

ARGUMENTS

La rubrique «Arguments» offre un lieu de discussion et de confrontation.

«Arguments» souhaite contribuer à un dialogue scientifique fécond en publiant des réactions à diverses publications scientifiques. Ces pages sont également ouvertes aux réflexions suscitées par les dossiers de la revue.

Dans le cadre des projets de coopération que poursuivent la Communauté française de Belgique et le Burkina Faso, des échanges d'enseignants sont prolongés par le croisement de regards sur les problématiques de communication. C'est dans ce contexte que le texte du Professeur Serge T. Balima est ici proposé. Il s'interroge de manière globale sur l'intérêt porté par le système d'information mondial au continent africain.

LA COUVERTURE DE L'INFORMATION AFRICAINNE PAR LES GRANDES AGENCES

La circulation internationale de l'information

“L’Afrique, après près de quarante ans d’indépendance politique se retrouve quasiment dépourvue d’agence de presse crédible et capable de couvrir les événements sur le continent.

Après la création de l’Organisation de l’Unité Africaine (OUA) en 1963, les chefs d’État avaient envisagé, dès 1964, la création de la PANA (Agence Panafricaine) comme moyen d’assurer l’indépendance du continent après la décolonisation. Sa création avait suscité beaucoup d’espoir au niveau des intellectuels africains qui y voyaient

une opportunité formidable pour véhiculer l'image de l'Afrique aux Africains et au reste du monde.

La PANA devait s'appuyer sur les agences nationales pour la collecte des informations et à partir de son siège à Dakar, elle devait rayonner sur le reste du continent africain.

Très rapidement, la PANA va se heurter à deux problèmes majeurs :

- l'importance des moyens à mettre en œuvre au niveau des ressources humaines et matérielles. Les frais de réseau de correspondants dans le monde et des services de transmission exigent le ravitaillement instantané en informations prisées aux quatre coins du monde.

- La nature du rôle dévolu à l'Agence Panafricaine est fonction de la liberté de l'information professée dans les régimes politiques des pays africains où elle est installée. Ainsi l'expansion et la crédibilité internationale de la PANA en sont affectées parce que les agences nationales font la part trop belle aux intérêts des États qui les contrôlent.

Une agence internationale est donc un enjeu parce que l'usage qui peut en être fait est inévitablement lié aux intérêts politiques, stratégiques, militaires et culturels.

L'Afrique et la problématique de l'événement dans les agences internationales

Aujourd'hui, tout événement doit être garanti par les médias. Ceux-ci sont la condition même d'existence des événements dans l'«événementialité» que nous connaissons dans le contexte actuel de l'information.

Chaque agence internationale est à l'origine d'un type d'événement particulier : certains événements sont liés à l'image, d'autres le sont davantage à la parole radiophonique ou à l'écriture de presse.

Ces médias contemporains contribuent à entretenir une insatiable soif d'événements. Ils poussent à fabriquer en permanence du nouveau. Ils ont mis en place un système impressionnant de détection de tout ce qui peut retenir l'attention publique.

Le propre de l'événement moderne est de se dérouler publiquement et d'être vu en se faisant. Ce qui donne à l'actualité sa spécificité et son parfum déjà historique.

La problématique de l'événement est, sans conteste, une problématique de la construction. Les médias ne décrivent pas tant une réalité objective existant en soi. Ils la construisent à partir de dépêches des grandes agences internationales.

Le monde africain, configuré par les agences internationales, est une réalité construite. L'événement est donc quelque chose de plus complexe que la simple occurrence dans l'espace et dans le temps. Les faits eux-mêmes ne comportent pas de signification déterminée. C'est la figure sous laquelle un événement est rapporté par les agences qui donne la dimension de l'événement.

Le processus de mise en forme, de mise en scène et de mise en sens relève des grossistes de l'information et des médias qui pratiquent, à leur manière, le façonnement des événements.

