

MEDIA AFRICAINS ET MEDIA INTERNATIONAUX : QUELLES INFLUENCES MUTUELLES ? QUELS APPORTS A L'AFRIQUE ?

Jacques Philippe NACOULMA

Université Nazi BONI de Bobo-Dioulasso
nacphil2@yahoo.fr

Résumé

L'Afrique noire étant par essence le continent de l'oralité, elle donne à la parole la même valeur que d'autres peuples à l'écrit. D'ailleurs l'écrit ne dérive-t-il pas de la parole ? Le Coran et la Bible pour ne citer que ceux-là n'ont-ils pas été révélés oralement avant d'être transcrits ? Ceux qui en Afrique sont les dépositaires de la mémoire collective, suffisamment conscients de la mission qui est la leur, se sont toujours efforcés de transmettre les traditions archées telles qu'ils ont reçues, sans rajouts, ni surenchères. Ainsi la parole et l'écriture, pour ne citer que ceux-là, constituent les media africains. Mais avec l'ouverture de l'Afrique au reste du monde, les media internationaux notamment l'affiche, la radio, la télévision, la presse écrite, le cinéma, l'internet et les télécommunications, suppléent aux media africains. Dès lors, quelles sont les influences réciproques des media africains et internationaux ? Quels apports des media internationaux à l'Afrique ? L'objectif général de cette recherche théorique est d'analyser l'utilisation planifiée de stratégies et de processus de communication en vue du développement de l'Afrique. Afin d'atteindre cet objectif, le regard critique scientifique propose une nouvelle approche méthodologique des media africains et internationaux qui implique un changement de paradigme : « l'interdisciplinarité » ici convoquée au nom « de la complexité croissante du savoir ». Quelques principaux résultats présentent les caractéristiques et les fonctions sociales des media africains, celles des media internationaux, leurs influences mutuelles et les apports des media internationaux à l'Afrique.

Mots clés : media africains, media internationaux, influences mutuelles, apports en Afrique.

Abstract

African and international Media: Which mutual influence? Which contributions to Africa? Since Black Africa is substantially the continent of orality, speech is as valuable as writing for other peoples. Besides, doesn't writing derive from speech? The Koran and the Bible, just to name a few, were they not revealed orally before being transcribed? In Africa, the repositories of the collective memory who are enough aware of their mission, have always strived to bequeath archival traditions as they have received, without additions or exaggeration. Thus, speech and writing constitute the first African media. However, with the opening of Africa to the rest of the world, African media are getting replaced by international media, notably posting, radio, television, written press, cinema, Internet and Telecommunication. Therefore, what are the mutual influences of the African and international media? Which contributions to Africa? The overall objective of this theoretical research is to analyze the planned use of communication strategies and processes for Africa development. In order to achieve this objective, the scientific critical look proposes a new approach to African and international media which involves a paradigm shift: "interdisciplinarity" hereby referred to because of "the increasing complexity of

knowledge». Some of the main achievements show the overall contribution of African media to the development of society, the use of international media to the dissemination of knowledge and technologies from the North, the contributions of international media to Africa.

Keywords: African media, international media, mutual influences, contributions in Africa.

Introduction

« L'homme, c'est la parole [...]. L'homme peut tout faire avec sa parole. Il peut dire une parole savoureuse, qui donne aux autres la joie. Une parole de sel, qui a du goût. Une parole qui mange, qui saisit la poitrine, le cœur, le dos. Une parole qui frappe le ventre, en révélant les pensées cachées. Une parole qui donne à tout le corps de celui qui l'entend un frémissement jusqu'aux jambes [...]. La parole est constitutive de notre humanité, de notre identité de « parlêtre », comme dit Lacan, c'est-à-dire de parole. N'en faisons-nous pas l'expérience quotidienne ? » (Fédry, 2010 : 13).

Par cette déclaration, la parole a une très grande importance dans les sociétés humaines. Elle est un moyen par lequel les êtres humains communiquent. Mais la parole peut également revêtir la forme d'« écriture » : « On peut prendre « écriture » au sens très large : dessins sur lesalebasses, signes sur le corps, traits sur le sol seront alors considérés comme une « écriture ». Nous prenons ici le mot « écriture » au sens strict, qui est aussi le sens le plus courant : « une technique de représentation de la parole par une trace laissée sur un support conservable » » (*ibid.* : 287).

De ce constat, l'écriture est précédée et déterminée par la parole. C'est la parole qui donne sens (au double sens de direction et de signification) à l'écriture. Dès lors, en représentant la parole sur un support matériel, extérieur à l'émetteur et au récepteur, elle va assurer la communication de l'un à l'autre *en l'absence de l'un et de l'autre*. Elle surmonte ainsi l'écart de l'espace (message envoyé à des milliers de kilomètres, sur papier ou par Internet) et du temps (un message peut trouver un destinataire des jours, des années ou des siècles après son émission). Voilà une invention extraordinaire, aussi décisive que celle du feu, et qui va faire entrer dans l'histoire les sociétés qui l'acquièrent (*ibid.* : 290).

Le terme média désigne tout moyen ou tout support de distribution, de diffusion ou de communication interpersonnelle, de masse ou de groupe. Ainsi observons-nous, « le média passant de l'oralité à l'écriture »

(*larousse.fr*). De ce fait, nous nous préoccupons de savoir quelles sont les caractéristiques et les fonctions sociales des media africains et celles des media internationaux ? Le véritable problème posé par cette recherche fondamentale est celui des « influences sociales » (au sens de Mugny *et al.*, 2017) des media africains et internationaux. Pour résoudre le problème posé, nous organiserons la réflexion en trois phases. La première phase traite des media africains dont les fonctions sociales essentielles sont de promouvoir le vivre-ensemble. La deuxième phase aborde les objectifs politiques et idéologiques des media internationaux. La troisième et dernière phase s'intéresse aux apports des media internationaux à l'Afrique.

1. Méthodologie

Le choix méthodologique de cette recherche fondamentale repose sur une analyse du discours, caractérisée par l'« interdisciplinarité » (Boutet et Maingueneau, 2005 ; Charaudeau, 2010), c'est-à-dire « une interdisciplinarité en actes et en pratiques » (Boutet et Maingueneau, 2005 : 31), où « langage, discours et société se co-construisent » (*ibid.* : 12), impliquant « un profond remaniement des concepts et des méthodes » (*ibid.* : 36-37). Ce qui révèle donc « de véritables connexions entre concepts, outils d'analyse et modes d'interprétation de différentes disciplines » (Charaudeau, 2010 : 200). Ainsi convient-il d'« Aborder les sciences sociales comme un ensemble de disciplines à la fois structurées et mobiles, et donc apprendre à changer de point de vue » (Desjeux 2004 : 4). C'est également l'exigence de la bibliographie occidentale et africaine, qui est ici rappelée, afin de *complexifier* les media africains et internationaux qui se prennent eux-mêmes pour objet. Le traitement et analyse de données consistera à décrypter les discours des scientifiques tenus sur les media. Nous aurons donc une vision du discours, du langage comme « instrument de contrôle, matériel social » (Marcuse, 1968 : 127 & 217), dans lequel « la syntaxe, la grammaire, le vocabulaire sont des actes moraux » (*ibid.* : 220). Dans toute société, la production du discours est à la fois contrôlée, sélectionnée, organisée et redistribuée par un certain nombre de procédures qui ont pour rôle d'en conjurer les pouvoirs et les dangers. Le discours n'est pas simplement ce qui traduit les luttes ou les systèmes de domination, mais ce pour quoi, ce par quoi on lutte, le pouvoir dont on cherche à s'emparer (Foucault, 1970 : 11-12). A cette fin, l'approche méthodologique évite trois écueils : « Penser

