dans le domaine de l'accès. Les différences économiques, infrastructurelles et culturelles jouent un rôle important. Compte tenu de la diversité des médias utilisés sur une base hebdomadaire et de celle des médias utilisés pour les nouvelles et l'information, le score de l'index EMI est modéré (10,5 sur 20).

Les données de l'étude Afrobaromètre du Burkina Faso (2018) confirment les conclusions de l'étude de l'index EMI selon lesquelles le smartphone est le moyen le plus important pour accéder aux médias en ligne pour les jeunes Burkinabè. Selon les données de l'étude Afrobaromètre et de l'index EMI, environ un participant sur trois va régulièrement en ligne avec son smartphone (29,9% contre 33%). L'utilisation quotidienne d'Internet est également similaire dans les deux enquêtes (8,9% contre 11,6%), ce qui confirme la fiabilité des résultats.

Récemment, une étude commandée par la Fondation Hironnelle dans le but de comprendre les réalités des jeunes Burkinabè de

15 à 30 ans a également confirmé le fossé entre les zones urbaines et rurales en termes d'accès aux médias constaté par l'étude de l'index EMI. L'étude (n = 438) a révélé que la radio était le média d'information préféré des jeunes, tant en milieu urbain que rural, ce qui est conforme aux conclusions de l'étude de l'index EMI. Les données relatives à la consommation régulière de la télévision sont également très similaires aux conclusions de cette étude (45% contre 12%, contre 43,9% contre 18% dans l'étude de l'index EMI).

Analyse

Les jeunes participants burkinabè font preuve d'un bon niveau de connaissance des médias. Plus de 70% des participants peuvent définir ce qu'est le journalisme et connaissent leur droit à la liberté d'expression. Environ la moitié des jeunes savent faire la distinction entre Facebook et Internet. Dans l'ensemble, ces résultats donnent un score à l'index EMI qui va de moyen à bon pour les compétences analytiques (10,8 sur 20).

Les groupes de discussion révèlent que les jeunes possèdent quelques connaissances de base sur le paysage médiatique du Burkina Faso et ont leurs propres critères concernant la fiabilité des informations. L'enquête a également montré qu'ils sont assez critiques à l'égard du paysage médiatique, bien que Reporters sans frontières ait qualifié le Burkina Faso de

« l'une des réussites de l'Afrique », avec « des médias dynamiques, professionnels et diversifiés » (Reporters sans frontières 2019). Les experts locaux estiment que des améliorations sont possibles lorsqu'il s'agit de remettre en cause les informations fournies par les leaders d'opinion ou de réfléchir aux modes de diffusion de l'information.

Réflexion

Plus des deux tiers des participants ont condamné la désinformation, le cyberharcèlement et les discours de haine, ce qui montre une forte sensibilisation aux formes de communication négatives. La perception de la partialité et de la censure des informations semble cependant moins prononcée chez les jeunes Burkinabè, puisque seulement 40% environ des personnes interrogées ont pu reconnaître ces problèmes médiatiques. Le score global à l'index EMI pour les capacités de réflexion va de modéré à bon (11,5 sur 20).

Les groupes de discussion ont confirmé que les jeunes générations du Burkina Faso sont fréquemment confrontées au cyberharcèlement et à la désinformation. La forme de cyberharcèlement la plus mentionnée est le harcèlement sexuel. La désinformation, en revanche, est condamnée en raison du besoin des jeunes de disposer d'informations fiables sur l'état actuel de l'insécurité dans le pays.

Bien que la méfiance envers les politiciens et la sphère politique en général soit grande, comme le confirme l'étude commandée par la Fondation Hirondelle en 2019, les résultats des groupes de discussion et des enquêtes de l'index EMI indiquent une sensibilité relativement faible aux préjugés politiques et à la censure chez les jeunes Burkinabè. L'une des raisons pourrait être le désenchantement vis-à-vis de la politique officielle, qui pousse les jeunes à considérer l'ingérence politique dans les reportages des médias comme allant de soi.