D'une façon générale, la réalité n'est jamais totalement rendue ou donnée parce que la réalité objective est toujours le produit d'une construction sociale. Sans vouloir dire que les médias ou les agences fabriquent les événements de toutes pièces, et en mettant de côté le mensonge, la fabrication ou la simulation, on peut admettre que les agences sélectionnent sur le terrain des occurrences dont elles sont informées, celles qui leur paraissent mériter, pour diverses raisons, d'être portées à la connaissance de l'opinion internationale, d'être traitées en faits notables.

D'une occurrence brute, un média peut, ainsi, à travers les procédés de hiérarchisation et d'attribution d'importance, de valeur ou de pertinence qu'il maîtrise, tirer un événement public, sur lequel pourra se focaliser l'attention publique. Le statut d'un événement public donné est donc bien en ce sens le résultat d'une construction par les médias, et on peut éventuellement rendre compte de cette construction en termes purement stratégiques¹.

Et les mêmes auteurs de poursuivre :

En fait, les événements médiatiques ne sont souvent que des faits notables : sont considérées comme événements des occurrences, des situations ou des actions portées à la connaissance du public parce qu'elles ont été créditées d'une certaine importance, jugées pertinentes dans un référentiel, dotées d'une «newsworthiness». Dans cette conception de l'événement,

¹ E. NEVEU et L. QUÉRÉ, "Le temps de l'événement," *Réseaux*, n° 75, Paris, CNET, 1996, p. 10.

l'accent est déplacé de l'idée de quelque chose qui se produit de façon imprévue à celle de quelque chose qui «fait événement», c'est-à-dire qui devient saillant, reçoit une certaine pertinence (relevance), valeur, importance, en fonction d'une perspective et fait l'objet d'une focalisation de l'attention publique¹.

Dans cette optique, les professionnels de l'information sélectionnent les faits les plus extraordinaires, intéressants ou importants en s'efforçant de voir s'ils sont dignes d'intérêt pour leurs publics. Le canon journalistique de la sélection n'est pas dépourvu de fondement historique et culturel. Conséquemment, ces assembleurs d'informations détiennent une puissance institutionnelle qui entretient leur hégémonie idéologique sur le reste du monde.

A partir de ces éléments d'appréciation, classiques et généraux, on peut tenter une typologie des événements africains tels qu'ils sont décrits sur la scène internationale.

1. Si le Président des États-Unis est censé dire des choses "importantes", un Président africain est réputé être sans intérêt à l'échelle mondiale sauf s'il s'illustre par le ridicule. L'événement de routine idéal typique en Afrique est le dysfonctionnement des pouvoirs publics ou de la scène politique. Les agences traitant typiquement de ce genre de phénomène et non des problèmes qui sont à l'origine de la situation africaine. Ainsi on parlera volontiers de la façon dont les pouvoirs d'État africains traitent les opposants et les dissidents et non les questions que ceux-ci soulèvent. On passe volontiers sous silence l'appui militaire et stratégique que certains États européens apportent à des régimes politiques africains antinationaux.

2. Les accidents, les catastrophes, la misère et la faim en Afrique sont convertis en événements périodiques et selon les besoins de la communauté internationale. Étant donné leur aspect dramatique, sensationnel et atypique, il est difficile de nier leur existence. Cependant, bien des faits dramatiques se passent sur le continent sans devenir des événements publics, sans grand intérêt pour les reportages médiatiques (le génocide rwandais à l'époque, la destruction des ressources naturelles engendrée par l'exploitation pétrolifère...). Tout

¹ *Ibid.*

ceci atteste que les événements sont socialement construits et que leur valeur ne réside pas toujours dans leurs caractéristiques objectives.

3. Les scandales, la corruption et l'insécurité. C'est tout ce qui révèle des aspects normalement cachés des vies individuelles des dignitaires africains ou des processus institutionnels dans les États qu'ils dirigent.

Dans ce registre, on trouve les actions des troupes militaires ou armées, la relation des tueries sauvages ou des fortunes acquises sur trafic et corruption... A ce niveau, les agences internationales présentent l'Afrique comme le continent de toutes les déviances. Celles-ci, à travers la presse, ne sont pas seulement la transgression de normes communément admises, mais des productions régies par les sociétés africaines dans leur ensemble. Ces fléaux deviennent des pathologies collectives qui participent à l'étiquetage de l'Afrique.