que seuls de grands systèmes explicatifs permettraient de rendre compte des phénomènes sociaux » ; « penser que le recours simultané – et non critique – à plusieurs disciplines devrait permettre de mieux expliquer les phénomènes. Ce serait pratiquer un amalgame qui pourrait faire illusion mais ne serait que de la poudre aux yeux » ; « défendre un relativisme neutre accumulant des études empiriques locales sans autre visée que d’apporter un petit caillou à l’édifice d’une cathédrale du savoir dont on ne verrait jamais que quelques pierres » (Charaudeau, 2010 : 219). La solution pour éviter ces écueils est de « recourir à une véritable interdisciplinarité » (*ibid.*). Dès lors, l’interdisciplinarité n’est pas « modèle » préétabli ni une posture à la mode, mais un « état d’esprit », une démarche qui a l’auto-critique et la prise de conscience de ses propres limites épistémologiques pour enjeu (*ibid.* : 220). De ce point de vue, l’interdisciplinarité fait l’économie de trois aspects. D’abord, l’interdisciplinarité se situe sur un *parcours* qui va de la pluridisciplinarité à la transdisciplinarité. En effet, elle transforme en un milieu dialogique, à la fois de type polémique et herméneutique, l’écart de l’interprétation ouvert par la pluridisciplinarité et s’accomplit dans la transdisciplinarité (« trans » signifie à travers et au-delà) qui implique une visée anthropologique et éthique focalisant les savoirs et leur donnant sens. Ensuite, elle se trouve « commandée » par les pouvoirs politiques administratifs et économiques qui contrôlent, planifient et évaluent les processus d’organisation des savoirs. Enfin, elle renvoie à la fonction opératoire de la subjectivité et, dans les sciences humaines et sociales, mobilise implicitement un modèle spécifique de la subjectivité inséparable de l’agir (Resweber, 2011 : 171). De même, certains points de l’interdisciplinarité semblent insuffisamment développés ou qui ne sont pas abordés. En particulier, le statut singulier de l’analyse du discours, qui est interdisciplinaire par nature, et les problèmes que pose la définition de ce que Charaudeau appelle un « champ disciplinaire » (les sciences du langage ou les sciences de l’éducation par exemple) ; j’insiste sur la diversité de ces champs disciplinaires et sur leur caractère hétérogène. Cette discussion est illustrée par l’exemple des études littéraires (Maingueneau, 2010 : 185).

Afin de traiter les différentes données collectées, nous avons eu recours à une méthodologie d’analyse thématique (Creswell, 2013), à base de regroupement de mots/expressions/phrases. Après quoi, nous avons organisé une analyse de contenu. L’analyse de contenu est une technique

de description objective, systématique et quantitative du contenu manifeste des données afin de les interpréter (*ibid.*).

2. Résultats

2.1. *Les media africains et leurs fonctions sociales*

« Les peuples de tradition orale ont vécu des traditions vivantes, c'est-à-dire la transmission de bouche à oreille, de mains en mains par gestes, et cœur à cœur par communication, de ce qu'avaient de fondamental et de vital leurs coutumes ancestrales » (Sanon cité par Fédry, 2010 : 75). De bouche à oreille : **oralité** vient du mot latin *os, oris* « bouche, visage » (Fédry, *ibid.*). Méditant ainsi sur la parole, nous ne pouvons échapper au corps. Même si nous l'oublions, parler, c'est d'abord émettre des sons sortis de notre bouche ; écouter, c'est recevoir en notre oreille une onde sonore. Ce n'est pas que cela, mais c'est d'abord cela. La parole, c'est l'esprit dans le corps et par le corps. Et notre nom, par lequel nous existons socialement, c'est d'abord une onde sonore de bouche à oreille. Un **Je** vocal, un **Je** incarné. (*ibid.* : 10). La communication de bouche à oreille, ce fut d'abord bien sûr la modalité exclusive puis dominante des cultures orales, culture de la parole et mieux encore de la voix et de l'écoute. Ces échanges langagiers (où le geste joue son rôle) supposent des interactions interpersonnelles directes, *in praesentia* (Privat, 2017 : 3). Pour ce dernier en effet, l'expression *de bouche à oreille* attire l'attention sur un mode de transmission de l'information (à la croisée de la corporalité et de l'oralité), alors que l'expression *le bouche à oreille* désigne, elle, plus tardivement, la circulation orale des messages dans les espaces publics modernes (*ibid.* : 2).

Ainsi par exemple, la parole est au cœur de l'organisation sociale des Sanan ; elle fonde non seulement les relations à autrui, mais également révèle l'individu et le groupe. Les Dioula auxquels sont apparentés les Sanan ne disent-ils pas : "L'Homme n'a ni queue, ni crinière par lesquelles il puisse être attrapé. C'est par sa parole qu'on l'attrape..." (Nyamba, 2000).

C'est tout dire sur la signification de la parole : la parole dite, la parole donnée, la parole répétée, la parole chantée, la parole ritualisée, la parole couverte (métalinguistique), la parole sacrée et la parole consacrée. Les Sanan parlent dans de multiples circonstances de leur vie : à la fête, au décès, lors de funérailles, dans les relations sociales, etc. ; c'est pourquoi, dans leur système d'éducation, il existe une éducation à la parole ; les

veillées de contes sont des occasions d'apprentissage de la parole ; c'est le temps du "savoir-dire" qui précède celui du "savoir-faire" et celui du "savoir-être". Mais en réalité les deux derniers savoirs se construisent sur le premier. D'où l'importance de savoir maîtriser la parole, en tout lieu et en tout temps ! (*ibid.* : 15). Dès lors, « on ne parle pas n'importe où et n'importe comment ». Il y a des conditions de prise de la parole, liées le plus souvent aux identités des acteurs : l'âge, le sexe, l'ethnie, le statut matrimonial, le rang social, etc. De son point de vue, il existe des occasions privilégiées d'énonciation de la parole : les séances de contes, les chants de funérailles ou les jeux verbaux des alliances et des parentés à plaisanteries. En de telles circonstances on distingue des paroles d'enfant, des paroles d'adulte, des paroles de femme, des paroles d'homme, des paroles liées à des fonctions sociales : chef de terre, chef du village, chef de corps de métiers spécialisés comme de la forge, de la poterie, du cuir, etc. Ce processus de communication se déroule invariablement, même lorsqu'il s'agit de communication avec le monde invisible des dieux, des génies et des esprits (Nyamba, 2005 : 77-90). Cette disposition est également mise en évidence en « pays Igbo » (au Nigéria) : « Publique ou privée, la parole est codifiée, limitée par des interdits : on ne dit pas n'importe quoi à n'importe qui, et pour avoir tout son impact, tout son poids, pour bien piler, tailler et découper, cette parole doit respecter les règles établies. Le choix de la personne à laquelle on s'adresse n'est donc jamais laissé au hasard, et tout échange est réglé comme une partition, depuis les diverses salutations pratiquées selon le sexe, l'âge et le rang de la personne rencontrée, jusqu'au questionnement de l'oracle par le devin » (Fédry, *ibid.* : 31).

Ainsi assistons-nous à une communication avec le monde surnaturel, c'est-à-dire avec le divin qui serait au fondement de la religion et de la spiritualité, et responsable de l'harmonie sociale.

Sur l'ensemble du territoire impérial Mandé, par exemple, il est établi : « N'offensez jamais les « Nyaras » (paroliers attitrés) » (Charte de Kurunkan Fuga, 1236 : Art.13). De même, ce principe de vie est fondamental : « Respectez la parole d'honneur » (*ibid.* : 23). Alors observons-nous des « Règles de la parole en Afrique ». A cette fin, la gestion de la parole pour maintenir la cohésion sociale, en faisant tout pour éviter le conflit, est une caractéristique si importante dans les sociétés africaines de tradition orale (Fédry, *ibid.* : 33). Sur ce point, Fédry rejoint Leenhardt pour qui la parole est la forme que prend chez les Mélanésiens une partie de ce que nous appelons la tradition. On ne sait

quand elle a commencé, elle dicte des comportements, elle maintient l'unité culturelle des générations, sans qu'aucun n'allègue d'autre raison que « c'est la parole des vieux » ou « des dieux ». Cette manière de tradition s'insère dans la continuité du clan, et sa forme procède de la vie de la parole (Leenhardt cité par Fédry, *ibid.* : 30).

