

SOCIOTEXTE

Revue de sociologie de l'Afrique littéraire

ISSN 2518-816X

NUMERO n°07

Août 2020

ORGANISATION

Directeur de publication : Madame **Virginie KONANDRI**, **Professeur titulaire** de Littérature comparée, Université Félix Houphouët-Boigny (Abidjan, Côte d'Ivoire).

Directeur de la rédaction : Monsieur **David K. N'GORAN**, **Professeur titulaire** de littérature comparée, diplômé de Science politique, Université Félix Houphouët-Boigny (Abidjan, Côte d'Ivoire).

Secrétariat de la rédaction : Monsieur **Koné KLOHINWELE**, **Maître de Conférences**, études africaines anglophones à l'Université Félix Houphouët-Boigny, (Abidjan, Côte d'Ivoire).

Comité scientifique

- Prof. ADOM Marie-Clémence (Université Félix Houphouët-Boigny, Cocody, RCI)
- Prof. AKINDES Francis (Université Alassane Ouattara, Bouaké, RCI)
- Prof. BERNARD Mouralis (Université de Cergy-Pontoise, France)
- Prof. BERNARD de Meyer (Université du Kwazulu natal, Afrique du sud)
- Prof. COULIBALY Adama (Université Félix Houphouët-Boigny, Cocody, RCI)
- Prof. DIANDUE Bi-Kacou (Université Félix Houphouët-Boigny, Cocody, RCI)
- Prof. FONKOUA Romuald (Université de Paris IV, Sorbonne nouvelle, France)
- Prof. HALEN Pierre (Université de Metz, France)
- Dr. AKASSE Clement (Howard University, Washington DC, USA)
- Prof. KONANDRI A. Virginie (Université Félix Houphouët-Boigny, Cocody, RCI)
- Prof. KOUAKOU Jean-Marie (Université, Félix Houphouët-Boigny, Cocody, RCI)
- Prof. MAGUEYE Kasse (Université Cheik Anta Diop, Dakar, Sénégal)
- Prof. MEKE Meite (Université Félix Houphouët-Boigny, Cocody, RCI)
- Prof. Sissao Alain, (Université de Ouagadougou, Burkina Faso)
- Prof. SORO Musa David (Université Alassane Ouattara, Bouake, RCI)
- Prof. ISAAC Bazié, (Université du Québec à Montréal, Canada)

Membres de la rédaction :

- Prof. COULIBALY Daouda (Université Alassane Ouattara, Bouaké, Anglais)
- Prof. Lezou Aimée Danielle (Université Félix Houphouët-Boigny, Cocody, Lettres Modernes)
- Prof. N'GORAN K. David (Université Félix Houphouët-Boigny, Cocody, Lettres modernes)
- Prof. Soko Constant (Université Félix Houphouët-Boigny, Cocody, Sociologie)
- Prof. SYLLA Abdoulaye (Université Félix Houphouët-Boigny, Cocody, Lettres Modernes)
- Prof. YEO Lacina (Université Félix Houphouët-Boigny, Cocody, Allemand)
- Dr. Angoran Anasthasie (Université Félix Houphouët-Boigny, Cocody, portugais)

- Dr Atta Nicaise Kobenan, (Université Félix Houphouët-Boigny, Lettres modernes)
- Dr Kouakou Séraphin (Université Félix Houphouët-Boigny, Lettres modernes)
- Dr Imorou Abdoulaye (Université du Kwazulu Natal, études françaises)
- Dr Soumahoro Sindou (Université Félix Houphouët-Boigny, Cocody, Anglais)
- M. Dobra Aimé (Université Félix Houphouët-Boigny, Doctorant, Lettres modernes)
- M. Gbazalé Raymond (Université Félix Houphouët-Boigny, Doctorant, Lettres modernes).

SOMMAIRE

NASSALANG Jean Denis, Université Cheick Anta Diop, Dakar, Sénégal.

Narrer l'inconcevable ou la poétique du tourbillon dans L'Innommable de Samuel Beckett
[5-19]

ZADI Esther Gisèle Epse GOUAMENE, Université Peleforo GON COULIBALY, Korhogo. Côte d'Ivoire.

L'atténuation comme procédé énonciatif et discursif dans la littérature africaine : Une valorisation de l'acte Illocutoire. [20-26]

Aby Emmanuel AKADJÉ, Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan, Côte d'Ivoire
Encodage rythmique : de la danse à la chorégraphie dans Wandi Bla ! de Konan Roger Langui. [27-38]

TATI Martin Kami, Lycée municipal II, Koumassi, Abidjan, Côte d'Ivoire.
Saisir le factuel dans Demain J'aurai Vingt Ans d'Alain Mabanckou. [39-46]

DJE Monkoha Pacôme Kevin, Université Felix Houphouët Boigny, Abidjan, Côte d'Ivoire.