Création

Les jeunes Burkinabè possèdent des compétences de base dans le domaine de la création. Environ 60% des participants ont déclaré avoir utilisé la compétence de base consistant à prendre des photos, moins de la moitié ont fait des enregistrements audio et environ un tiers des répondants ont enregistré des vidéos ou ont téléchargé des fichiers au moins de temps en temps. La mise à jour du profil sur les réseaux sociaux, la rédaction et la publication d'articles ainsi que la création de blogs ou de groupes WhatsApp ont été signalées par encore moins de jeunes. Il en résulte un score très faible de l'index EMI (5,6 sur 20).

Il semble que le soulèvement politique qui a eu lieu au Burkina Faso en 2014 a déclenché une hausse de l'activité en ce qui concerne le partage de photos, de vidéos et d'informations via les réseaux sociaux (voir Hagberg et al 2018 : 21). Mais cette activité sur les réseaux sociaux a eu lieu principalement dans le centre urbain du pays. Les groupes de discussion ont également révélé que les compétences de création des jeunes des zones urbaines (et surtout en ligne) étaient généralement plus développées que celles des jeunes des zones rurales. Le fait de ne pas pouvoir s'offrir d'appareils numériques et le manque d'infrastructures numériques se sont révélés être des obstacles importants.

Action

L'action consiste à mettre en pratique ses compétences en matière d'EMI pour le bien de la société ou pour son propre intérêt. Les participants ont montré des capacités limitées lorsqu'il s'agit d'utiliser leurs compétences médiatiques au profit de la société : environ 40% partagent des informations avec d'autres, un tiers des répondants commentent au moins parfois des questions en public, et un jeune sur six a déclaré avoir pris part à une campagne pour la liberté d'expression ou l'accès à l'information. Les personnes interrogées en milieu urbain ont été plus actives dans l'ensemble, peut-être en raison d'un meilleur accès à Internet et d'une plus grande proximité avec les événements nationaux dans la sphère politique.

L'auto-évaluation en matière d'EMI par les participants est relativement critique. Un peu plus de la moitié des personnes interrogées sont convaincues qu'elles peuvent utiliser les médias de manière responsable, les analyser de manière critique et refléter leur propre utilisation des médias. La proportion de personnes interrogées estimant qu'elles sont compétentes pour créer et publier leur propre contenu est considérablement plus faible, soit environ 30%. Le score de l'index EMI pour la sous-dimension de l'action est assez faible (8,2 sur 20).

L'image transmise par le résultat du groupe de discussion est légèrement différente en ce qui concerne la contribution au bien de la société. Même si la politique nationale est considérée avec scepticisme, de nombreux participants mentionnent des exemples d'utilisation des réseaux sociaux pour des actions politiques. Plusieurs experts interrogés dans le cadre de l'étude font écho aux conclusions de Ouoba (2016) selon lesquelles les jeunes Burkinabè ont gagné en confiance en utilisant les réseaux sociaux pour l'activisme politique après avoir joué un rôle majeur dans la diffusion de l'information lors des manifestations de masse contre l'ancien président en 2014. Il est à noter que l'exclusion sociale des jeunes marginalisés peut être considérée comme l'un des principaux moteurs de l'extrémisme violent au Burkina Faso (voir Loada et Ramoniuk 2014), ce qui souligne la nécessité d'inclure les jeunes dans les débats et les questions nationales. Les médias peuvent être un moyen d'y parvenir.

Résultats positifs

Résultats négatifs

Accès

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> + Accès régulier et généralisé à la radio dans tout le pays + Accès régulier et généralisé à la télévision dans tout le pays + Nombre élevé de propriétaires de téléphones | <ul style="list-style-type: none"> - Faible niveau d'accès à Internet - Fossé important entre les zones urbaines et rurales : moins d'accès aux médias pour les jeunes ruraux que pour les jeunes urbains - Moins d'accès pour les jeunes femmes que pour les jeunes hommes - Rare accès aux médias imprimés dont la presse écrite |
|--|--|

Analyse

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> + Connaissance étendue du droit constitutionnel à la liberté d'expression + Large connaissance de la définition du journalisme + Connaissance de base du paysage médiatique | <ul style="list-style-type: none"> - L'analyse critique des leaders d'opinion et des processus de diffusion de l'information n'est pas suffisante - La distinction entre Facebook et Internet n'est pas claire pour environ la moitié des personnes interrogées |
|---|---|