L'écriture est aussi un media africain. Cette assertion n'apporte pas l'assentiment de plusieurs. Effectivement, l'Afrique est souvent présentée comme un continent « sans écriture ». Cette idée répandue n'est pas exacte. Le magnifique album *L'Afrique et la lettre*, paru en 1986 sous la direction de David Dalby, africaniste anglais, présente les nombreuses formes d'écriture attestées en Afrique (*ibid.* : 292).

Notons d'abord les anciennes écritures : l'antique écriture hiéroglyphique des Egyptiens, l'une des plus anciennes de l'humanité ; l'alphabet berbère employé sans interruption depuis plus de 2000 ans (existant de nos jours sous la forme de l'écriture « tifinagh » des Touareg du Sahara), l'éthiopien ou ge'ez (langue vivante puis morte de l'Eglise éthiopienne) noté par l'écriture syllabique de cent quatre-vingt caractères : ces dernières années, ce système a été repris pour transcrire toutes les langues d'Ethiopie dans le cadre de la campagne nationale d'alphabetisation menée par le gouvernement révolutionnaire. Il y eut aussi des essais pour écrire certaines langues de l'Afrique de l'Ouest en caractère arabes (haussa, fulfuldé, kanuri, songhay, langues de peuples islamisés de plus ou moins longue date). Enfin, plus près de nous, il y eut d'autres tentatives d'écriture, comme du roi de Bamum, à l'ouest du Cameroun à la fin du XIX^e siècle ; et quelques essais plus récents encore (basaa au Cameroun, wolof selon un système inspiré de l'arabe, alphabets chrétiens de certaines sectes au Nigeria pour noter des langues révélées...). On peut interpréter différemment ces tentatives. Elles attestent d'une présence ancienne de l'écriture ici et là. Mais, si l'on regarde les choses lucidement, il ressort finalement que l'écriture n'a véritablement « pris » nulle part en Afrique subsaharienne (*ibid.* : 293-294). Dans cette logique, il est insuffisant de définir négativement la culture de l'oralité comme « sans écriture », il faut en saisir les traits essentiels (*ibid.* : 75). De ce constat, ce qui caractérise la transmission orale, et la civilisation qui privilégie ce mode de communication, c'est la présence nécessaire des deux partenaires du dialogue, face-à-face. Une société basée sur l'oralité opte, pour un choix inconscient et vital, pour l'authenticité des relations et le refus de la dissociation (qu'opèrera l'écriture) entre la communication et le face à face de la présence : « Toute communication est auditive, écrit

Maurice Houis elle est identifiée comme émanant d'une personne ou d'un groupe, elle est publique » (Houis, 1971 ; Fédry, *ibid.*). Pour Lévi-Strauss (1971), l'écriture est un « media inauthentique » qui assure la communication de l'émetteur au récepteur en l'absence de l'un et l'autre.

L'écriture et la parole sont donc considérées comme des media africains. A cela s'ajoute d'autres media tels les proverbes, les contes, les noms de personnes, le feu, la foudre, les légendes, le tam-tam, le balafon, etc. Bref toutes les techniques d'expression orales et écrites exercées dans les sociétés africaines. Ces différents media africains exercent une fonction pédagogique ou éducative dans un contexte social où, par exemple, « l'éducation des enfants incombe à l'ensemble de la société. La puissance paternelle appartient par conséquent à tous » (Charte de Kurunkan Fuga, Art. 9). Aussi les media africains véhiculent toujours des « énoncés performatifs » (Isambert, 1977). En effet, un énoncé performatif remplit un certain nombre de conditions : « procédure fixée, exécution correcte, exécution intégrale, intentions correspondant à l'acte énoncé, agents et circonstances appropriées, prolongements des comportements requis » (*ibid.* : 90).

Les media africains présentent également la communication comme « performance de la culture ». La communication comme performance de la culture, c'est « performer » les codes de la culture à laquelle nous appartenons, et cette copformance nous a rassurés quant à notre qualité de membre : « être membre, c'est être prévisible », a dit Ray Birdwhistell [...] « et la culture, c'est tout ce qu'il faut savoir pour être membre », a renchéri son collègue Ward Goodenough. (Winkin, 2001 : 14-15). La communication comme performance de la culture, c'est aussi la capacité d'une parole ou d'un geste à effectuer une action dans le monde social ; ici, à opérer une mise à l'écart, une sorte de bannissement intérieur. Situation redoutable, qui montre bien comment sont couplés ordre de l'interaction et ordre social (*ibid.*).

L'Afrique a particulièrement développé cet art de la parole voilée, fondé sur le respect pour préserver l'harmonie sociale (Fédry, *ibid.* : 10). L'art du dialogue des sociétés de tradition orale africaine, c'est de savoir articuler la tradition à la situation. Il s'agit de permettre l'émergence de la vérité, ou du moins d'une action sensée, raisonnable, trouvée ensemble par le destinataire et l'émetteur, comme le disent Diarra et Leguy : « Ensemble, énonciateur et énonciataire construisent le sens à la manière de villageois qui hissent de concert le toit d'un grenier pour le protéger de la pluie, en écho à ce que dit le proverbe : 'Une personne seule ne met

pas le toit d'un grenier'. » (*ibid.* : 67). Un art de la parole pour non point « asséner » la vérité à l'autre, mais la lui laisser deviner. Lui laisser le temps de faire une partie du chemin, de réfléchir, de tirer par lui-même la leçon de ce qu'il entend pour l'appliquer à sa situation : telle est bien la fonction de nombreuses paroles en Afrique, notamment celles du *proverbe*, du *conte* et d'un certain nombre d'*anthroponymes*. Dans cet art de parler en laissant deviner s'exprime un double souci : celui de préserver la cohésion sociale en évitant de blesser par une parole trop claire et directe, et celui de respecter la liberté du destinataire, de faire appel à son initiative pour découvrir par lui-même le chemin de la sagesse et s'y engager (*ibid.*).

Au demeurant, un certain nombre de noms de personnes contiennent des messages adressés à l'entourage, de manière énigmatique et voilée. On retrouve là le même souci de cohésion sociale (*ibid.* : 73). Effectivement, le nom a une structure qui correspond au schéma stratégique de la non-violence. Le nom désigne son porteur mais son message va à son destinataire, le contact est ainsi évité. Quelqu'un peut appeler son fils « je suis plus fort que toi ». En désignant son fils, il dit à son rival ce qu'il ne peut dire en face, sans provoquer la violence. Le nom devient ainsi une instance de communication sociale non violente. Les messages sont chargés sur le nom ; le porteur du nom sert d'intermédiaire et d'isolant entre le destinataire et le destinataire, ce qui permet d'éviter l'affrontement entre les deux adversaires, et de détourner la violence (Akotia, 2006 ; Fédry, *ibid.* : 74). Plaintes et ressentiments peuvent ainsi s'exprimer, mais d'une manière non violente, ce qui est un art de vivre en société (Fédry, *ibid.*).