L'intermédialité dans Babyface et Monsieur Ki de Koffi Kwahulé. [47-55]

KOUADIO Germain Kouassi, Institut National de la Jeunesse et des Sports, Abidjan, Côte d'Ivoire.

Portée sémantique et statut déictique des noms propres baoulé. [56-64]

KOULAÏ Armand, Université Felix Houphouët Boigny, Abidjan, Côte d'Ivoire.

La royauté abouré ; quand un pouvoir coutumier devient acteur de développement local à Bonoua (sud-est de la côte d'ivoire). [65-73]

COOVI Gilbert et COOVI Marvin Ekdado Sèblo Université d'Abomey Calavi, Benin.

Union conjugale entre légalité et légitimité au Bénin : Enjeux et Perceptions des communautés rurales autour du mariage forcé. [74-85]

DAAVO Cossi Zéphirin, Ministère du tourisme, de la culture et des arts du Bénin.
Agbanyahi ou le défilé des richesses à Abomey : une expression particulière de la grandeur du pouvoir royal. [86-96]

KOMBIENI Didier, Université de Parakou, Bénin.
Dream contradicted by destiny: a critical reading through Janie's Love Story, In Their eyes were watching God, by Zora Neale Hurston. [97-106]

N'GORAN David K., Université Felix Houphouët-Boigny, Abidjan, Côte d'Ivoire.
Comprendre la Covid-19 par ses représentations locales. Le cas de la Côte D'ivoire : une société « Composite ». [107-115]

FOFANA Yacouba, Université Alassane Ouattara, Bouaké, Côte d'Ivoire.
Nouvelles écritures romanesques et pratiques anti-génériques : une lecture de La séparation et la mort à venir de l'être humain guide sa vie de Charles Nokan. [116-128]

TIBIRI Dieudonné, Université Joseph Ki-Zerbo, Ouagadougou, Burkina Faso.
La Francophonie littéraire entre Espace, Ecriture, Langue d'écriture et Culture : quelle identité pour l'écrivain burkinabè francophone ? [129-140]

BOHOUSSOU Amino Véronique, Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan, RCI
Les Interjections comme discours de la brièveté dans Le Glas De L'infortune De Regina Yaou
[141-149]

TIAHO Lamoussa, Université Joseph KI- ZERBO, Burkina Faso.
Médias du Nord, Médias du Sud : de l'« imagologie médiatique » à la reconstruction de l'image du continent africain. [150-161]

NDUWAYO Pierre, Ecole normale supérieure Burundi.
Les innovations scripturaires dans Cœur de femme d'Adamou Kantagba [162-187]

MÉDIAS DU NORD, MÉDIAS DU SUD : DE L' « IMAGOLOGIE MÉDIATIQUE » À LA RECONSTRUCTION DE L'IMAGE DU CONTINENT AFRICAIN

Dr TIAHO Lamoussa

Université OUAGA I, Prof. Joseph KI- ZERBO
UFR-LAC Département de Lettres Modernes

RÉSUMÉ

L'image de l'Afrique a toujours été une préoccupation aussi bien pour les médias du Nord que pour ceux du Sud. A l'instar de la littérature coloniale, on constate encore de nos jours que certains médias du Nord continuent de véhiculer des discours tronqués et des images peu reluisantes sur l'Afrique. C'est une pratique qui ressemble fort bien à un complot médiatique ourdi contre l'Afrique. Face à une telle situation, les médias du Sud se sont engagés dans un processus de reconstruction de l'image de l'Afrique. Le présent article a pour objectifs entre autres, de questionner les médias du Nord et du Sud sur l'image du continent africain et partant, d'explorer quelques enjeux géopolitiques qui se jouent entre l'Afrique et les pays du Nord.

Mots-clés : coloniale, complot, géopolitique, littérature, médias.

ABSTRACT

The image of Africa has always been a subject of concern for both the media of the North and of the South. Following the example of the colonial literature, it is still noticeable today that some media in the North continue to convey shortened discourse and gloomy images about Africa. That is a practice which looks like a media plot against Africa. Faced with such a situation, the media in the South have embarked on a process of rebuilding the image of Africa and this has been the case since the Marrakech forum. The aims of this article are, among other things, to question the media of the North and the South on the image of African continent and consequently, to explore some geopolitical issues at stake between Africa and the countries of the North.

Keywords : colonial, plot, geopolitical, literature, media.

INTRODUCTION

« Médias du Nord, médias du Sud : De l'imagologie médiatique à la reconstruction de l'image du continent africain », tel est le sujet de notre réflexion. Même en ce vingt-et-unième siècle où l'Afrique est devenue un espace de grands enjeux économiques avec ses immenses ressources du sous-sol (7,6% des réserves mondiales de pétrole et 7,5% des réserves mondiales de gaz naturel), on constate encore que certains médias du Nord continuent de véhiculer des discours tronqués et des images peu reluisantes sur le continent noir. Si cette pratique a eu cours par le passé dans un contexte colonial, postcolonial et de guerre froide, dans un monde qui était idéologiquement bipolarisé, on s'interroge légitimement encore aujourd'hui pourquoi ce phénomène persiste de plus belle ? Quelles sont les stratégies que ces médias utilisent de nos jours pour déconstruire l'image de notre continent ?