Réflexion

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> + Fort rejet de la désinformation, du cyberharcèlement et des discours de haine + Grande sensibilisation aux effets négatifs du cyberharcèlement, de la désinformation et des discours de haine | <ul style="list-style-type: none"> - Faible niveau de sensibilisation et, dans plusieurs cas, acceptation de certaines formes de partialité et de censure des informations - Le répertoire pour contrer le cyberharcèlement et la désinformation est limité |
|--|---|

Création

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> + La prise de photos est très répandue et assez fréquente + Les enregistrements audiovisuels sont assez répandus | <ul style="list-style-type: none"> - La rédaction/publication d'article est peu fréquente - La création de blogs/sites web est rare - Les chargements de fichiers, la mise à jour du profil sur les réseaux sociaux et la création de groupes de messagerie sont rares |
|---|---|

Action

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> + Des segments de la jeune génération sont impliqués dans des actions de la société civile et les documentent en utilisant les réseaux sociaux comme outil + Auto-évaluation assez réaliste des compétences en matière d'utilisation responsable des médias, d'analyse critique et de réflexion sur sa propre utilisation des médias | <ul style="list-style-type: none"> - Partage limité d'informations avec d'autres personnes et de commentaires sur des questions politiques - Participation limitée aux campagnes pour la liberté d'expression et l'accès à l'information - Auto-évaluation des compétences en matière de création / publication de son propre contenu est relativement faible |
|---|--|

8. Recommandations

En se basant sur les résultats ci-dessus concernant le Burkina Faso, les recommandations suivantes pourraient être données :

Accès

Encourager la création de formats pour les jeunes au sein des médias traditionnels : bien qu'étant majoritaires dans le pays, les jeunes Burkinabè (15-25 ans) ne sont pas souvent représentés dans les médias traditionnels. Ils ont besoin de plateformes en dehors des réseaux sociaux où ils peuvent exprimer leurs préoccupations mais aussi interagir.

Analyse

Encourager l'esprit critique et les compétences analytiques en matière de médias : les jeunes du Burkina Faso sont largement au courant des problèmes dans les médias tels que la désinformation et les discours de haine. Cependant, ils ont des difficultés à analyser le contenu des médias et à critiquer les informations données par les leaders d'opinion. Ils doivent améliorer leurs compétences afin de reconnaître un parti-pris politique et l'auto-censure.

Réflexion

Encourager le développement et l'application de stratégies visant à une meilleure sécurité en ligne : les jeunes Burkinabè font souvent face à des arnaques et des demandes de faveurs sexuelles en ligne. Leur donner des stratégies nécessaires pour se défendre réduira la probabilité d'être victime de ce genre de pratique.

Se doter de stratégies pour faire face au cyberharcèlement et au harcèlement sexuel : la cyberintimidation, le harcèlement sexuel et les demandes de faveur sexuelles chez les jeunes femmes et parfois aussi chez les jeunes hommes sont courants au Burkina Faso. Les jeunes de 15 à 25 ans doivent être sensibilisés et être soutenus dans l'élaboration de stratégies pour faire face à ces incidents.

Création

Encourager l'écriture et la création de contenu audiovisuel : dans le but d'exprimer leurs préoccupations succinctement et de manière convaincante, les compétences en matière de

production doivent être transmis aux jeunes Burkinabè. Les technologies audiovisuelles ont le potentiel de toucher les jeunes illettrés.

Action

Intégrer l'EMI dans le programme scolaire national et développer des alternatives pour les jeunes non scolarisés : il est important de faire comprendre l'importance de la maîtrise des médias et de l'information aux jeunes Burkinabè, et ce le plus tôt possible. Actuellement, il n'existe aucune initiative officielle visant à leur fournir des compétences de base en matière d'EMI dans le cadre scolaire et dans des contextes non formels. Convaincre d'importants acteurs du secteur de l'éducation serait un premier pas vers l'objectif d'intégrer l'EMI dans le programme scolaire national. Les jeunes non scolarisés ou n'ayant pas suivi d'enseignement formel devraient bénéficier de programmes de sensibilisation alternatifs. Ces programmes ne devraient pas se concentrer uniquement sur la transmission de connaissances, mais également donner aux jeunes la possibilité de mettre leurs compétences en pratique.