Comme on peut le constater, qu'il s'agisse de nom-messages, de proverbes, de contes, ce que nous trouvons au fondement de cette parole imagée, c'est une certaine manière de respecter l'autre en l'invitant à cheminer dans le dialogue (Fédry, *ibid.* : 74). Dans cette perspective, une situation d'oralité est toujours nouvelle, imprévisible : c'est toute la différence entre le théâtre et le cinéma. La radio, la télévision ne présentent, de ce point de vue, que l'apparence d'une situation d'oralité. Mais le message oral est porté par un autre vecteur, qui part d'une tradition pour rejoindre une situation : la tradition s'actualise, selon des normes précises de lieu et de temps, selon un « formulisme » rigoureux, dans telle situation concrète, en fonction des besoins et objectifs d'un groupe social. Quand un ancien, devant une situation ou un comportement précis, dit un proverbe à un jeune, c'est la tradition qui

s'actualise. Et, en même temps, pour les partenaires participants ou témoins du dialogue, elle se confirme et s'enrichit d'un sens nouveau, par sa mise en relation avec une situation nouvelle. De même, il accomplit un rite, il aura le souci de marquer sa fidélité à ce qu'il a reçu des ancêtres : « Ce que ton père a fait autrefois, ce que ton aïeul a fait autrefois, avant que ton père le fasse à son tour, toi, fais-le en suivant sa trace, mais alors n'outrepasse pas leur bouche » (Fédry, *ibid.* : 76 ; Fédry et Djiraingué, 1977 : 52). De ce point de vue, les textes oraux doivent présenter une assise structurée, une trame à laquelle la mémoire puisse s'accrocher, et qui est transmise en même temps que le texte lui-même. De plus, la profération de la parole fait que tout le texte n'a de valeur que vers le public et par le public. La structure des textes contribue à soutenir l'attention et à aider la mémoire (Houis, *ibid.* : 60 ; Fédry, *ibid.* : 76). De toute évidence, les media africains sont des arts de vivre en société. A ce titre, ils ont pour fonction sociale essentielle de maintenir le vivre-ensemble. En effet, « l'exigence du vivre-ensemble nous réunit toutes et tous dans un devoir commun d'égalité des chances et d'inclusion. » (ICEA, 2007 : 6).

2.2. Les media internationaux et leurs fonctions sociales

« Les systèmes d'écriture sont passés de la représentation des mots à celles des syllabes, puis des phonèmes (le plus souvent selon des façons différentes mêlées les unes aux autres) et les moyens de reproduction sont passés des tablettes aux papyrus, au parchemin et au papier, de l'inscription à l'aide d'un stylet à la peinture avec une plume, de l'écriture manuscrite aux blocs d'imprimerie, des caractères mobiles à la presse mécanique, puis à la machine à écrire et à l'ordinateur. Chacune de ces transformations a affecté la société, en modifiant non seulement les caractéristiques mêmes de 'l'industrie de la connaissance', mais encore la nature de cette connaissance et les processus cognitifs qui lui sont liés aussi bien que l'organisation de la société elle-même. » (Goody, 1985 : 99).

De ce fait, les tendances évolutives de l'écriture qui débutent par la représentation des mots pour aboutir à l'ordinateur caractérisent les media internationaux. Ces nouveaux médias, que plusieurs appellent les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC), bien qu'ils puissent remplir certaines des fonctions qui incombaient additionnellement à leurs prédécesseurs les médias de masse, se distinguent d'une façon cruciale de ceux-ci. Les ordinateurs personnels connectés

entre eux et, depuis 1994, sur Internet, ont tous la particularité d'être *interactifs* et de permettre ainsi des communications bidirectionnelles, voire multidirectionnelles, ce que l'on n'avait jamais pu réaliser avec les médias traditionnels (Caron et Caronia, 2005 : 20). Effectivement, les transformations culturelles mobilisées par les nouvelles pratiques de communication ne concernent pas que les structures de participation ou la forme publique des événements sociaux. Elles ont également déclenché un processus de reconstruction des liens sociaux et des relations interpersonnelles. Avatars modernes du premier outil inventé par les humains pour surmonter les limites de face-à-face, les nouvelles technologies de communication nous forcent à repenser et à réinventer les formes de la vie sociale et les modèles culturels constitués (*ibid.* : 7). A ce titre, les media internationaux sont des « technologies émergentes de communication au quotidien » (*ibid.* : 6). Du reste, une des caractéristiques non moins importantes des media internationaux, c'est qu'ils tendent à supprimer le fossé entre vie privée et vie publique. En effet, l'irruption de la vie privée dans le champ médiatique est actuellement générale : les émissions de télé-réalité, la presse « people », l'actualité politique, l'image, la starisation. Tout un chacun, personnalité en vue ou simple citoyen anonyme, expose à son insu ou de son plein gré, faits et gestes qui oscillent en permanence entre sphère privée et sphère publique (Boenisch, 2011 : 2). De son point de vue, la surexposition médiatique de la sphère privée fait écho à une pratique juridique contrainte à mesurer et délimiter le point d'équilibre entre « le droit à la vie privée », et « le droit à l'information » (*ibid.*).

Les media internationaux sont également à l'origine de la création d'une « société en réseau » comme par exemple, la « société 5.0 » qui est en train de se profiler à l'échelle mondiale par le truchement des phénomènes « d'automatisation, de dématérialisation, de digitalisation, d'industrialisation, et de servicisation » (Salgues, 2018). Dans ce contexte spécifique, Briggs (2019) soutient qu'internet est en train de bouleverser la pratique du journalisme partout dans le monde entier, car il introduit une nouvelle façon d'aborder le métier. En effet, le réseau internet, les sites web, les blogs, les forums et autres espaces de parole ouverts à tous sont en train de déséquilibrer une profession importante, voire primordiale, dans l'équilibre des pouvoirs des démocraties libérales, notamment aux États-Unis. Selon lui, le web est un média nouveau, un média du futur et, en tant que tel, il est différent des autres médias. Ainsi d'après Briggs, le monde est devenu mobile. Et le journalisme avec lui. A

son avis, il y a encore quelques années, un journaliste qui voulait être paré à toute éventualité aurait rempli son sac avec un ordinateur portable, une clef 3G, un appareil photo numérique, un caméscope, un dictaphone, sans oublier bien sûr un téléphone portable. Aujourd'hui, ce même journaliste peut simplement mettre son téléphone dans sa poche » (Briggs, 2019 ; Toppé, 2021). A cette fin, le journalisme se reconfigure sous l'effet conjugué de la révolution numérique et de l'ère de la transformation (*ibid.*).

Devant le flot informationnel apporté par l'internet, les moteurs de recherche essaient, dans leur diversité, de guider l'utilisateur à la manière d'un outil de navigation « chargé de prendre connaissance des documents accessibles sur le web » (Sire, 2016 ; Michet, 2018). C'est parce qu'on souhaite mobiliser l'information dans le temps et l'espace, et parce qu'on organise socialement et techniquement les modalités de sa communication, que la recherche est possible. À chaque nouvelle méthode de traitement ou de transmission de l'information, il fallut concevoir de nouveaux procédés de stockage et de nouvelles procédures d'accès. L'annuaire Yahoo constitua une première révolution en proposant des liens vers des sites par catégories et sous-catégories accompagnés d'une description, mais, fin 1990, le nombre de sites était devenu trop important pour cette méthode. Puis vint Google, et son principe de *Pagerank* (l'algorithme d'analyse des liens participant au système de classement des pages web utilisé par le moteur de recherche Google). (*Ibid.*). Pour fonctionner, un moteur de recherche suit quatre étapes essentielles entre les informations disponibles et les résultats d'une requête : d'abord le travail des *crawlers* ou collecteurs repérant les informations possibles ; ensuite, l'indexation pour permettre une recherche pertinente et rapide ; puis, la formulation de la requête par l'internaute, le moteur devant faire le lien avec la base de données ; enfin, la présentation des résultats et le classement des informations (Sire, 2016 ; Michet, 2018).

Les media internationaux ont aussi mis en évidence l'interrelation media-effets. Ainsi peut-on regarder objectivement, voire scientifiquement les médias et leurs effets ? Peut-on trouver, dans les connaissances et les attitudes des spectateurs, les traces de ces manipulations ? (Marchand, 2004 ; Hurez, 2012). Par ces interrogations, Marchand ne manque pas d'illustrer ses propos d'exemples issus d'expériences menées outre-atlantique et qui ont permis de saisir les répercussions psychosociologiques de certains événements sur le grand public : la

diffusion de spots publicitaires pour prévenir des risques cardiovasculaires causés par l'alimentation, le tabac et le sport, les films et les magazines érotiques, ou encore la violence et la criminalité – pour ne citer que les principaux. Même si certains résultats semblent difficiles à établir, nombreux sont les constats qui en émanent pour prouver l'influence et l'emprise que l'abus de messages médiatiques peut avoir sur le public (Hurez, *ibid.* : 2-3).