A Quels desseins le font-ils ? Pourquoi ce sont les images de cette Afrique misérabiliste et malheureuse qui envahissent les médias du Nord ? En outre, face à une telle situation l'on peut s'interroger sur la part de responsabilité des médias africains. Qu'elle doit être la réaction des médias du Sud ? Autrement dit, que faut-il attendre des médias africains pour repenser les discours mensongers sur l'Afrique et pour reconstruire les images africaines ? Dans la pratique d'un journalisme africain qui se veut « pluriel » par ses particularités et conscient de ses missions, comment procéder pour reconstruire l'Afrique sur les plans idéologique, politique, socio-économique et culturel ? Quel doit-être le véritable rôle des médias africains aujourd'hui ?

L'ambition de la présente réflexion est d'ouvrir un débat sur la position géostratégique, géopolitique et géoéconomique du continent africain et partant susciter des interrogations sur les médias du Sud et sur leur place en ce millénaire du numérique planétaire. L'analyse tentera de mettre en relief les stratégies de communication qu'utilisent les médias du Nord pour falsifier les réalités africaines d'une part et d'autre part, elle montrera comment les médias du Sud procèdent ou doivent procéder pour soigner l'image du continent africain et le présenter dans « *ses plus beaux atours* » comme on le dit en marketing politique Luc Dupont (2020 : 20).

La présente réflexion se fonde non seulement sur la théorie de *l'imagologie* élaborée par Daniel-Henri Pageaux mais aussi s'ouvre sur d'autres outils d'analyse tels que le concept de *l'agenda-setting* de Maxwell Mc Combs et Donald Shaw. C'est ainsi qu'elle s'articule en trois grandes parties : primo, l'image de l'Afrique à travers les médias du Nord ; secondo, l'image de l'Afrique dans les médias africains : l'état des lieux et tertio, la reconstruction de l'Afrique par les médias du Sud.

1. L'IMAGE DE L'AFRIQUE A TRAVERS LES MEDIAS DU NORD

Ici le concept de l'imagologie est vu sous l'entendement de Pierre Brunel pour mettre en relief l'image de l'Afrique dans les médias du Nord. L'imagologie se veut un domaine de la littérature comparée qui s'intéresse entre autres à la représentation de l'altérité dans les textes. Et de la définition donnée par Pageaux Daniel-Henri, (1989, p.133) comme suit : « *l'étude des images de l'étranger dans une œuvre* ».

Le propos de cette contribution s'intéresse aux médias et non à la littérature ; c'est pourquoi nous transférons un concept à priori conçu pour un genre littéraire afin de l'appliquer dans le

domaine des médias. Dans cette perspective, l'on peut envisager l'imagologie comme un concept d'analyse qui s'intéresse à l'image de l'autre, de l'étranger dans les médias et partant l'étude, l'analyse et l'interprétation de l'image de l'étranger dans les médias. L'imagologie se présente alors comme un concept qui regroupe toutes les études sur les représentations médiatiques de l'étranger et donc une sorte d'herméneutique imagologique médiatique de l'altérité. Sur cette base alors elle peut être envisagée comme un programme d'études qui regroupent un certain nombre de recherches abordant des questions portant sur la culture et la perception des valeurs identitaires de l'Autre.

Lorsqu'on jette un coup d'œil sur le contenu des médias français, on y trouve des titres qui retiennent curieusement l'attention de l'observateur africain. À cet effet, le journal *Le Monde* du 6 février 2003, avait titré : « *L'Afrique aux enfers* » pour nous donner une image du désespoir, du désastre, de la sinistrose et du pessimisme du continent africain. Dans la même veine, il y a nombre de reportages sur l'Afrique qui présentent des images de guerres, d'épidémies incurables (Sida, Ebola, ...), de famine et de coups d'État militaires. L'opinion africaine a encore en mémoire les images effroyables des loques humaines des reportages sur la Somalie et sur le Soudan qui se diffusaient en boucles sur TV5 et France 2 en septembre et octobre 2011.

L'on a souvent l'impression qu'un complot médiatique est sciemment ourdi par des journalistes occidentaux contre l'Afrique surtout quand les médias du Nord observent le silence sur certains progrès visibles et tangibles des pays africains en se focalisant sur les images hideuses et les échecs du continent. N'est-ce pas en partie ce qui a fait dire à Charles Moumouni (2003, p. 161) ce qui suit : « lorsqu'il s'agit de l'Afrique, les médias rapportent de façon unanime, les mêmes genres de faits, de la même façon, selon leurs connaissances et leurs préjugés sur l'Afrique ».