Développer une campagne EMI pour les jeunes : le développement des programmes scolaires étant liés à une obligation d'efforts considérables et à des incertitudes, une campagne nationale sur l'EMI pourrait être une première étape pour sensibiliser les jeunes du Burkina Faso à ce sujet.

Améliorer l'accès aux technologies et les compétences dans la matière chez les jeunes ruraux et les femmes : les personnes vivant en milieu rural et les femmes sont une partie de la jeunesse burkinabè qui possède un accès limité aux technologies et qui devrait être cibler pour améliorer l'accès à Internet et les compétences en la matière. En faisant cela, il faudrait prendre en compte le faible taux d'alphabétisation dans les zones rurales.

Bibliographie

- Afrobarometer Burkina Faso (2018):** Data set R7 (2018). <http://afrobarometer.org/online-data-analysis/analyse-online>
- CIA World Fact Book (2018):** Burkina Faso Country Profile. <https://cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/uv.html>
- Crisis Group (2018):** "Burkina Faso's Alarming Escalation of Jihadist Violence." March, 2018. <https://crisisgroup.org/africa/west-africa/burkina-faso/burkina-fasos-alarming-escalation-jihadist-violence>
- DW Akademie (2015):** Media and information literacy: A human rights-based approach in developing countries. Bonn: Edition DW Akademie. <https://dw.com/downloads/29875183/media-information-literacy.pdf>
- DW Akademie (2018):** Media and information literacy – A practical guidebook for trainers. Bonn: Edition DW Akademie. <https://dw.com/de/media-and-information-literacy-a-practical-guidebook-for-trainers-second-edition/a-42430545>
- Fondation Hironnelle (2019):** "Study on the expectations of Burkinabè youth and their information needs". <https://hironnelle.org/en/our-news/813-study-on-the-expectations-of-burkinabe-youth-and-their-information-needs>
- Freedom House (2016):** "Freedom of Press, Burkina Faso". <https://freedomhouse.org/report/freedom-press/2016/burkina-faso>
- Hagberg, Sten; Kibora, Ludovic; Barry, Sidi; Gnessi, Siaka; Konkobo, Adjara (2018):** „Nothing will be as before!“ Anthropological perspectives on political practice and democratic culture in "a new Burkina Faso". Uppsala: Uppsala Universitet.
- Loada, Augustin; Romaniuk, Peter (2014):** Preventing Violent Extremism in Burkina Faso. Toward National Resilience Amid Regional Insecurity. Goshen: Global Center on Cooperative Security.
- Mirani, Leo (2015):** Millions of Facebook users have no idea they're using the internet. <https://qz.com/333313/millions-of-facebook-users-have-no-idea-theyre-using-the-internet/>
- Boukari Ouoba (2016):** "A triumph for young people". D+C, development and cooperation, December 2016, <https://dandc.eu/en/article/burkinabe-youth-united-end-rule-president-blaise-compaore>
- Reporters without Borders (RSF) (2019):** Burkina Faso. <https://rsf.org/en/burkina-faso>
- UNESCO (2017):** Literacy Rates Continue to Rise from One Generation to the Next. Fact Sheet No. 45, September 2017, FS/2017/LIT/45. http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/fs45-literacy-rates-continue-rise-generation-to-next-en-2017_0.pdf
- WHO (2019):** Global Health Observatory, Burkina Faso statistics summary. <http://apps.who.int/gho/data/node.country.country-BFA>

-  DWAkademie
-  @dw_akademie
-  [dw.com/newsletter-registration](https://www.dw.com/newsletter-registration)
-  [dw.com/mediadev](https://www.dw.com/mediadev)

La DW Akademie est le centre de la Deutsche Welle pour le développement international des médias, la formation journalistique et le transfert de connaissances. Grâce à ses projets, elle renforce le droit de l'homme à la liberté d'expression et à un accès sans entrave à l'information. La DW Akademie permet aux gens du monde entier de prendre des décisions libres, fondées sur des faits fiables et un dialogue constructif.

La DW Akademie est un partenaire stratégique du ministère fédéral allemand de la Coopération économique et du Développement. Elle est également active grâce à des fonds du ministère allemand des Affaires étrangères et de l'Union européenne, et ce dans une cinquantaine de pays émergents et en développement.



Made for minds.