

**Enquête sur le profil numérique des
personnels des médias burkinabè**

Avril 2019

1

Avant-propos

Dans le cadre de ses programmes de recherches, l'Institut Supérieur de la Communication et du Multimédia (ISCOM), en tant que structure d'enseignement et de recherche, ambitionne de réaliser et publier régulièrement des études sur l'état et l'évolution des secteurs des médias, de la communication, de la publicité et des technologies de l'information et de la communication (TIC) au Burkina Faso.

L'enquête sur le profil numérique des personnels des médias burkinabè a été réalisée dans ce cadre avec l'appui financier des Editions Lefaso (éditeur du site Lefaso.net) et le concours technique d'OBAAS Consulting (bureau d'études spécialisé dans les enquêtes statistiques, les études de marchés, les sondages d'opinion, le développement et l'intégration des solutions informatiques).

Cette enquête a été effectuée sur l'ensemble du territoire burkinabè pendant la période de septembre 2018. Elle a concerné 253 personnes travaillant dans les médias, toutes catégories confondues.

Nous remercions tous les acteurs qui y ont activement participé : tous ceux qui ont bien voulu répondre à nos enquêteurs et tous ceux qui, d'une manière ou d'une autre, ont contribué à la réussite de cette étude.

L'Institut Supérieur de la Communication et du Multimédia (ISCOM)

L'ISCOM est un établissement supérieur d'enseignement privé créé en 2017 et qui a ouvert ses portes officiellement à la rentrée 2018-2019. L'ISCOM propose des formations (système LMD et formations continues) axées sur le numérique dans le domaine du journalisme, de la communication de la publicité et l'informatique (journalisme numérique, communication numérique des organisations, publicité numérique et web-développeur).

(www.iscom-bf.net)

Lefaso.net

Créé en octobre 2003, Lefaso.net est un média d'informations générales. Il est édité par la SARL Les Editions Lefaso (RCCM BFOUA2010B0824, N° IFU 00025627J). Selon le site de mesure d'audience (Alexa.com), Lefaso.net est le premier site burkinabè le plus visité au Burkina et le 5^e après les plates-formes internationales (Google, Facebook, YouTube, Yahoo). (www.lefaso.net)

OBAAS Consulting

OBAAS Consulting est une entreprise d'ingénierie statistique et informatique de droit burkinabè avec IFU N°00028886C et RCCM N° BFZNR2010A052. Elle est spécialisée dans les enquêtes statistiques, les études de marchés, les sondages d'opinion, le développement et l'intégration des solutions informatiques (open-sources et propriétaires), l'audit des systèmes d'information, la formation et le conseil.

<https://www.obaasconsult.com/>

SOMMAIRE

Sommaire.....	3
Introduction	4
I. Identification	5
1. Sexe :.....	5
2. Tranches d'âge	5
3. Niveau d'études	6
4. Expérience professionnelle	6
5. Domaine de spécialisation.....	7
6. Domaine de formation initiale.....	7
II. Formation	8
1. Formation initiale en journalisme.....	8
2. Formation au numérique.....	8
III. Maîtrise des règles du web-journalistes.....	10
IV. usages des réseaux sociaux.....	11
1. Facebook.....	11
2. Twitter	12
3. Blog.....	13
4. LinkedIn	14
5. Gestion de contenus et interactions sur les réseaux sociaux.....	15
6. Page Facebook officielle de votre rédaction.....	16
V. Connectivité et équipement.....	17
VI. Besoins, Modalités et financement de la formation continue.....	19

INTRODUCTION

Avec le développement de l'Internet, émerge une nouvelle forme de médias d'information : la presse en ligne. Titres de presse écrite, radios et télévisions interviennent, désormais, sur différents supports numériques. Des rédactions, des organisations, des pratiques de journalisme s'y expérimentent. Or l'existence de milliers de sites de presse en ligne aux audiences substantielles ne suffit pas à asseoir un profil numérique des professionnels qui y travaillent, à leur garantir les compétences exigées par ces nouveaux formats de diffusion.

L'enquête sur le profil numérique des personnels des médias du Burkina Faso prend donc appui sur ce constat pour essayer d'établir un profilage numérique des professionnels de ce secteur d'activité. Pour ce faire nous optons de procéder selon une approche quantitative basée sur la production de données chiffrées sur le phénomène observé. Cela permet d'avoir une idée des proportions et de la représentativité des opinions, des pratiques, etc.

Pour notre étude nous nous attachons à établir une représentativité des professionnels qui se sont approprié les outils du numérique (la production d'éléments multimédias, l'utilisation des réseaux sociaux, le travail en mobilité, etc.) dans leur démarche professionnelle. Et de ceux qui ont des difficultés dans cette appropriation.

Les entreprises de presse constituent notre point de départ pour accéder à la population cible. Pour ce faire, nous considérons comme population générale des médias les entreprises de presse bénéficiaires de la subvention de l'Etat à la presse privée au titre de l'année 2018. Pour faire partie des bénéficiaires de la subvention de l'Etat, les médias doivent satisfaire à un certain nombre de critères professionnels et administratifs tels que : être reconnus légalement à travers le récépissé délivré par le tribunal de grande instance, être déclarés au Conseil supérieur de la communication (CSC), avoir déclaré un minimum de son personnel à la Sécurité sociale, avoir en son sein des professionnels du journalisme, etc. Nous pensons donc que les entreprises de presse sur cette liste ont acquis une certaine crédibilité. La liste compte 96 médias dont 21 médias confessionnels, 36 médias à vocation commerciale et 39 à vocation associative.