En 2015, l'association Feed a Child avait réalisé un spot publicitaire télé destiné à récolter des fonds pour lutter contre la malnutrition dans le monde. L'image la plus frappante était la photo d'un enfant noir réduit à l'état d'animal domestique à qui une femme blanche donnait à manger. La lecture imagologique qu'on pouvait faire de cette publicité est que le « *Noir* » était le symbole de « *l'animal* ». L'enfant noir était réduit à un être misérable et affamé qui agonisait. Quant au « *Blanc* » représenté par la femme blanche, il était présenté comme « *l'ange sauveur* », le « *Bon samaritain*¹ », la providence.

L'image dévalorisante de l'Africain, du Noir et de l'Afrique est un vieux projet de l'Occident et d'une Europe raciste et xénophobe et qui date depuis le 19^e siècle. N'est-il pas avéré qu'une partie de la population noire avait été déshumanisée, humiliée et rabaissée à la bête sauvage par l'Europe ? Pour mémoire, Gobineau avait publié « *l'inégalité des races humaines* » en élaborant une typologie de l'humanité avec l'homme blanc au sommet de l'échelle humaine pourvu d'une intelligence extraordinaire et supérieure à celle des autres. Tout le travail imagologique de l'époque était fondé sur le postulat de la propagande et de la manipulation de l'opinion publique. Par matraquage médiatique on a inculqué dans l'esprit de l'homme noir qu'il est l'inférieur du blanc.

Hier comme aujourd'hui encore, les africains dans les médias sont toujours associés aux tragédies et autres catastrophes humanitaires. L'image que les occidentaux projettent sur eux-

¹ Il s'agit d'une allusion faite au Bon samaritain de la Bible qui est une parabole du Nouveau Testament dont s'est servi Jésus Christ pour illustrer sa définition de « l'amour du prochain ». Cette parabole figure dans l'Évangile selon Luc (10 :25-37). Le Bon samaritain c'est tout l'Homme qui sauve son prochain, se trouvant dans une difficulté

mêmes et sur les autres peuples conditionne la géopolitique mondiale. Celui qui contrôle l'information mondiale est celui-là aussi qui domine le monde. Les théories d'infériorité du Noir ont été élaborées et diffusées à travers le monde avec des desseins inavoués.

La manière ou la stratégie de traitement et de diffusion des informations concernant l'Afrique répond à « *l'agenda setting* ». Il s'agit de l'ordre du jour établi. C'est un modèle défini par des chercheurs américains en 1972. L'agenda setting de l'Afrique a été élaboré pour classer notre continent dans le pessimisme et le misérabilisme. Cet agenda et l'idéologie coloniale ont contribué à conditionner et à préparer les occidentaux à être des consommateurs complices et passifs des images « *made in Africa* ». Cette situation a engendré des conséquences désastreuses à l'encontre des peuples africains. Pendant les années 1990, les images d'enfants africains souffrants de faim et de maladie ont été beaucoup servies dans les médias occidentaux.

En sus de ce qui précède, les médias du Nord utilisent la stratégie des *médiascapes* pour engloutir l'Afrique. Et comme le précise Arjun Appadurai (2001, p. 71) :

Les médiascapes, ce sont à la fois la distribution des moyens électroniques de produire et de disséminer de l'information (journaux, magazines, chaînes de télévisions et studios cinématographiques) désormais accessibles à un nombre croissant d'intérêts publics et privés à travers le monde, et les images du monde créées par les médias.

À l'instar de la littérature et du cinéma, les médias eux-aussi projettent et développent les stéréotypes au sein de nos sociétés contemporaines. La théorie de l'imagologie peut aussi s'intéresser aux stéréotypes à travers les médias. Dans ce cas précis parler de l'imagologie dans les médias revient d'une manière ou d'une autre à interpréter ces stéréotypes et préjugés qu'on peut retrouver dans le contenu de ces médias.

Mais à quelle fin certains stéréotypes sont-ils intégrés dans les médias quand on sait qu'il y a des stéréotypes interculturels et transculturels ? Il nous semble que tout ce qui touche aux valeurs culturelles d'un peuple, touche aussi à l'image de ce peuple.

Si Herschberg-Pierrot et Amossy (2015, p.34) définissent le stéréotype « *comme une croyance, une opinion, une représentation concernant un groupe et ses membres* », ils n'ont sans doute pas tort car c'est ce qui se passe exactement entre l'homme blanc et l'idée de l'image qu'il se fait du Noiret partant de l'Africain. L'image stéréotype de l'Afrique dans les médias occidentaux et celle que nous offrent les médias africains ne s'élaborent pas dans les mêmes termes et ne renvoient pas à la même signification.

Le monde des médias a connu une révolution technologique ces dernières années à telle enseigne que nous sommes rentrés dans l'ère de l'intermédialité (Eric Méchoulan : 2003, p.22) à outrance et de la médiamania. C'est surtout cette réalité planétaire qui a amené A. Arnoux (1975, p.17) à tenir les propos suivants :

Le film est un moyen de transformation du monde. Qui s'en avise ? Là peut giter la menace, et bien plus grande que le péril que court une industrie dans ses profits (...) Il fabrique la valeur ou la lâcheté, la sublimité ou la bassesse. Comme des langues d'Esopo, le meilleur ou le pire en sortira.