Les études sur les media et leurs effets intéressent également Katz et Lazarsfeld (2018) pour qui, toutes les recherches sur les communications ont affaire au problème des *effets*. Des spéculations théoriques les plus anciennes aux enquêtes empiriques les plus récentes, c'est toujours la même question, qu'elle soit ou non explicitée, qui est posée : « Que peuvent « faire » les médias ? » Cette question concerne autant les chercheurs sur les médias que leurs « clients ». Prenez le producteur de radio, le publicitaire, le propagandiste ou le pédagogue. Tous ces sponsors de la recherche s'intéressent aux effets de leurs messages sur le public (Katz et Lazarsfeld, 2018 : 39). A ce titre, l'intérêt prépondérant de la recherche sur les médias porte sur leur efficacité à influencer les attitudes et les opinions, dans le très court terme, d'ordinaire pour les changer. Peut-être cet état de fait s'exprime-t-il le mieux dans la notion de « campagne » - campagne pour influencer les votes, pour vendre des savonnettes ou pour réduire les préjugés (*ibid.*). En s'interrogeant aussi sur la « puissance et l'impuissance des effets » (*ibid.* : 375), Katz et Lazarsfeld exposent les « fonctions sociales des médias de masse » en ces termes : « Les médias *confèrent un statut* aux yeux du public à « des problèmes, des personnes, des organisations ou des mouvements sociaux », du simple fait qu'elles les mentionnent, en leur donnant la parole ou en les insérant dans une histoire. Les médias ont un effet de distinction en attirant l'attention du public, en la canalisant et en la focalisant sur un thème, en faisant apparaître, en individualisant et en accordant de l'importance et du crédit, ou encore, en donnant du prestige, de l'autorité et de la légitimité à un personnage ou à une institution.

Les médias imposent l'*application des normes sociales* en les affirmant publiquement. Des transgressions qui passent pour bénignes et sont tolérées tant qu'elles sont pratiquées dans l'ombre de la vie privée, deviennent intolérables quand elles sont montrées du doigt et dénoncées en public. Les médias ont un effet d'alignement de la moralité privée sur la moralité publique : les croisades morales exercent ainsi une pression

sur des conduites de déviance, dont certains s'accrochent bien en privé, mais qui deviennent insupportables en public.

Les médias ont une « *dysfonction narcotique* », pas seulement au sens où ils seraient l'opium du peuple et produiraient de la fausse conscience, mais parce qu'en augmentant le temps de la lecture ou de l'audition, ils distraient les citoyens de l'action organisée. Ils ont une fonction idéologique en détournant l'attention de certains problèmes, autant qu'ils produisent des effets d'inertie et d'apathie, en conduisant les citoyens à s'abstenir de toute forme d'engagement public. [...] Au lieu d'insuffler de l'énergie en rendant les humains conscients de leur condition, elles laissent croire que s'informer, connaître et comprendre, c'est agir. » (*ibid.* : 375-376).

Dans ces conditions, le concept d'interactivité est très opérant au point de permettre aux media internationaux d'instituer un Nouvel Ordre Mondial de l'Information et de la Communication (NOMIC).

2.3. Les apports des media internationaux à l'Afrique

Les media internationaux ont introduit en Afrique, les Sciences de l'Information et de la Communication (SIC) et la diversité culturelle. En effet, d'après Zougrana (2012) et nous convenons avec lui, les SIC ont un rôle essentiel à jouer : elles permettent de souligner l'importance historique des processus de communication et de proposer une vision globale des phénomènes de communication (*ibid.* : 1-2). L'auteur s'intéresse à l'histoire des processus de communication qui traversent les sociétés et les civilisations, s'interroge sur les mutations induites par les NTIC (nouvelles technologies de l'information et de la communication) dans les sociétés contemporaines et, plus précisément, sur les processus d'uniformisation du monde et d'atomisation de la diversité culturelle (*ibid.* : 2). Pour lui, la révolution des moyens de communication conduit plus que jamais au brassage des sociétés entre elles ainsi qu'à un processus d'accumulation des savoirs et de confrontation des connaissances (*ibid.*). Aussi observe-t-il, deux perspectives sont alors proposées pour la défense de la diversité des cultures. L'une, horizontale et planétaire, utilise les TIC pour structurer et fédérer les formes alternatives à la globalisation hégémonique et univoque. L'autre, verticale et historique, s'inscrit dans les territoires afin de faire du terroir un sanctuaire indispensable au renouvellement de la diversité des cultures menacée d'appauvrissement. Et dans ce processus de patrimonialisation et de développement local, les NTIC, avec leur dynamique propre, semblent

indispensables à travers les possibilités qu'elles offrent : création de site, réservation en ligne, mise en lien des différents acteurs, etc. C'est donc avec raison que des organismes internationaux tel l'Unesco, insistant sur la nécessité de réduire la fracture numérique entre le Nord et le Sud, misent sur la connectique et les TIC (*ibid.* : 2-3).

Une autre contribution des media internationaux en Afrique, c'est la numérisation et le pouvoir incommensurable des media, c'est-à-dire la « Médiarchie » (Citton, 2017). Par Médiarchie, l'auteur déclare que « Les media [...] étirent les capacités sensorielles des êtres humains, dans le temps et dans l'espace. [Pour Marshall McLuhan, ils] sont des "prolongements de l'humain" [...] avec l'idée que le réseau des relais de poste, les lignes téléphoniques, les antennes hertziennes, les satellites et les câbles sous-marins de fibre optique ont constitué progressivement une sorte d'énorme système nerveux transindividuel transmettant nos irritations sensibles à travers toute la planète » (*ibid.* : 38).

Ainsi observe-t-on l'installation des infrastructures de télécommunication à l'échelle planétaire. Dans la même dynamique, en Afrique, après plus de 50 ans d'indépendance, marquées par le règne de partis uniques et de dictatures militaires, la plupart des pays africains sont engagés, depuis le début des années 90, dans des processus de démocratisation politique (De la Brosse, 2013 : 198). Cette démocratisation s'est accompagnée d'une libéralisation entière ou partielle du paysage médiatique : des lois sur les médias ont vu le jour ou des lois existantes ont été réformées pour s'adapter au nouveau contexte politique. Cette ouverture du marché des médias a entraîné l'explosion de leur nombre, interviennent des acteurs divers, venant du secteur public et/ou du secteur privé. Pour chaque État, il est apparu nécessaire d'encadrer ces nouveaux flux. Ce contrôle qualifié de régulation est un concept juridique aux contours flous (*ibid.* :34). Dans certains cas, comme au Burkina Faso, il est institué le Conseil Supérieur de la Communication (CSC) chargé de la régulation des media. Ainsi, « Régulation et démocratie » (*ibid.* : 29-171) et « Régulation et démocratie en Afrique subsaharienne » (*ibid.* : 173-365) sont des contributions majeures des media internationaux à l'Afrique. Ces media ont également rendu possible le « médiactivisme » (Blondeau et Allard, 2007). Effectivement, « Dans le domaine des technologies de l'Internet, la notion de curiosité est inséparable de celle d'expérimentation » (Blondeau et Allard, 2007 : 26). En ce sens que « internet favorise une propension à l'expérimentation [...] qui traverse l'histoire de la

démocratie électronique » (*ibid.* : 27). Dans la mesure où les notions de curiosité et d'expérimentation sont employées dans le but de « réinterroger les formats d'énonciation, de publicisation et de circulation de la parole publique » englobant « les trois grandes dimensions axiologiques autour desquelles se structure le débat sur la démocratie électronique [...] l'information des citoyens, le débat et la discussion ainsi que la délibération et la prise de décision » (*ibid.*). A cette fin « chaque média récapitule les développements médiatiques antérieures » (*ibid.* : 97).