Cette liste sera complétée par la liste des télévisions qui ont une existence exclusivement liée à la TNT. Parmi elles, certaines n'ont pas existé assez longtemps pour bénéficier de la subvention de l'Etat, d'autres, relevant de groupe de médias ne peuvent pas en bénéficier puisque dans ce contexte, un seul média peut postuler à la subvention. Toutefois, destinées à émettre dans un format numérique, ces télévisions paraissent intéressantes pour voir comment elles s'y sont préparées et envisagent l'avenir.

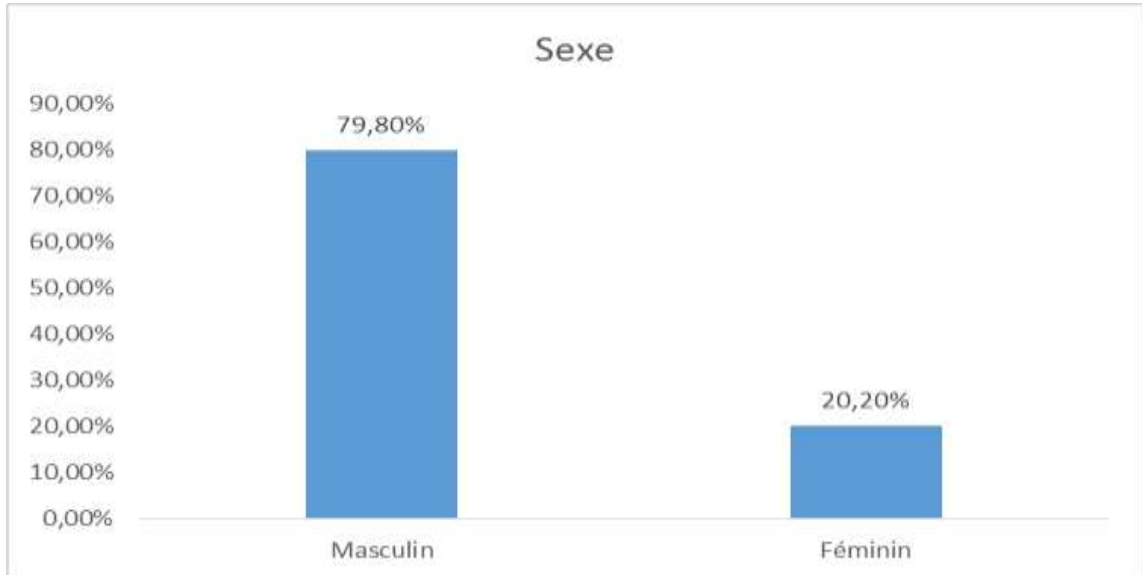
Au titre de la presse publique, nous retiendrons la RTB télé et radio et Sidwaya. La liste des entreprises de presses privées bénéficiaires de la subvention de l'Etat étant constituée de 96 médias, nous nous retrouvons avec une population générale de 103 médias.

A l'épreuve du terrain, certaines contingences (questions sécuritaires, volonté de certaines structures de ne pas participer à l'étude, indisponibilité de certains pour cause de voyage, etc.) ont influencé la quantité de l'échantillon définie au préalable.

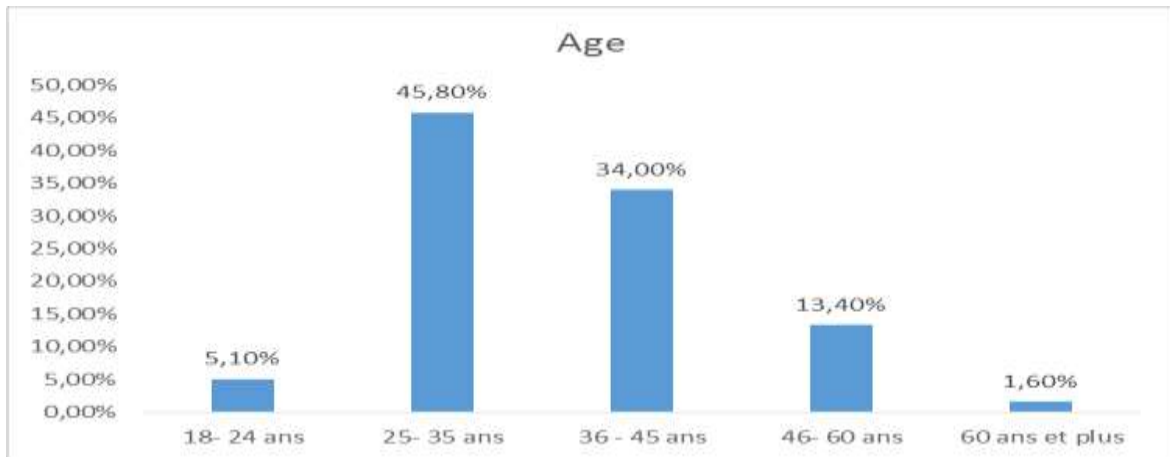
L'enquête sur le profil numérique des professionnels des médias a effectivement concerné 12 régions (sauf le Sahel) sur les 13 que compte le pays. L'enquête a effectivement concerné 253 professionnels des médias.