Les médias savent construire les images positives ou négatives des communautés, des peuples, des pays et des continents.

On constate de plus en plus ces dernières années que la société civile en Occident contribue à une campagne d'humiliation des peuples africains à travers les actions du « *volunturism* », un mot anglais qui renvoie à « *volontariat* » et « *tourisme* » et qui signifie le tourisme humanitaire ou solidaire.

Et comme l'a si bien écrit Serge Théophile Balima (2004, p. 10) dans la Revue *Hermès*, n°40 « *La question de l'image de l'Afrique dans les télévisions francophones du Nord est celle de savoir quel discours il convient de tenir sur l'Afrique* ». Il est évident que c'est un discours dévalorisant et l'image d'une Afrique dégradée qui intéresse au premier plan certains médias du Nord. On sait d'ailleurs que depuis la conférence de Berlin en 1885, un plan de domination, d'exploitation et d'abrutissement des africains sur tous les plans avait été élaboré et planifié par les occidentaux. On peut même aller au-delà de ce que Serge Théophile Balima (2004, p.12) appelle « *les survivances de la vision coloniales* » en remontant jusqu'au début de la traite négrière où le projet de l'Occident consistait à salir l'image de l'Afrique pour justifier ce crime contre l'humanité. Si nous reconnaissons que certains médias du Nord usent d'images réductrices, de préjugés et de stéréotypes quand il s'agit de parler de l'Afrique alors comment les médias africains eux-mêmes présentent l'image du continent ?

2. L'IMAGE DE L'AFRIQUE DANS LES MEDIAS AFRICAINS : L'ETAT DES LIEUX

Depuis longtemps on a observé qu'en Afrique subsaharienne, la plupart des médias étaient des médias d'Etat qui constituaient de véritables relais du discours des régimes politiques en place. Les organes de presse privée étaient rarissimes. Il a fallu attendre le processus de transition démocratique des années 1990 qui aboutira à la libéralisation du secteur des médias avec bien entendu la naissance d'un nombre assez important de groupes de presse et de médias privés. L'émergence de ces nouveaux médias a été qualifiée de printemps de la presse africaine par certains observateurs. Ces nouveaux médias se sont engagés non seulement dans la défense des droits du citoyen africain mais aussi dans l'œuvre de réhabilitation de l'image du continent. En réalité c'est de cette presse dont parle Edouard Ouédraogo (2015, p.163) en ces termes : « La presse indépendante en tant que baromètre de la santé démocratique Etats sommés de se démocratiser depuis l'injonction de la Baule et la chute du mur de Berlin ».

De prime à bord on peut reconnaître que l'image de l'Afrique dans les médias africains n'est pas des plus reluisantes. De plus en plus certains médias africains prennent le contre-pied des médias du Nord dans le traitement des informations qui intéressent au premier chef les pays africains. Certains pays de l'Afrique subsaharienne disposent d'une presse libre et plurielle qu'on peut considérer comme le thermomètre de la démocratie. Il s'agit de liberté d'opinion et d'expression qui ont été arrachées de hautes luttes héroïques souvent au prix de sacrifices suprêmes de certains acteurs de la presse comme ce fut le cas du journaliste d'investigation burkinabè Norbert Zongo² et bien d'autres encore dans quelques régions du continent.

Si la presse burkinabè dans son ensemble est l'une des presses les plus libres de la sous-région ouest- africaine aujourd'hui, cela est dû en partie, au combat qui a été mené par le Directeur du journal *L'Indépendant*.

²Norbert Zongo est un journaliste d'investigation burkinabè (fondateur et Directeur de publication de l'hebdomadaire *L'indépendant*) né en 1949 à Koudougou et mort assassiné le 13 décembre 1998 à Sapouy au moment où il était en train de faire la lumière sur plusieurs dossiers de crimes économiques et de crimes de sang du régime Compaoré dont l'assassinat du chauffeur de François Compaoré, le frère cadet du Président Blaise Compaoré. La mort de Norbert Zongo a donné plus de liberté à la presse burkinabè. Il a payé de sa vie pour que le droit à l'information soit une réalité au Burkina Faso.

L'une des réalités auxquelles les médias africains sont confrontés, c'est l'affiliation de certains organes de presse aux partis politiques. Dans certains pays on a l'impression que derrière chaque parti politique se cache un organe de presse. Dans une telle situation quel type d'image du pays et partant du continent ces médias acquis sur les plans politique et idéologique peuvent véhiculer ? Un autre phénomène assez important qu'il ne faut pas perdre de vue dans l'univers médiatique africain est celui de la corruption. C'est d'ailleurs cette réalité qu'exprime ici Charles Moumouni (2003, p.162) :

En Afrique comme dans d'autres régions du Tiers-Monde, pour influencer l'agenda des médias, les sources procèdent souvent par des moyens contraires à l'éthique et à la déontologie des médias. L'argent, le trafic d'influence, voir le charlatanisme, peuvent facilement commander le contenu des médias.