Ces médias transnationaux ont le privilège de pouvoir utiliser plusieurs paires de lunettes pour observer les réalités du monde, de chauffer les unes ou les autres pour regarder les perspectives qu'elles ouvrent sur les réalités européennes et africaines.

Les grandes agences s'orientent généralement sur des thèmes d'attention et laissent dans l'obscurité toute une série de thèmes potentiels d'inquiétude ou de préoccupations susceptibles d'être portés dans les braises de l'actualité. Cette attitude est due au fait que les problèmes de l'actualité sont déterminés par des intérêts matériels plus ou moins dominants, ou hiérarchisés selon des modèles culturels ou politiques.

Ils deviennent alors l'enjeu d'opérations de sélection ou de focalisation, de commentaire ou de dramatisation.

4. La construction des problèmes africains dans les flux informatifs.

Les conceptions occidentales de l'information reposent sur l'hypothèse qu'il existe une réalité extérieure susceptible être décrite. Dans l'esprit de l'Occidental, la distinction entre information et propagande réside dans les présupposés censés présider au travail des assembleurs : ceux qui ont des objectifs déterminés produisent de la propagande ; ceux dont l'unique but est de traduire la réalité produisent de l'information.

L'hypothèse de l'existence d'une réalité objective permet aux producteurs d'informations occidentaux de disposer en permanence

d'une explication toute prête de leurs activités : rapporter ce qui se passe et l'expliquer selon des modèles de culture et de pensée, selon des normes politiques, selon des expériences sociales étrangères au contexte africain.

On retrouve ici les rapports de force à l'échelle internationale entre le Nord et le Sud.

Les flux culturels à sens unique partent du Nord et inondent le continent africain. Valeurs morales, normes juridiques, codes politiques, critères de compétence se déversent des industries de la création culturelle vers nos États par les médias devenus transnationaux : journaux, radios, télévisions, films, livres, disques, vidéo...

Le marché de l'information est le monopole de ces mêmes pays : 65% des "informations" mondiales partent des États-Unis. 30% à 70% de nos programmes sont importés du Nord. Et l'Afrique, toujours marginalisée dans le domaine de la production culturelle moderne consomme seulement 1% de la production mondiale du papier journal et du papier culturel et ne propose dans l'édition que 24 titres par million d'habitants alors que les pays développés atteignent plus de 500 titres. De même, le tirage des quotidiens, en valeur absolue comme en valeur relative (pour 1.000 habitants), fait apparaître la profondeur des écarts Nord-Sud. Dans la production cinématographique, l'Afrique est encore à la traîne malgré des signes positifs. Alors que, pour des raisons de coût et d'organisation de l'espace audiovisuel, les productions radiophoniques et télévisuelles africaines présentent des chiffres ridiculement bas qui justifient les importations effrénées de programmes télévisuels.

Et c'est justement cette situation des flux d'informations qui forme et conditionne nos besoins, nos formes de comportements, nos nouvelles mentalités, nos systèmes d'éducation, nos modes de vie. En conséquence, les Africains, au fil du temps, deviennent des capteurs passifs des messages qui asphyxient leur créativité culturelle. Ce qui veut dire que l'audiovisuel africain n'existe pas. Parce que l'idéologie de la science, de la technique, du progrès et du développement véhiculée par ces canaux transnationaux ne nous conforte pas dans notre capacité à posséder et à maîtriser le cours de l'histoire. Ce mécanisme se produit par le don culturel, technologiques et alimentaire.

Notre imaginaire est aujourd'hui standardisé par la force de la science, de la technique et de l'économique parce que la conformité aux normes dominantes est devenue la loi. L'Afrique n'est pas le seul

continent à vivre ce nouveau rapport "déterritorialisé" qui marque la fin de la pluralité des mondes en ce début du troisième millénaire.

Les sujets africains dans les médias internationaux

Tous les sujets relatifs à l'Afrique ne suscitent pas de l'intérêt de la part des agences internationales ou des médias transnationaux. Cependant certaines d'entre elles ont ouvert des bureaux sur le continent montrant ainsi que l'Afrique n'est pas un domaine périphérique pour toutes les agences mondiales.