I. IDENTIFICATION

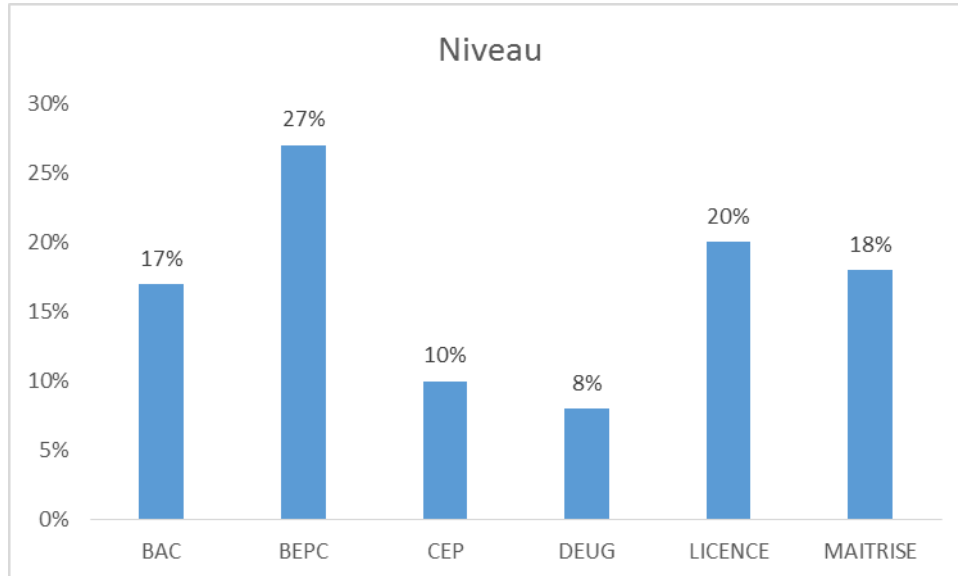
1. SEXE :