En définitive, quelle image un journaliste corrompu habitué aux pots-de-vin qu'on appelle *brown envelope* au Nigeria, *per-diem* au Bénin et *gombo* au Burkina peut encore donner de l'Afrique ? Il nous semble qu'en Russie où certains politiciens « achètent » les journalistes, les enveloppes de la corruption que reçoivent ces derniers sont appelées *zakhazukha*.

Par ailleurs, il existe encore des médias qui aiment dresser les bilans macabres des attaques terroristes dans leurs publications. Cette posture qui sert beaucoup plus la cause du terrorisme que celle des populations africaines engage dans les faits la responsabilité sociale du journaliste. Dans cette guerre asymétrique qu'est le terrorisme, le combat médiatique devrait être en faveur du peuple innocent. La couverture des actes terroristes nécessite un traitement particulier de l'information et les médias du Sud doivent le savoir mieux que quiconque. On se rappelle encore qu'après l'attentat terroriste de Grand-Bassam (Côte-d'Ivoire) en mars 2016, une effroyable rumeur rapportée et amplifiée par certains médias du Sud désignait la ville de Dakar comme la prochaine cible des terroristes mettant ainsi toute la population dans une psychose. Chaque attentat terroriste sur le continent offre l'occasion à certains médias locaux d'alimenter des rumeurs alarmistes qui ébranlent l'état psychologique des citoyens.

Un autre fait remarquable dans ce contexte sécuritaire précaire de la sous-région, est le rôle joué consciemment ou inconsciemment par un autre type de médias africains qui diffusaient ou publiaient régulièrement la carte de l'Afrique avec des pays colorés en « rouge », en « orange », en « jaune » et en « vert » que le ministère français³ des Affaires étrangères avait confectionné pour déconseiller certaines destinations aux citoyens français. Au-delà de ce tableau qu'on peut esquisser quelques médias africains, il y a bien entendu une autre catégorie de médias locaux qui s'est véritablement engagée pour la cause africaine. Il s'agit de tous ces médias qui ont bien voulu inscrire leurs actions dans la dynamique de la reconstruction de l'image positive de l'Afrique.

3. LE DEVOIR DE RECONSTRUCTION DE L'IMAGE DE L'AFRIQUE PAR LES MEDIAS DU SUD

En décembre 2015 lors du forum des médias à Marrakech au Maroc, une série de propositions ont été faites pour améliorer l'image de l'Afrique. Depuis les années 1997, une stratégie de

³ Sur cette carte colorée de l'Afrique, les pays en "rouge" étaient "formellement déconseillés" aux voyageurs ; les pays en "orange" étaient les pays où il était "déconseillé de se rendre sauf pour raison impérative". La couleur "jaune" recommandait une vigilance renforcée et la couleur "verte", une vigilance normale.

communication avait été élaborée dont l'objectif principal consistait à donner une image équilibrée et réaliste de l'Afrique. Précisons qu'en décembre 1999, le PNUD (Programme des Nations Unies pour le Développement) avait organisé à Bamako au Mali, un colloque consacré à l'image de l'Afrique telle qu'elle est diffusée par les médias. Ces initiatives visaient à développer une prise de conscience quant à la réalité du continent, à travers l'analyse des atteintes portées à l'image de l'Afrique par les moyens de communication.

En 2002, à Libreville, au Gabon, un colloque s'est tenu pour analyser l'image de l'Afrique tant sur le continent qu'en Occident. Cependant, toutes ces initiatives n'ont pas atteint les résultats escomptés.

L'Afrique a toujours été un continent convoité par les puissances du Nord. Ce continent a été permanentement exploité et pillé par l'Occident et ce, depuis la traite négrière jusqu'à nos jours en passant par la colonisation. Aujourd'hui encore on connaît les motivations qui justifient la présence de certaines multinationales en Afrique telles que le groupe Bolloré, Bouygues, France-Télécom, Areva, Elf et Total pour ne citer que celles-là.

De l'avis de certains chercheurs (Philippe Rekacewicz, Philippe Hugo), on peut dire que sur le plan géopolitique, l'Afrique se présente comme un continent d'avenir avec de gros enjeux stratégiques, économiques et énergétiques. Depuis le début du vingt-et-unième (21^e siècle), l'Afrique est engagée dans un processus de croissance économique. L'Afrique représente 23% de la superficie des terres émergées de la planète terre, avec d'immenses ressources dans ses sous-sols qui génèrent depuis un certain moment des convoitises gloutonnes des prédateurs extérieurs. L'Afrique affiche aujourd'hui 1,17 milliard d'habitants, soit déjà 16% de la population mondiale.

Le PNB par habitant en parité de pouvoir d'achat en dollars des USA de l'Afrique représente 31% de la moyenne mondiale, et 12% de la moyenne des pays développés.