Les media internationaux relancent et actualisent également « Une histoire du panafricanisme » (Boukari-Yabara, 2014). Pour ce dernier, on ne saurait, sans courir le risque de briser l'élan panafricain, séparer l'Afrique de ses diasporas : sans l'Afrique, les diasporas africaines n'ont pas d'identité ; sans les diasporas, l'Afrique perdrait de vue aussi bien l'ampleur de sa contribution passée et actuelle à notre monde que l'étendue mondiale de ses responsabilités (*ibid.* : 5). De son point de vue, la clarification de certains mots et concepts de nature « mobilisatrice » est nécessaire : « retour en Afrique », « L'Afrique aux Africains » ou « États-Unis d'Afrique » ; la lutte pour « la dignité, la justice et l'indépendance » (*ibid.* : 11).

Le transfert des media internationaux en Afrique a également introduit les « fake news » (Allard-Huver, 2017). Ce terme est loin de désigner une seule et même dimension du faux et la question de la qualification d'un élément en tant que faux n'est pas toujours aisée à établir. Le public de ces fausses nouvelles peut alors faire face à une satire ou parodie, un contenu trompeur, un contenu fallacieux, un faux contexte, des liens erronés, un contenu manipulé voire un contenu fabriqué (*ibid.*). Nonobstant l'intérêt d'une typologie des différents types de désinformation ou de mésinformation, c'est la propension d'une partie de l'opinion à douter de l'information, des journalistes et de toutes les sources « traditionnelles » d'expertise et d'information qui est au cœur de cette problématique (Allard-Huver, 2017).

A l'encontre les « fake news », le « Fact-checking » (Bigot, 2017) contribue à rétablir la vérité de l'information donnée aux publics. Effectivement, dans le monde, de plus en plus de médias disposent de rubriques ou chroniques consacrées à ce que les professionnels de l'information appellent le *fact-checking*. Derrière l'usage actuel de cet anglicisme, se cache une pratique journalistique récente, un genre

journalistique émergent qui consiste à évaluer la véracité de propos tenus par des responsables politiques ou d'autres personnalités (*ibid.*).

Très concrètement, le format classique, récurrent, d'un article ou d'une chronique de *fact-checking* est généralement le suivant : « Untel a déclaré tel jour dans tel média, telle information... Eh bien c'est vrai/faux/plutôt vrai/plutôt faux, etc. » (*ibid.* : 2). Est systématiquement associé à la citation, ainsi qu'au « verdict » donné par le journaliste, un long développement, fondé sur des données (souvent chiffrées) issues de rapports et de statistiques officielles, ainsi que sur des avis d'experts, le tout afin de proposer l'information la plus précise et juste possible. Chaque fois, l'idée reste d'éclairer le public sur la manière dont les personnes « fact-checkées » construisent leurs discours et élaborent leurs argumentations, pour mieux en décrypter les éventuels contenus de désinformation. Pour parvenir à leurs fins, les journalistes « *fact-checkers* », en charge de la production de ces contenus, sont missionnés pour repérer, au sein des tribunes offertes aux personnalités publiques (souvent politiques), les affirmations qui semblent se prêter le mieux à un travail de vérification, en fonction de leur intérêt propre (sujet d'actualité, polémique, etc.) et de leur intérêt journalistique (occasion de faire le point sur un thème donné, thématique jugée accrocheuse, etc.). Ils doivent aussi prêter attention à leur caractère « vérifiable » : s'assurer qu'ils sont en mesure de trouver, dans le temps imparti à ce travail au sein de la rédaction, un rapport officiel, des données ou des archives, par exemple, qui permettront de confirmer ou d'infirmer la citation retenue (*ibid.*).

Tout porte à croire que, les apports des media internationaux à l'Afrique se résument à l'« Éducation aux medias et à l'information » (Conseil de l'Europe, 2009), à savoir « la capacité à accéder aux médias, à comprendre et apprécier, avec un sens critique, les différents aspects des médias et de leur contenu et à communiquer dans divers contextes » (2009/625/CE).

2.3.1. Diffuser les connaissances et les technologies du Nord

La tendance à la communication de masse correspondait à l'idée qu'il suffisait de diffuser les connaissances et les technologies du Nord pour qu'elles soient adoptées et entraînent, par conséquent, le développement du Sud. C'est cela le paradigme de la « modernisation ». Les premières expériences, axées principalement sur les mass-médias, s'appuyaient à la fois sur un modèle de communication fondé sur la persuasion et la transmission d'information, et sur un modèle de développement fondé

sur l'augmentation de l'activité économique et le changement de valeurs et d'attitudes. C'est le paradigme d'intervention. Ce paradigme d'intervention consiste en un modèle de communication très simple pouvant être décrit en termes de stimulus-réponse, s'appuyant à la fois sur une logique de la persuasion et sur un modèle de développement qui lie ce dernier à l'accroissement de la productivité. Le modèle de diffusion des innovations constitue un des modèles issus du paradigme d'intervention et a exercé une influence majeure dans les pratiques de communication éducative pour le développement. Ce modèle, émanant des pratiques d'extension agricole exportées dans les pays en développement, et dans lequel l'information était transmise aux agriculteurs par une personne ressource, fut formulé en théorie par Everett Rogers en 1962. Cette théorie prenait en compte trois éléments principaux : le public cible de l'innovation, l'innovation même à transmettre et les sources et canaux de communication. Ce modèle a été critiqué par plusieurs pour son réductionnisme. Ainsi par exemple, les canaux et les sources de communication étaient généralement employés dans le cadre d'une communication verticale allant du haut vers le bas. On ne parlait jamais de communication horizontale entre les groupes et les communautés touchés par le problème auquel voulait répondre l'innovation, ni de communication verticale du bas vers le haut, permettant de porter les problèmes des gens au niveau des décideurs et des experts.

Plusieurs mirent en question le modèle de modernisation en constatant que la communication ne conduisait pas au développement ; une situation de dépendance économique face au Nord industrialisé : puisque le développement des pays du Nord implique le sous-développement des pays du Tiers-Monde, le « centre » s'enrichit aux dépens de la « périphérie ». Le terme de paradigme de « dépendance » résume cette conception. Selon ce paradigme, les obstacles au développement proviennent d'abord et avant tout de sources externes et non internes, c'est-à-dire du système économique international. En conséquence, les mass-médias ne peuvent agir comme agents de changement puisqu'ils transmettent les messages occidentaux et l'idéologie capitaliste et conservatrice. Ce paradigme, encore actif aujourd'hui, a été également critiqué parce qu'il a accentué les contradictions d'ordre international et qu'il n'a pas assez mis en évidence les contradictions d'ordre local et national. (Bessette, 1996 : 11-15). Telle est « la Réalité des médias de masse » (LuhMann, 2012).

Les media internationaux dans leur vocation à diffuser les connaissances et les technologies du Nord présentent également des images choquantes de l'Afrique et prononcent des discours publics francophones, pour donner une représentation des réalités historiques, économiques, sociales à la fois complexes et multiples de l'Afrique, empruntent à cette archive d'images susceptible de fournir des explications simples : les populations du Sahel concernées par la sécheresse, les orphelins des guerres civiles, les monceaux de cadavres du Rwanda, les femmes violées du Darfour, les réfugiés qui se pressent aux portes de l'espace Schengen » (Rinn et Bruneau, 2015 : 7-8). A cela s'ajoute « l'invariabilité des discours », en examinant soigneusement « les conditions de production des idées reçues véhiculées par les discours sur l'Afrique et la puissance des images qu'elles exercent sur les sociétés » (*ibid.* : 8).