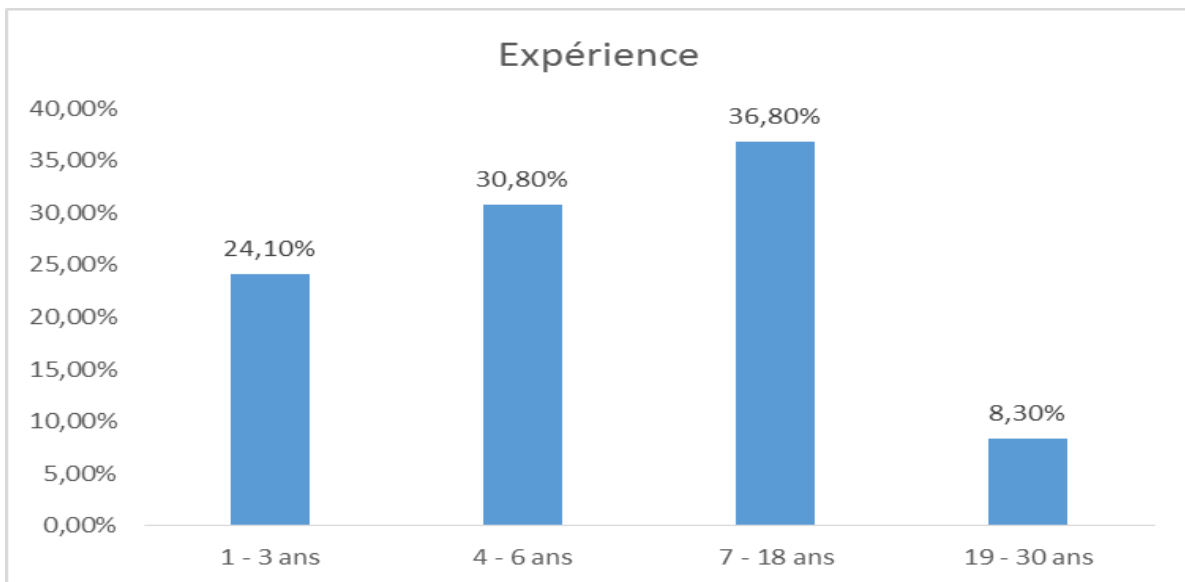
2. TRANCHES D'ÂGE



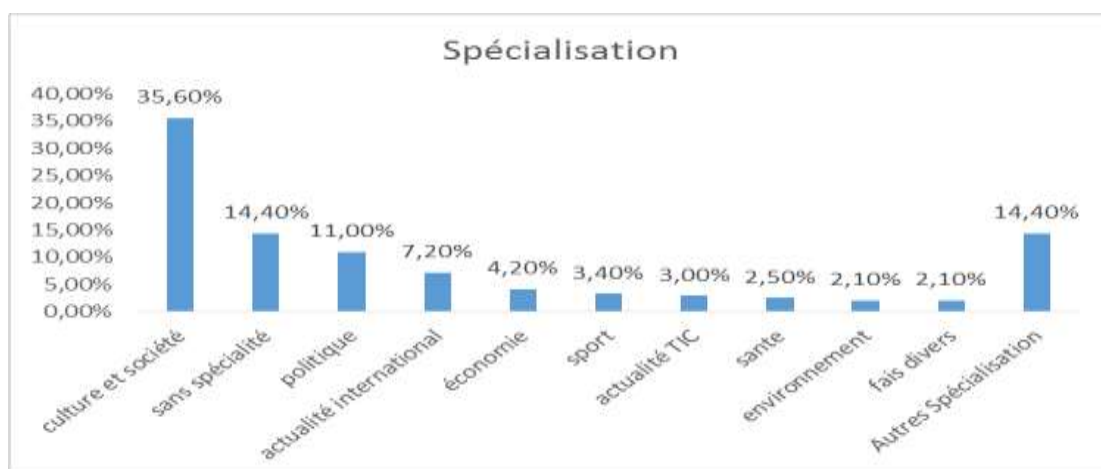
3. NIVEAU D'ETUDES



4. EXPERIENCE PROFESSIONNELLE



5. DOMAINE DE SPECIALISATION



6. DOMAINE DE FORMATION INITIALE

Formation initiale	Fréquence	Pourcentage
Journalisme et communication	102	47%
Lettres modernes	28	13%
Sociologie	10	5%
Droit	8	4%
Histoire	7	3%
Anglais	4	2%
Economie	4	2%
Philosophie	3	1%
Autres domaines	52	24%

Autres :

- Enseignement général
- Animateur / reporteur
- Secrétariat dactylographie
- Education
- Informatique
- Santé
- Alphabétisation en langue nationale (Mooré)
- Autodidacte
- Communication des entreprises et des organisations
- Finances Comptabilité
- Allemand
- Technique d'animation
- Théologie
- Transport et logistique

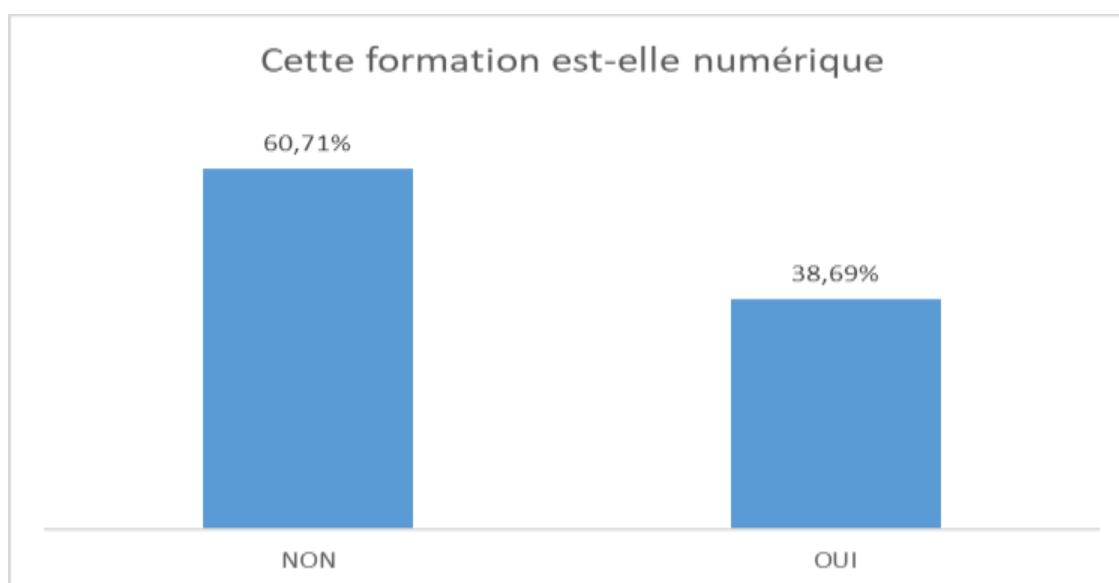
II. FORMATION

1. FORMATION INITIALE EN JOURNALISME

formation initiale en journalisme	Fréquence	Pourcentage
NON	85	33,60%
OUI	168	66,40%
Total général	253	100,00%