Selon Achille MBembé, les frontières réelles de l'Afrique n'épousent plus ni les configurations officielles, ni la cartographie héritée de la colonisation. En effet, la disjonction en territorialités économiques, politiques, culturelles et symboliques s'accélère ces dernières années ; d'où l'émergence d'une recomposition territoriale qui semble s'organiser sous de nouvelles formes de souveraineté.

Cette nouvelle situation suscite nombre de questionnements relatifs à l'image de l'Afrique et interpelle impérativement les médias du Sud à la reconstruction de l'image positive du continent africain. Outre cette préoccupation, il y a bien entendu la question de l'enjeu sécuritaire.

Pour mémoire, c'est autour des années 1990, qu'on a assisté à la naissance et au développement des mouvements islamistes fondamentalistes transnationaux qui opèrent en Afrique. Puis à partir des années 2000, ces mouvements qui semblaient être éparpillés au départ vont travailler à se structurer et à s'organiser en dehors du mouvement Al-Qaïda. Après le printemps arabe, l'on a vu ces mouvements se transformer en organisations politiques, idéologiques et militaires en tissant entre eux des liens étroits. Et depuis 2013, ces organisations ont entrepris de se « territorialiser » avec plus ou moins de succès. Des djihadistes vont s'implanter en Afrique, créer des bases et tisser des liens politiques. Une partie du continent africain de gré ou de force est entrée dans un cycle infernal de violence terroriste qui emporte quotidiennement des vies humaines en dégradant gravement l'image de l'Afrique. Le Burkina Faso est devenu aujourd'hui l'une des cibles des cellules terroristes⁴ qui, à défaut de pouvoir s'implanter

Nous faisons allusion ici : à la Katiba Ansar Dine dont le projet d'installation a échoué à l'Ouest dans les Hauts Bassins (Samorogouan) en octobre 2015 ; Au groupe d'al-Mourabitoune, dissident d'Al-Qaïda au Maghreb

définitivement sur le territoire comme elles le souhaitent endeuillent fréquemment les populations burkinabè en perpétrant de violentes attaques sanglantes et meurtrières.

Face à ces images meurtrières des populations africaines et à la transfiguration ensanglantée du continent, quel doit être le rôle des médias du Sud dans la reconstruction de l'image de cette partie de l'Afrique ?

Selon *International Crisis Group* (2017, p. 14) : « *Les jeunes sous-officiers (sic. Burkinabè) déplorent la faiblesse de la communication de l'état-major et son usage limité des nouvelles technologies, alors que la communication est un élément clé de la lutte contre le terrorisme.* Tout semble être dit ici. Dans cette guerre asymétrique imposée aux populations de l'Afrique subsaharienne, la communication et partant les médias dans leur globalité et leur diversité constituent un outil clé de la lutte contre le terrorisme. Les journalistes et les communicateurs du Sud doivent non seulement maîtriser les nouveaux outils de la communication et de l'information mais aussi, ils doivent savoir quels types d'images faut-il diffuser et commenter. L'entreprise des médias du Sud est de taille et ils diffusent sans interruption. Il s'impose alors une opération imagologique médiatique comparative par laquelle il faudra confronter les images des médias du Nord, interroger scrupuleusement les mythes à travers lesquels on a maladroitement représenté l'Afrique dans certains médias. Il faut mettre fin à l'ère des stéréotypes, des préjugés et des images débridées du continent africain. La presse africaine dans son ensemble doit s'engager dans la perspective de la promotion des valeurs et des images positives de l'Afrique. Aujourd'hui, plus que jamais, les peuples africains ont impérativement besoin des médias capables de travailler à la reconstruction d'une image positive de l'Afrique qu'il faudra projeter sur toute la planète terre pour convaincre davantage l'opinion internationale. Pour ce faire, les médias du Sud doivent efficacement participer à la lutte contre le terrorisme afin de bouter ce phénomène hideux et meurtrier hors du continent.

Les médias africains doivent obligatoirement s'assigner des missions salvatrices de la cause africaine comme le font déjà certains médias à travers le monde sous d'autres cieux tels que CNN, BBC, France 24, CCTV (Chine), Al Jazeera (Qatar), Russia Today, i24 (Israël), Press TV de l'Iran qui travaillent pour soyer et imposer les images de leurs pays d'origines.