2.3.2. Propager l'idéologie néolibérale

L'idéologie néolibérale prétend que la liberté est le fondement de tout le reste. [...] Elle présente le marché comme produit nécessaire de l'histoire, mécanisme impersonnel, objectif, ne favorisant aucun joueur en particulier... (St-Onge, 2017 : 19). Si je devais résumer : le néolibéralisme est le mode de régulation sociale adoptée par le capitalisme au cours de la période récente. C'est une façon de produire, de gouverner et de penser, un ensemble de valeurs, une idéologie, y compris une conception particulière de l'être humain. Le philosophe Michel Foucault définissait le néolibéralisme comme le « nouvel art de gouverner des sujets considérés comme de calculateurs intéressés ». Plus précisément, c'est le nouveau mode de régulation sociale que les classes dirigeantes et les gouvernements ont adopté pour répondre à la crise du régime d'accumulation ayant suivi la fin du Grand Boom. C'est une stratégie de reconfiguration du capitalisme dans le but de transformer le rapport de force entre les détenteurs de capital et l'ensemble des travailleuses et travailleurs et contrer la tendance à la baisse du taux de profit (*ibid.* : 19-20). Pour les intellectuels néolibéraux, l'exportation des idées est aussi vitale que l'exportation des capitaux et des marchandises (*ibid.* : 27). Dès lors, les *think tanks* néolibéraux, les associations patronales, les ténors de la finance, les politiciens des partis traditionnels, les institutions internationales et les intellectuels que le philosophe Julien Benda appelait les clercs, tous les acteurs actifs dans les médias, la Banque mondiale, le FMI, l'OCDE et l'Organisation mondiale du commerce (OMC) emploient des armées d'idéologues et d'économistes patentés qui

propagent ces idées grâce à l'accès privilégié qu'ils ont aux moyens de diffusion et d'expression de la parole que la plupart des journaux, radios et chaînes de télé aux mains des grands consortiums s'empressent de relayer. Le message est beaucoup plus efficace que s'il provenait d'une source unique, car il est diffus et propagé par des acteurs différents, partageant une même idéologie. C'est ainsi qu'il prend l'allure d'une vérité universelle. Le message est tellement bien intégré qu'il a largement contribué à la démission et à la démobilisation. Il a marginalisé et disqualifié toute forme de discours (*ibid.* : 94-95).

Depuis lors, des « groupes d'intérêt » monopolisent les media internationaux pour propager l'idéologie néolibérale à l'échelle de la planète. Ainsi par exemple, ce qui livré comme message est « la religion de la croissance ininterrompue du PIB ». Cette religion repose sur une équation fallacieuse : augmentation du PIB = richesse = progrès = augmentation de la consommation = bonheur. Cette équation trompeuse n'est en fait que la fidèle compagne du sophisme voulant qu'avant de partager la richesse, il faille la créer, qui n'est rien d'autre que l'apologie de la croissance illimitée par l'augmentation du PIB (*ibid.* : 55). Dans ces conditions, l'idéologie néolibérale c'est surtout « la reconfiguration du capitalisme : mise au pas du travail, offensive contre les salaires, montée des inégalités » (*ibid.* : 72). Sur ce dernier point, « selon Oxfam, les 62 personnes les plus prospères de la planète détiennent autant d'actifs nets que la moitié la plus pauvre de la population mondiale » (*ibid.* : 85).

Déjà en 1989, dans *L'Occidentalisation du monde*, je mettais en garde contre la montée d'un terrorisme disposant de moyens technologiques toujours plus sophistiqués, appelé à un bel avenir du fait de la croissance des inégalités Nord-Sud et de la montée des frustrations et du ressentiment (Latouche, 2005 : 5-6). En effet, sans esquisser une histoire comparée de la violence politique et des médias, on constatera que le terrorisme, qui vise à instiller la terreur, profite déjà de l'âge d'or de la presse populaire au XIX^e siècle. Le développement de l'image de presse, la multiplicité des titres et des mises en récit (de l'attentat), l'attente du grand public friand des faits divers et de ce « sang à la Une ». Tout cela favorise la circulation de l'information ainsi que de l'émotion. La presse, la justice sont bien malgré elles embrigadés dans l'entreprise de propagande anarchiste. En parallèle, la lutte contre le terrorisme, qui souvent s'est réduite à une lutte contre une idéologie considérée comme menaçante, passe par le contrôle des flux médiatiques. L'avènement de

nouveaux médias, radio et surtout télévision, puis internet, modifie la question du public ainsi que l'interaction avec celui-ci. Les médias relaient l'attentat, et donc la terreur, élargissant d'autant la notion de public. Ce qui engage les organisations terroristes à les intégrer dans leur stratégie et leur appareil militaire. L'accès aux médias devient l'enjeu d'une lutte entre les organisations terroristes et les États confrontés au phénomène. Pour sa part, l'Organisation État islamique s'est fait connaître par des vidéos de propagande ainsi que des médias (notamment presse web) d'une qualité professionnelle, élaborée par une structure spéciale consacrée à la communication (la cellule *al-furqan*), dont l'une des tâches est de mettre en place une communication ciblée, par réseaux sociaux, selon les catégories de personnes à enrégimenter. Enfin, dans le contexte d'un web 2.0 collaboratif, la multiplication des vidéos amateurs d'attentats, émanant tant des témoins que des protagonistes eux-mêmes, éclaire la circulation, quasiment virale, de la terreur comme spectacle et comme information. Le terrorisme fait feu de tout bois. Dans son arsenal, il faut donc envisager autant les moyens de communication que les armes de destruction, et la terrible confusion des cibles et des victimes comme une caractéristique de la « scène terroriste » (Ferragu, 2019). De ce constat, comment « sauver les médias » ? (Cagé, 2015). D'après cette dernière, il faut analyser au-delà du pluralisme des titres de presse et des chaînes de télévision, le *pluralisme de la propriété des médias* : un actionnariat multiple, diversifié, où la majorité des droits de vote ne soit pas entre les mains d'une minorité d'individus (*ibid.* :13). De son point de vue, il n'y a aucune raison de penser que le modèle de la société par actions et de l'autofinancement intégral par les ventes et la publicité soit le modèle adéquat pour les médias du xxi^e siècle. Au contraire, tout incite à innover et à apprendre de l'économie de la connaissance un peu partout dans le monde (*ibid.* : 22). Ainsi, l'auteure propose « la création d'une société de média à but non lucratif, intermédiaire entre le statut de fondation et de celui de société par action » (*ibid.* :14), « sans versement de dividendes ni possibilités pour les actionnaires de récupérer leur apport » (*ibid.* : 98). C'est cela le « financement participatif » et la « démocratie » pour contrecarrer « le capitalisme » des sociétés de médias (Cagé, 2015).

Conclusion

La recherche fondamentale rapportée dans cet article examine les influences sociales des media africains et internationaux.

Ces influences sociales infusent à travers des dynamiques complexes, généralement faites d'interactions sociales, contribuant à façonner et à modifier nos opinions, nos décisions, nos actions et nos réflexions. Que cela soit conscient, inconscient, désiré ou non, nous sommes sujets, voire soumis, à différentes sources et modalités d'influence (Mugny, *ibid.*). Tout au long de cette recherche, il a été justifié que les media africains se présentent souvent sous la forme de parole, d'écriture, de proverbe, de conte, de nom-messages à la naissance, entre autres. Ce processus de communication se déroule invariablement, même lorsqu'il s'agit de communication avec les êtres du surnaturel. L'innovation majeure pour le thème abordé est non seulement de décrire l'application des media internationaux à la diffusion des connaissances et des technologies du Nord mais aussi et surtout d'identifier les apports des media internationaux à l'Afrique. Les limites objectives du travail sont de deux ordres. D'une part, la présente recherche est théorique. Par conséquent, nous ne disposons pas des résultats des données de terrain. D'autre part, nous n'étudions pas les apports des media africains à l'Occident. Les perspectives de recherche consistent à l'application des media africains et internationaux au traitement de thèmes de développement en Afrique.