2. FORMATION AU NUMERIQUE

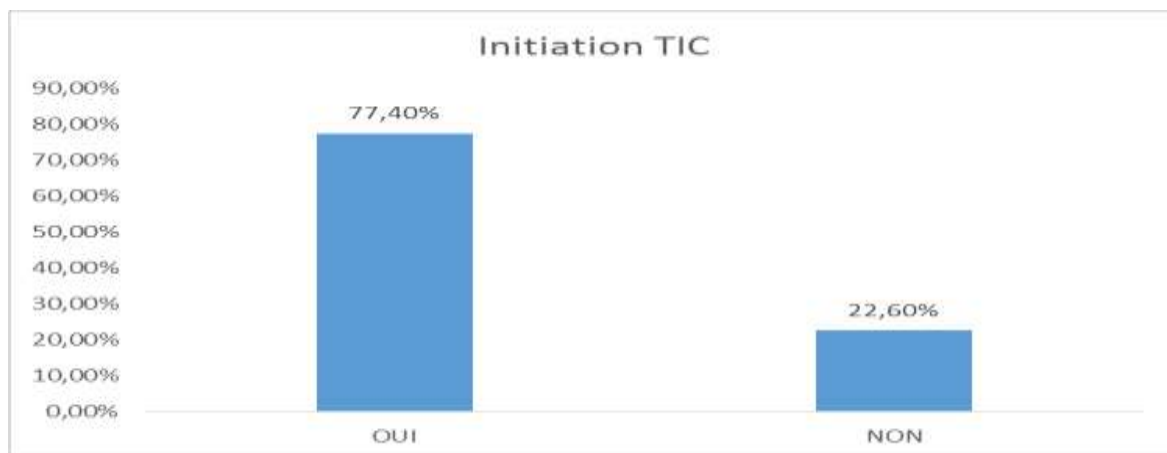
Cette formation est-elle numérique ?	Fréquence	Pourcentage
NON	102	60,71%
OUI	65	38,69%
Total général	168	100,00%



Enquête sur le profil numérique des personnels des médias burkinabè

3. AVEZ-VOUS SUIVI DES COURS D'INITIATION AUX TIC ?

Suivi des cours d'initiation aux TIC ?	OUI	NON
OUI	164	77,4%
NON	48	22,6%



4. SI OUI, POUR QUELLES APPLICATIONS ?

B21 Application TIC RM	Fréquence	Pourcentage
Traitement de texte	149	27,30%
Internet	145	26,60%
Réseaux sociaux	114	20,90%
PAO	55	10,10%
Création publicitaire	35	6,40%
Community management	12	2,20%
Webmarketing	8	1,50%
Content management	7	1,30%
Data mining	7	1,30%
Référencement	5	0,90%
e-réputation	3	0,50%
Autres applications	6	1,10%

Autres formations

- Collecte et recensement des informations.
- Cyber sécurité
- Des formations en investigations
- Montage
- Production d'émission
- Traitement de son
- Web

Enquête sur le profil numérique des personnels des médias burkinabè

5. SI VOTRE FORMATION EN JOURNALISME NUMERIQUE S'EST FAITE AU COURS D'UNE FORMATION CONTINUE, DITES, SELON QUELLE MODALITE ?

Modalité	Fréquence	Pourcentage
En autodidacte	102	40,31%
Organisme tiers	77	30,43%
Initiée par la rédaction	32	12,64%
NC	42	16,60%
TOTAL	253	100,0%

6. SI VOUS AVEZ ETE FORME AU COURS D'UNE FORMATION CONTINUE, COMMENT CETTE FORMATION A-T-ELLE INFLUENCE VOTRE TRAVAIL ?

Impact sur formation	Fréquence	Pourcentage
Amélioré	192	90,99%
Intensifié le rythme	14	6,63%
Aucun effet	4	1,89%
Détérioré la qualité	1	0,47%
TOTAL	211	100,00%

III. MAITRISE DES REGLES DU WEB-JOURNALISME

1. PRENEZ-VOUS EN COMPTE CES DIFFERENTS ELEMENTS DE CYBERECRITURE ?

différents éléments de cyber écriture	NC	Régulièrement	De temps en temps	Jamais	Total
Aération	22	90	73	68	253
Pagination	22	89	81	61	253
Datation	20	88	86	59	253
Signature	21	93	81	58	253
Elément sonore	18	98	70	67	253
Vidéo	23	47	62	121	253

2. A VOTRE AVIS, EXISTE-T-IL DES DIFFERENCES ENTRE JOURNALISME NUMERIQUE ET JOURNALISME MULTIMEDIA

Avis sur journalisms numérique et multimédia	Fréquence	Pourcentage
NON	139	54,94
OUI	106	41,89
Ne se prononcent pas	8	3,16
TOTAL	253	100,00%

IV. USAGES DES RESEAUX SOCIAUX

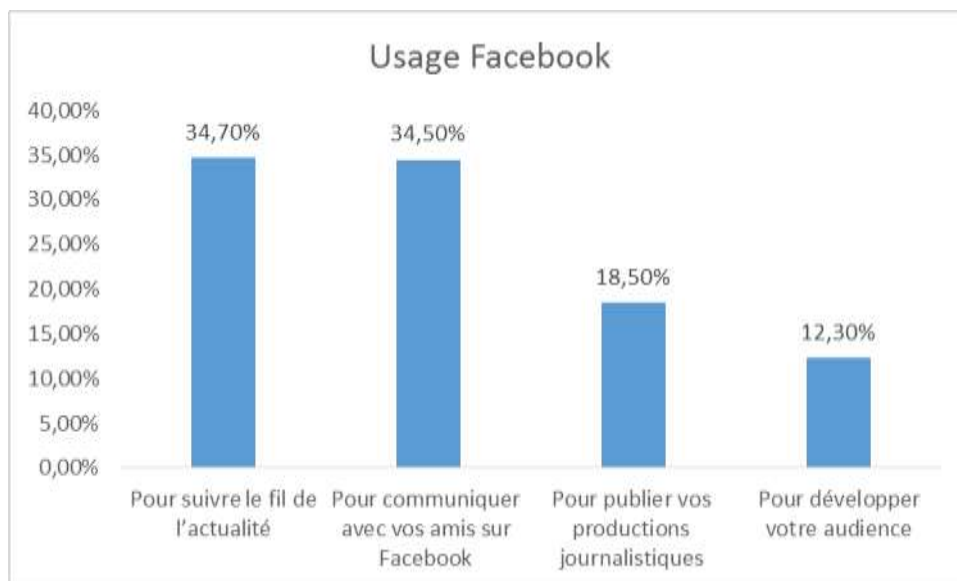
1. FACEBOOK

Compte Facebook	Fréquence	Pourcentage
OUI	217	85,80%
NON	36	14,20%
TOTAL	253	100,00%