CONCLUSION

Au terme de la présente réflexion l'on a constaté que les hypothèses de départ fondées sur la problématique de l'image de l'Afrique entre les médias du Nord et ceux du Sud se sont confirmées. Il convient alors de dire avec Serge Théophile Balima (2004 p. 138) que « *le village planétaire a créé un rapport de forces dans lequel l'Afrique (...) a du mal à développer une communication d'image de ses hommes et de ses femmes* ». Rien d'étonnant dans un contexte géopolitique où se jouent de gros conflits d'intérêts de toutes natures. Dans les faits, l'on ne pouvait pas attendre mieux de la part des médias des pays du Nord qui gardent toujours par devers eux leur « *agenda caché* » dans les rapports qu'ils entretiennent avec l'Afrique. C'est ainsi que les médias du Nord s'inscrivent généralement dans une posture de manipulation médiatique entretenue et justifiée par les théories colonialistes d'alors et l'idéologie impérialiste. Toutes choses qui guident leurs choix sur les images à valoriser ou à dévaloriser. Et comme le disait Pierre Bourdieu (1996, p. 24) :

islamique (AQMI), dirigé par Mokhtar Belmokhtar qui tenter vainement de s'implanter dans la forêt de la Tapoa à l'Est du Burkina.

Les journalistes ont des « lunettes » particulières à partir desquelles ils voient certaines choses et pas d'autres ; et voient d'une certaine manière les choses qu'ils voient. Ils opèrent une sélection et une construction de ce qui est sélectionné.

Face à un tel comportement qui frise la subjectivité dans le traitement de l'information, les médias du Sud doivent impérativement prendre leurs responsabilités en redorant le blason de l'Afrique qui se trouve aujourd'hui à la croisée des chemins dans un contexte d'insécurité terroriste sans précédent. C'est pourquoi à la question de savoir s'il peut y avoir des particularités des médias africains, nous pensons que c'est même un impératif du moment pour l'Afrique de se doter non seulement d'hommes et de femmes de médias de qualité mais aussi de nouveaux médias beaucoup plus pragmatiques et adaptés au nouveau contexte sociétal et géopolitique qui est loin d'être un fleuve tranquille.

BIBLIOGRAPHIE

ABRIC Jean-Claude, 1994, *Pratiques sociales et représentations*, Paris PUF.

HERSCHBERG Anne Pierrot et AMOSSY Ruth, 2005, *Stéréotypes et clichés*, Paris, Armand Colin.

ATCHA Amangoua Philip, TRO DEHO Roger et COULIBALY Adama, 2015, (Sous Dir), *Médias et littérature (Formes, pratiques et postures)*, Paris L'Harmattan.

APPADURAI Arjun, 2001, *Après le colonialisme : les conséquences culturelles de la globalisation*, Paris, Payot.

BALIMA Serge Théophile, 2004, *Afrique et télévisions francophones*, *Hermès*, n°40, Paris, CNRS.

DANIEL-HENRI Pageaux, (1989), *Précis de littérature comparée*, Paris, PUF.

BLE Raoul Germain, 2005, *Journalisme civique et réconciliation en Côte d'Ivoire*, *En-Quête*, n°14, deuxième semestre, Abidjan.

BOURDIEU Pierre, 1996, *Sur la télévision*, Paris éd. Raisons d'Agir.

CHAR Antoine 1999, *La guerre mondiale de l'information*, Presses de l'Université du Québec.

CHARRON Jean, (1995), « les médias et les sources : Les limites du modèle de l'agenda-setting », *Hermès* n°3, Paris, CNRS.

DUPONT Luc 2019, *Comment bâtir sa stratégie média et publicité*, éd. CID, Canada.

Frère, M-S. (2000), *Presse et démocratie en Afrique francophone. Les Mots et les Maux de la transition au Bénin et au Niger*, éd. Karthala, Paris.

International Crisis Group (2017), *Nord du Burkina Faso : ce que cache le jihad*, Rapport Afrique N°254 du 12 octobre 2017.

LAZAR Judith, 1992, *La science de la communication*, Paris, Presses Universitaires de France.

LIPOVESTSKY Gilles et SERROY Jean, 2007, *L'écran global (culture-médias et cinéma à l'âge hypermoderne)*, Paris, éd. Seuil.

MAGREBI Mohammed, 1980, « Vers un nouvel ordre de l'information : la collaboration entre agences de presses africaines », *Communication*, volume 3, n°2.

MATTELART Armand, 1976, *Multinationales et systèmes de communication : les appareils idéologiques de l'impérialisme*, Paris, Anthropos.

MOUMOUNI Charles, 2003, « L'image de l'Afrique dans les médias occidentaux : une explication par le modèle de l'agenda-setting », *les cahiers du journalisme*, n°12, Presses de l'Université d'Ottawa.

OUEDRAOGO Edouard, 2015, *Heurs et malheurs de la politique et du journalisme au Burkina Faso. Quelles leçons ?*, Ouagadougou, éd. Paalga.

PEAN Pierre, 1988, *L'argent noir (corruption et sous-développement)*, Fayard, France.

PUJADAS David et SALAM, Ahmed. (1995), *La tentation du jihad (L'islam radical en France)*, France, éd. Jean-Claude Lattès.

Halen Pierre, 2001, « Constructions identitaires et stratégies d'émergence », *Études françaises*, Les Presses de l'Université de Montréal, vol.37.

TRAORE Yacouba, 2012, *Gassé Galo (entre les lignes de mon journal)*, Ouagadougou, éd. Kraal.