Les agences ont pour mission officielle des produire des papiers factuels qui puissent servir de base à des reprises journalistiques. Même si elles sont concurrencées de plus en plus par des correspondants permanents des journaux et des stations de radio, elles jouent toujours un rôle important parce qu'elles sélectionnent les faits, les différencient et les classent pour simplifier la catégorisation journalistique.

La valeur de l'événement africain n'est pas uniquement subjective. Elle se conçoit comme un ensemble de routines objectives qui permettent de circonscrire les sujets africains : les rapports entre information et espace-temps, entre récit, idéologie et marché. En d'autres termes, le client est roi et l'information doit répondre à l'attente des abonnés. L'information agencière est tout autant façonnée par la géopolitique que par la géofinance. Les clients-médias demandent que le traitement de l'information comporte des éléments d'interprétation et d'appréciation aussi bien que l'énoncé des faits.

En conséquence, les agences internationales véhiculent sur l'Afrique des visions du monde qui varient au gré de l'actualité, selon les marchés médias et non-médias et selon les aires ou zones géographiques desservies.

Or ces facteurs de marché ainsi que l'intérêt des aires géographiques font que la zone Afrique constitue souvent un bloc indifférencié auprès des agences internationales. D'où le déséquilibre dans la répartition géographique des nouvelles agences. On pense l'Afrique comme un espace synonyme de guerre, de famine, de maladie et de mort avec une pincée de données économiques, ou politico-ethniques.

Ainsi l'Afrique occupe une place très faible dans l'actualité internationale et dans la surface rédactionnelle d'innombrables journaux du Nord et de l'Asie. Les agences mondiales d'information

ne sont pas les seuls médias transnationaux à façonner les représentations de l'Afrique. Les chaînes de télévision et de radio diffusant l'information en continu contribuent à donner une certaine image du continent à travers des reportages vivants mais hélas souvent orientés sur les clichés qui font la réputation de l'Afrique.

La transformation d'une occurrence en information (ce qui est arrivé) implique que celui qui raconte ait, au préalable, identifié l'événement, ses circonstances, sa durée, son rythme et ses acteurs. Le narrateur doit maîtriser les structures de "l'intelligibilité de l'événement : les éléments constitutifs de ce qui est arrivé, qui permettent l'identification du fait comme entité événementielle repérable. Le journaliste doit, pour cela, connaître la situation sociale et politique de l'Afrique dans laquelle se produit l'événement. Malheureusement, nombre de reporters occidentaux ne sont pas à même de replacer l'événement africain dans un contexte où tous les paramètres interagissent. Cette connaissance est nécessaire pour la mise en "intrigue"¹ de l'événement. Jouant sur les rapports de force qui prévalent dans le monde, les reporters et agenciers ne rapportent pas seulement ce qui est arrivé, ils attribuent aussi un sens, une valeur ou une importance significative à l'événement. Et c'est cette valeur suggérée par eux qui configure l'événementialité à l'événement c'est-à-dire la place à donner à l'événement dans la hiérarchie des nouvelles.

Cette logique se retrouve dans les grands quotidiens européens qui ne concèdent que très peu de place à l'actualité africaine. A titre d'exemple, la destruction de l'avion congolais par les soi-disant rebelles de la RDC (République Démocratique du Congo) ayant entraîné la mort des quarante passagers n'a été traitée, sous forme de brèves, que par quelques journaux européens.

L'espace public devient de jour en jour planétaire et les médias transnationaux n'accordent que peu d'espace aux ensembles ne véhiculant pas une charge symbolique suffisante. Dans un tel contexte, le pessimisme qui frappe l'esprit des Occidentaux à l'égard de l'Afrique explique en partie le manque d'intérêt pour ce continent.

Les guerres sur le continent africain sont devenues, à leurs yeux, une sorte de divertissement audiovisuel. Ainsi, "les reportages en provenance du Rwanda pendant le génocide... n'ont rien changé à la

¹ Nous faisons ici référence au cadre narratologique développé par Paul RICŒUR dans la trilogie *Temps et récit*, Paris Éd. du Seuil, coll. "L'ordre philosophique", t. 1, 1983, t. 2, *La configuration du temps dans le récit de fiction*, 1984, t. 3, *Le temps raconté*, 1985.

politique des États-Unis, de la France ou de quelque autre pays que ce soit à l'égard de cette contrée ravagée"¹. L'intérêt politique des grands de ce monde était trop faible pour que médias transnationaux et agences internationales y accordent beaucoup d'importance.