SI OUI, COMMENT L'UTILISEZ-VOUS ?

Usage Facebook	Fréquence	Pourcentage
Pour suivre l'actualité	178	34,70%
Pour communiquer avec les amis sur Facebook	177	34,50%
Pour publier les productions journalistiques	95	18,50%
Pour développer votre audience	63	12,30%

Enquête sur le profil numérique des personnels des médias burkinabè



DEPUIS COMBIEN DE TEMPS ?

Temps Facebook	Fréquence	Pourcentage
Moins d'un an	12	4,74%
Plus de deux ans	102	40,31%
Plus de cinq ans	114	45,05%
Plus de 10 ans	21	8,30%
NC	4	1,58
TOTAL	253	100,00%

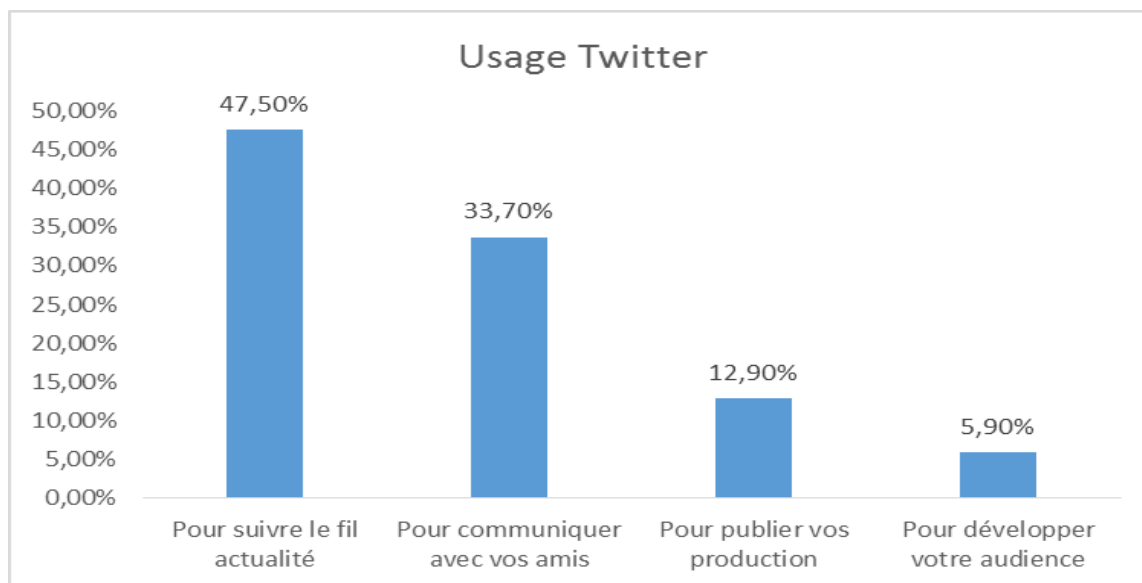
2. TWITTER

Compte Twitter	Fréquence	Pourcentage
NON	198	78,26
OUI	55	21,73
TOTAL	253	100

SI OUI, COMMENT L'UTILISEZ-VOUS ?

Usage Twitter	Fréquence	Pourcentage
Pour suivre le fil actualité	48	47,50%
Pour communiquer avec vos amis	34	33,70%
Pour publier vos productions	13	12,90%
Pour développer votre audience	6	5,90%

Enquête sur le profil numérique des personnels des médias burkinabè



DEPUIS COMBIEN DE TEMPS

Temps Twitter	Fréquence	Pourcentage
Plus de deux ans	34	61,81
Plus de cinq ans	17	30,90
Moins d'un an	4	7,27
TOTAL	55	100%

3. BLOG

Blog	Fréquence	Pourcentage
NON	235	92,88
OUI	18	7,11
TOTAL	253	100%

DEPUIS COMBIEN DE TEMPS

Temps Blog	Fréquence	Pourcentage
Moins d'un an	2	11,11
Plus de deux ans	10	55,55
Plus de cinq ans	4	22,22
Plus de 10 ans	2	11,11
TOTAL	18	100%

Enquête sur le profil numérique des personnels des médias burkinabè

4. LINKEDIN

Compte LinkedIn	Fréquence	Pourcentage
NON	226	89,32
OUI	27	10,67
TOTAL	253	100,00%