Références bibliographiques

Allard-Huver François (2017), « Fake news. Publicationnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics », <http://publicationnaire.humanum.fr/notice/fake-news/> consulté le 10 novembre 2022.

Akotia Kokou Benjamin (2006), *La construction des personnages du cycle d'Abraham*. Thèse de doctorat en Théologie catholique. Sciences bibliques. Université Marc Bloch de Strasbourg.

Bessette Guy (1996), *La communication participative pour le développement. Un agenda ouest-africain*, Centre de recherches pour le développement international, Ottawa (Ontario), Canada, Edition microfiche sur demande.

Bigot Laurent (2017), « Fact-checking. Publicationnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics », <http://publicationnaire.humanum.fr/notice/fact-checking/> consulté le 3 janvier 2023.

- Blondeau Olivier avec la collab. de Allard Laurence dirs.** (2007), *Devenir média. L'activisme sur Internet, entre défection et expérimentation*, Paris, Éd. Amsterdam.
- Boenisch Gilles** (2020), « Christophe Bigot. Médias et vie privée. Questions de communication », <http://journals.openedition.org/questions-de-communication/2813>, consulté le 21 septembre 2022.
- Boukari-Yabara Amzat** (2014), *Africa unite! Une histoire du Panafricanisme*, Paris, Éd. La Découverte, coll. Cahiers libres.
- Boutet Josiane & Maingueneau Dominique** (2005a), « Présentation », *Langage & Société*, 114, pp. 9-13.
- Boutet Josiane & Maingueneau Dominique** (2005b), « Sociolinguistique et analyse de discours : façons de dire, façons de faire », *Langage & Société*, 114, pp. 15-47.
- Briggs Mark** (2019), *Manuel de journalisme. Blogs, réseaux sociaux, multimédia, info mobile*, trad. de l'anglais (États-Unis) par C. Robert, Paris, Éd. Eyrolles, 2^{de} édition.
- Cagé Julia** (2015), *Sauver les médias. Capitalisme, financement participatif et démocratie*, Paris, Éd. Le Seuil/Éd. La République des idées.
- Caron H. André et Caronia Letizia** (2005), *Culture mobile : les nouvelles pratiques de communication*, Montréal, Les Presses de l'Université de Montréal.
- Charaudeau Patrick** (2010), « Pour une interdisciplinarité “focalisée” dans les sciences humaines et sociales », *Questions de communication* n°17, pp. 195-222.
- Charte de Kurunkan Fuga** (1236)
- Conseil de l'Europe** (2009/625/CE)
- Citton Yves** (2017), *Médiarchie*, Paris, Éd. Le Seuil, coll. La couleur des idées.
- De La Brosse Renaud** (2013), *Médias et démocratie en Afrique : l'enjeu de la régulation*, Bruxelles, Bruylant, coll. Médias, sociétés et relations internationales.
- Creswell W. John** (2013), *Research Design Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*, 4th Edition, SAGE Publications, Inc., London.
- Desjeux Dominique** (2004), *Les sciences Sociales*, Paris, Presses universitaires de France, coll. Que sais-je ?
- Fédry Jacques** (2010), *Anthropologie de la parole en Afrique*, Paris, Karthala, coll. Tradition orale.
- Fédry Jacques et Djiraingue Pascal** (1977), *Prières traditionnelles du pays Sara*, Sarh : CEL.

- Ferragu Gilles** (2019), « Terrorisme. Publicationnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics », <http://publicationnaire.humanum.fr/notice/terrorisme>, consulté le 10 décembre 2022.
- Foucault Michel** (1970), *Résumé des cours (1970-1982), Conférences, essais et leçons du Collège de France*, Paris, Julliard.
- Goody Jack** (1985), « Lecture et écriture dans les sociétés », *Encyclopaedia Universalis*, S II, Les enjeux, p. 99.
- Houis Maurice** (1971), *Anthropologie linguistique de l'Afrique Noire*, Paris, PUF.
- Hurez Stéphanie** (2012), « Pascal MARCHAND, dir., Psychologie sociale des médias, Questions de communication », <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/5837>, consulté le 15 avril 2022.
- Institut de coopération pour l'éducation des adultes (ICEA)** (2007), « Apprendre à vivre-ensemble, un enjeu de cohésion sociale ». Dans *Commission de consultation sur les pratiques d'accommodement reliées aux différences culturelles*.
- Isambert François-André** (1977), *Rapport sur la religion populaire aujourd'hui, Rites et efficacité symbolique et Le sens et le sacré. Fête et religion populaire*, Paris, Ed. du Cerf.
- Katz Elihu et Lazarsfeld F. Paul** (2008), *Influence personnelle : Ce que les gens font des médias*, Paris, Armand Colin.
- Latouche Serge** (2005), *L'occidentalisation du monde. Essai sur la signification, a portée et les limites de l'uniformisation planétaire*, Paris, Editions La Découverte.
- LuhMann Niklas** (2012), *La Réalité des médias de masse*. Trad. de l'allemand par Flavien Le Bouter, Paris, Éd. Diaphanes, coll. Transpositions.
- Marchand Pascal, dir.** (2004), *Psychologie sociale des médias*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, coll. Didact Psychologie sociale.
- Marcuse Herbert** (1968), *L'homme unidimensionnel*, Paris, Editions de Minuit.
- Mercier Pierre-Alain** (2008), « Liens faibles sur courants faibles. Réseaux sociaux et technologies de communication », Dans *Informations sociales* N° 147.
- Michet Florence** (2018), « Guillaume SIRE. Les Moteurs de recherche. Questions de communication », <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/16998>, consulté le 15 décembre 2022.

- Mugny Gabriel, Falomir-Pichastor Juan Manuel, Quiamzade Alain** (2017), *Influences sociales*, Fontaine, Presses universitaires de Grenoble, coll. Psycho plus.
- Nyamba André** (2000), « La parole du téléphone. Significations sociales et individuelles du téléphone chez les Sanan du Burkina Faso », in *Enjeux des technologies de la communication en Afrique : du téléphone à Internet*, Paris, Karthala, pp. 193-210.
- Nyamba André** (2005), « Approche sociologique et anthropologique de la communication dans les villages africains », in BENAMRANE Djilali (dir.), *Les télécommunications entre bien public et marchandise*, Paris, Éditions Charles Léopold Mayer, pp. 77-90.
- Privat Jean-Marie** (2017), « Bouche à oreille. Publicationnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics », <http://publicationnaire.huma-num.fr/notice/bouche-a-oreille/> consulté le 15 septembre 2022.
- Rinn Michael et Bruneau Narváez Nathalie (dirs)**. (2015, *L'Afrique en images. Représentations & idées reçues de la crise*, Paris, Éd. L'Harmattan, coll. Eidos.
- Resweber Jean-Paul** (2011), « Les enjeux de l'interdisciplinarité ». *Questions de communication*, 19, pp. 171-200.
- Salgues Bruno** (2018), *Société 5.0. Industrie du futur, technologies, méthodes et outils, volume 1*, Londres, Iste Ed., coll. Sciences, société et nouvelles technologies.
- Sire Guillaume** (2016), *Les Moteurs de recherche*, Paris, Éd. La Découverte, coll. Repères.
- St-Onge Jean-Claude** (2017), *L'imposture néolibérale. Marché, liberté, justice sociale*. Montréal, Les Editions Écosociété.
- Toppé Gilbert**, (2014), « Mark BRIGGS. Manuel de journalisme web. Blogs, réseaux sociaux, multimédia, info mobile. Questions de communication », <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/9465>, consulté le 15 mars 2023.
- Winkin Yves** (2001), *Anthropologie de la communication. De la théorie au terrain*, Paris, Editions du Seuil.
- Zougrana Jean** (2012), « Paul RASSE. La rencontre des mondes : diversité culturelle et communication. Questions de communication », <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/2564>, consulté le 15 décembre 2022.