Si nous prenons en compte les sujets abordés par les éditorialistes de ces différents médias, nous constatons que l'Afrique est tenue à distance. En raison de leur position dans l'espace journalistique, ils ne traitent pas généralement des événements qui s'imposent d'ordinaire à la plupart des professionnels de l'information. L'événement africain, après avoir accédé à une forte visibilité, doit sortir d'une rubrique spécifique pour faire l'objet d'un traitement éditorial dans les grands journaux ou dans les grandes agences de presse. Ce qui est plutôt rare ou exceptionnel.

Il y a de bonnes raisons de croire que la couverture par les médias de l'actualité africaine renforce le camp des afro-pessimistes. Les journalistes occidentaux adoptent facilement un ton insouciant pour communiquer les drames africains, quelque fois avec un respect complaisant de l'ordre international, celui de la marginalisation. Ce phénomène est observable au niveau des propriétés formelles des dépêches qui font ressortir l'essentiel pour accorder un sens à l'événement et mesurer son importance journalistique. Les indices temporels, spatiaux, causaux, permettent de donner une orientation précise à l'actualité africaine sur la scène internationale. Cette appréciation est consolidée par les sources habituelles d'information des agenciers qui travaillent dans la routine. Les desks centraux des agences se définissant par leurs clients, retravaillent la dépêche pour lui donner enfin sa valeur informative mais dans une situation d'interdépendance avec les clients, dont les organes de presse.

L'événement africain résulte d'une série d'évaluations et de tris ordonnés dans lesquels on retrouve les tenants de la politique africaine des pays occidentaux. Ces derniers conçoivent des schémas dans lesquels sont définies les occurrences sur le continent. Cette pratique consacre l'incapacité de l'Afrique à influencer sur l'information agencée en cette fin de siècle.

De nos jours, les nouvelles internationales qui font la "une" des médias ont des incidences sur les marchés économiques spécialisés. Et

¹ T. GITLIN, "Illusions de transparence, ambiguïtés de l'information", *Réseaux*, N° 76, Paris, CNET, 1996, p. 119.

cet impact économique est aussi important que sa signification diplomatique et stratégique. La guerre au Congo et les enjeux de l'issue finale sont tels que l'information agencée obéit forcément à des calculs géostratégiques. Ainsi les Africains cultivent un sentiment d'impuissance dans leur propre pays, dans leur propre continent livrés à des intrigues intérieures et extérieures dont ils ne maîtrisent pas vraiment les données.

Le prêt-à-porter

L'homme fait le "monde de l'information" à son image. L'information est choisie, mise en forme, diffusée selon plusieurs paramètres. L'intérêt supposé des Occidentaux, les intentions prêtées aux acteurs africains façonnent le parcours qui va au choix initial des événements à la diffusion. Ainsi les sujets récurrents (guerres, famines et massacres), les enjeux supposés selon des analyses rationnelles de laboratoire (géopolitique, économique, militaire et culturelle), pourtant marquées de tropismes, expliqueraient la nature de la couverture de telle ou telle information africaine par les agences mondiales.

Dans l'audiovisuel, ces paramètres conduisent parfois à des montages hasardeux en raison de la concurrence médiatique. Les ratages sont ainsi multiformes parce que le journaliste occidental devient de plus en plus à la fois "monteur et promoteur" d'information en toute légitimité et conformité à l'évolution des pratiques professionnelles du troisième millénaire. Et l'Africain est de moins en moins citoyen chez lui et de plus en plus consommateur de produits informatifs "prêt-à-porter". Et c'est peut-être là, le drame le plus important en Afrique.

Serge-Théophile BALIMA¹

¹ Professeur à l'Université de Ouagadougou (Burkina Faso), Chef du Département des Arts et Communication.