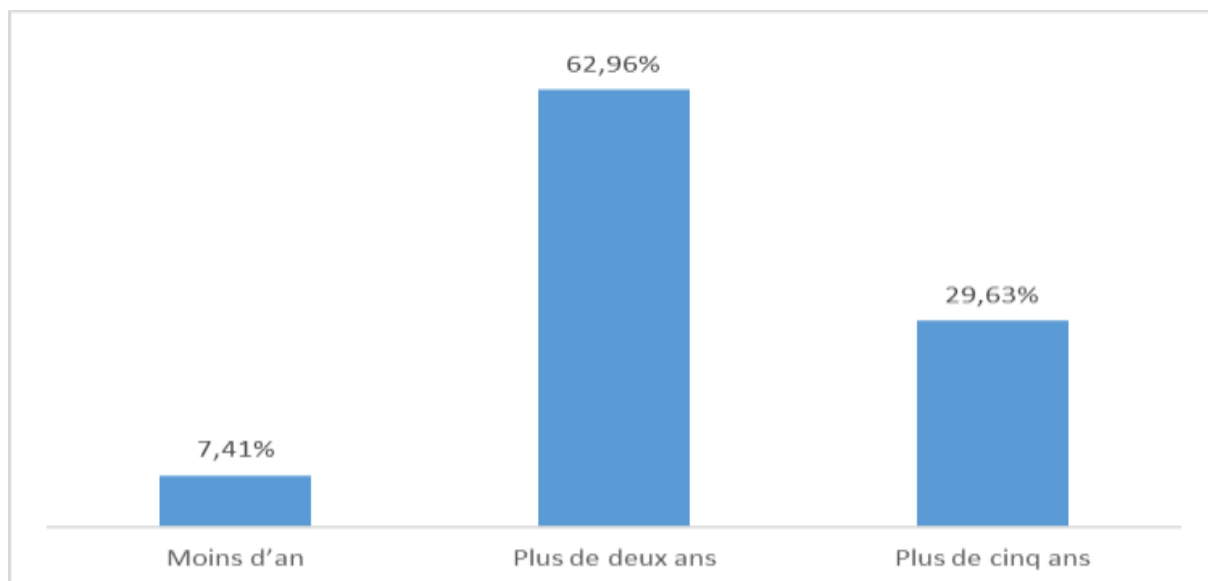
SI OUI, COMMENT L'UTILISEZ-VOUS ?

- Pour des relations professionnelles
- Etablissent des relations professionnelles
- Etre en alerte.
- Communique avec des amis
- Communiquer avec les professionnels du domaine
- Juste dans le cadre travail
- Les recherches
- Partager des liens utiles
- Personnel
- Pour le travail
- Pour suivre les conférences
- Publier des articles
- Quotidiennement
- Relation professionnel et voir les offres de travail
- Rencontre
- Voir les offres

DEPUIS COMBIEN DE TEMPS

Combien de temps	Fréquence	Pourcentage
Moins d'un an	2	7,41
Plus de deux ans	17	62,96
Plus de cinq ans	8	29,63
Total général	27	100,00%

Enquête sur le profil numérique des personnels des médias burkinabè



5. GESTION DE CONTENUS ET INTERACTIONS SUR LES RESEAUX SOCIAUX

AVEZ-VOUS L'HABITUDE DE TAGUER DES CONTENUS SUR LES RESEAUX SOCIAUX ?

Tag de contenus sur les réseaux sociaux	Fréquence	Pourcentage
De temps en temps	125	49,40
jamais	104	41,10
Régulièrement	24	9,48
TOTAL	253	100%

AVEZ-VOUS L'HABITUDE DE PARTAGER DES CONTENUS SUR LES RESEAUX SOCIAUX

Partager des contenus sur les réseaux sociaux	Fréquence	Pourcentage
OUI	190	75,09
NON	63	24,90
TOTAL	253	100,0%

AVEZ-VOUS L'HABITUDE DE PUBLIER DES CONTENUS SUR LES RESEAUX SOCIAUX ?

Publier des contenus sur les réseaux sociaux	Fréquence	Pourcentage
De temps en Temps	146	57,70

Enquête sur le profil numérique des personnels des médias burkinabè

Jamais	54	21,34
Régulièrement	53	20,94
Total général	253	100,00%

SI OUI, DE QUELS CONTENUS S'AGIT-IL ?

- des informations
- les flashs et les articles du site
- les titres des journaux
- Autres

6. PAGE FACEBOOK OFFICIELLE DE LA REDACTION

La rédaction dispose-t-elle d'une page Facebook ?	Fréquence	Pourcentage
NON	193	76,28
OUI	60	23,71
TOTAL	253	100%

SI OUI, COMMENT L'EXPLOITEZ-VOUS (UNE REPONSE AU CHOIX)?

Comment l'exploitez-vous ?	Fréquence	Pourcentage
Je ne l'utilise pas	20	33,33
Publier des informations	27	45
Publier le contenu du site web	5	8,33
Partager du contenu et promotion du site	2	3,33
Pas fonctionnel	2	3,33
Partager les informations et des reportages	2	3,33
Pas alimenté	1	1,66
Toujours pour les publications et suivre l'actualité	1	1,66
Total	60	100%

V. CONNECTIVITE ET EQUIPEMENT

1. COMMENT ACCEDEZ-VOUS A INTERNET PAR ORDRE DE PREFERENCE

Support Accès Internet	Fréquence	Pourcentage
Téléphone mobile	196	40,50%
Ordinateur portable	155	32,00%
Ordinateur de bureau	133	27,50%

2. OU ACCEDEZ-VOUS A INTERNET HABITUELLEMENT ?

Lieu d'accès Internet	Fréquence	Pourcentage
Au bureau	203	43,4%
A la maison	138	29,5%
En mobilité	127	27,1%

3. POSSEDEZ-VOUS UN SMARTPHONE (ANDROÏDE OU IPHONE) ?

Possession Smartphone	Fréquence	Pourcentage
OUI	216	85,47
NON	37	14,62
TOTAL	253	100,00%

4. SI OUI, EST-CE UN BIEN

Appartenance	Fréquence	Pourcentage
Personnel affecté par le service	192	88,88
	24	11,11
TOTAL	216	100%

5. SI VOUS POSSEDEZ UN TELEPHONE INTELLIGENT, CONCEVEZ -VOUS VOTRE TELEPHONE PORTABLE COMME UN OUTIL DE TRAVAIL ?

Possession d'un téléphone intelligent	Fréquence	Pourcentage
OUI	166	76,85
NON	50	23,14
TOTAL	216	100%

Enquête sur le profil numérique des personnels des médias burkinabè

6. SI OUI QU'EN FAITES-VOUS ?

Usage Outils	Fréquence	Pourcentage
Appels, communications	77	46,38
Navigation	38	22,89
Dictaphone	22	13,25
Appareil photo	19	11,44
Saisie, montage et autres applications	10	6,02

7. QUELLES SONT VOS HABITUDES DE CONSOMMATION D'INTERNET SUR LE MOBILE ?

Habitude Consommation	Fréquence	Pourcentage
Moteur de recherche	195	33,90%
Réseaux sociaux	180	31,30%
Applications de travail	105	18,30%
Messagerie	95	16,50%

8. DES PROPOSITIONS POUR UNE MEILLEURE APPROPRIATION DES RESEAUX SOCIAUX POUR LE JOURNALISTE ET POUR SON ORGANE DE PRESSE

FORMATION	<p>Former le personnel pour une meilleure appropriation des outils numériques</p> <p>Former en tics et en journalisme.</p> <p>Former sur la sécurisation des données</p> <p>Former les utilisateurs, travailler à filtrer les informations nuisibles.</p> <p>Former les agents au journalisme web</p> <p>Former les agents au droit et à la réglementation du web-journalisme</p> <p>Récycler des journalistes à l'usage des réseaux sociaux</p>
INTERNET	<p>Améliorer la couverture du réseau internet</p> <p>Améliorer la qualité du réseau internet afin de faciliter le travail</p> <p>Lutter contre la cybercriminalité</p> <p>Réduire les coûts de connexion</p> <p>Réglementer le domaine du numérique.</p> <p>Subventionner les outils numériques, l'accès à l'internet haut débit</p> <p>Améliorer l'expansion la fibre optique pour une connexion de qualité</p>

Enquête sur le profil numérique des personnels des médias burkinabè

MATERIELS	Développer l'outil numérique Diminuer le prix d'accès aux outils numériques Doter les agents en outils performants Subventionner les outils pour le personnel
COMMUNICATIONS	Améliorer l'accès aux moyens de communication récents. Accès aux réseaux de télécommunications fluides, La fiabilité des réseaux mobiles

VI. BESOINS, MODALITES ET FINANCEMENT DE LA FORMATION CONTINUE

1. ETES-VOUS INTERESSE PAR DES FORMATIONS DANS LES MODULES SUIVANTS :

Module Formation RM	Fréquence	Pourcentage
Ecrire pour le web	133	14,30%
Web-documentaire	133	14,30%
Mobile journalisme	130	13,90%
Digital planning	127	13,60%
Réseaux sociaux	115	12,30%
Data journalisme	112	12,00%
Blog professionnel	111	11,90%
Fact checking	65	7,00%
Autres modules	7	0,80%

Autres modules :

- Création de logiciel, Photoshop
- Formation en montage d'image
- Gestion des médias en ligne
- JRI
- Journalisme d'investigation,
- Maitrise des logiciels de traitement
- Management éditorial
- Marketing digital
- Media sécurité
- Sécurité informatique

Enquête sur le profil numérique des personnels des médias burkinabè

2. COMBIEN DE TEMPS ETES-VOUS DISPOSE A CONSACRER A CES FORMATIONS ?

Temps disponible pour la formation	Fréquence	Pourcentage
Une semaine	128	50,59
Un mois	60	23,71
Trois mois	22	8,69
Autres	43	16,99
TOTAL	253	100%

3. QUELLE MODALITE DE FORMATION PREFEREZ-VOUS :

Préférence modalité de formation	Fréquence	Pourcentage
Formation en présentiel	147	58,10
Formation en présentiel et à distance	76	30,03
Formation à distance	30	11,85
TOTAL	253	100 %

4. ETES-VOUS PRET A FINANCER CETTE FORMATION VOUS-MEME ?

Financement Personnel de la Formation	Fréquence	Pourcentage
OUI	157	62,05
NON	96	37,94
TOTAL	253	100%