

## L'image de l'Afrique dans les médias occidentaux : une explication par le modèle de l'*agenda-setting*

Charles MOUMOUNI

*Professeur  
Département d'information  
et de communication  
Université Laval (Québec)*

La mauvaise représentation de l'Afrique dans les médias occidentaux n'est ni un phénomène nouveau, ni un phénomène exceptionnel. Elle fait l'objet de préoccupations depuis les années 1970, notamment dans le cadre des discussions sur le Nouvel ordre mondial de l'information et de la communication (NOMIC). Par ailleurs, on constate que toutes les minorités visibles ou communautés culturelles se plaignent souvent de la distorsion de leur image par les médias. Mais l'image que propagent les médias occidentaux de l'Afrique est d'autant plus préoccupante qu'elle influe négativement sur les efforts de développement de l'Afrique.

Le présent article a pour objectif de rappeler un certain nombre de critères qui président à la sélection ou à la construction de l'information ayant trait à l'Afrique dans les médias occidentaux. Tout en tenant compte des raisons idéologiques (ethnocentriques) ou commerciales avancées par certains auteurs, l'article tente d'expliquer autrement cette problématique en évoquant l'impossibilité ou l'incapacité des sources africaines à influencer ou, tout au moins, à contribuer à l'« agenda » des médias occidentaux sur l'Afrique.

### Un tableau apocalyptique

L'Afrique paraît rarement sous ses beaux jours dans les médias européens et nord-américains. L'image qui est projetée d'elle est

souvent de type apocalyptique : sécheresses, famines, maladies mortelles de tout genre (dont notamment le sida et le virus ébola), guerres interethniques, coups d'État militaires, instabilité politique, corruption, etc., (Fair, 1993). La plupart des Occidentaux ne connaissent l'Afrique que sous ce tableau sombre et fataliste. L'Afrique semble représenter pour l'Occident l'Apocalypse (pour ses catastrophes et ses images de fin du monde), mais aussi le jardin d'Eden (pour son caractère primitif, naturel, zoologique et pré-moderne). Dans son édition du 7 septembre 1992, le magazine *Time* titre à la Une : « The Agony of Africa ». On peut y lire le reportage suivant sur l'Afrique :

« *Africa has a genius for extremes, for the beginning and the end. It seems simultaneously connected to some memory of Eden and to some foretaste of apocalypse. Nowhere is day more vivid or night darker. Nowhere are forests more luxuriant. Nowhere is there a continent more miserable. Africa – sub-Saharan Africa, at least – has begun to look like an immense illustration of chaos theory, although some hope is forming on the the margins. Much of the continent has turned into a battleground of contending dooms : AIDS and overpopulation, poverty, starvation, illitracy, corruption, social breakdown, vanishing resources, overcrowded cities, drought, war and homelessness of war's refugees. Africa has become the basket case of the planet, the "Third World of the Third World", a vast continent in free fall* » (Morrow, 1992)<sup>1</sup>.

Une conséquence de ce genre de portraits est l'établissement de répertoires de connaissances, de symboles et de structures prédéfinies qui contribuent à l'élaboration d'une représentation stéréotypée de la réalité africaine. À cet égard, les observations de Jo Allen Fair sont des plus parlantes. Cette dernière enseigne la communication internationale à la School of Journalism and Mass Communication de l'University of Wisconsin-Madison. Elle demande, au début des années 1990, à ses étudiants de premier cycle, majoritairement blancs, de classe moyenne, de lui décrire l'image et les idées qu'ils ont de l'Afrique et des Africains. Selon ses étudiants, « *Africa is : a basketcase, jungle-covered, big game safari, impoverished, falling apart, famine-plagued, full of war, AIDS-ridden, torn by apartheid, weird, brutal, savage, primitive, backward, tribal, underdeveloped, and black* »<sup>2</sup>. Quant aux Africains, les étudiants les perçoivent comme étant malades du sida, paresseux, stupides, corrompus, ayant de nombreux problèmes, sous-développés, bagarreurs, brutaux, sauvages, exotiques, sexuellement actifs, attardés, tribaux, primitifs et noirs (Fair, 1993). Ces idées et ces perceptions ne sont pas seulement celles d'étudiants de premier cycle. Elles sont largement partagées dans les pays occidentaux (Beatie *et al.*, 1999 ; Hawk, 1992 ; Nederveen Pieterse, 1992 ; Mudimbe, 1988 ; McCarthy, 1983) et sont le résultat de plusieurs décennies de mauvaise couverture journalistique du Tiers-Monde.

Dans les années 1970, près de 80% des informations qui circulent dans le monde émanent de quatre agences de presse occidentales : Associated Press, United Press International, l'Agence France Presse et Reuters. Ces agences ne consacrent qu'entre 20 et 30% de leur information aux pays en développement qui, pourtant, représentent les trois quarts de l'humanité (Char, 2000 ; Magrebi, 1980 ; Masmoudi, 1979). Ainsi, les pays développés se prévalent-ils de l'article 19 de la Déclaration universelle des droits de l'Homme du 10 décembre 1948, qui consacre le principe de la libre circulation de l'information (*free flow of information*). Les pays en développement, par contre, réclament une information libre et équilibrée. Ils dénoncent, dans le cadre de la Commission McBride, mise en place par l'Unesco pour réfléchir sur les problèmes et enjeux d'un Nouvel ordre mondial de l'information et de la communication (NOMIC), les distorsions contenues dans l'information diffusée par les médias occidentaux sur leurs réalités (Abel, 1984 ; Masmoudi, 1979). Malheureusement, le NOMIC a été un échec douloureux. Il a créé plus de problèmes à l'Unesco qu'il n'en a résolu (Char, 1999).

Ces dernières années, des organisations internationales essaient de reprendre l'initiative du redressement de l'image de l'Afrique. En mai 2002, un colloque international sur les médias en Afrique s'est tenu à Libreville (Gabon), pour se pencher, entre autres, sur l'épineuse question de l'image de l'Afrique aussi bien dans les médias occidentaux que dans les médias africains. En 1997, le UNSIA (United Nations System-Wide Special Initiative for Africa) établit une stratégie de communication visant à donner une image équilibrée et réaliste du continent africain. En décembre 1999, le PNUD (Programme des Nations Unies pour le Développement) organise, à Bamako (Mali), un colloque consacré à l'image de l'Afrique telle qu'elle est diffusée par les médias. Ces initiatives visent 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 (Mezzana et Anglana, 2002).

Ainsi, malgré les efforts déployés ici et là, la question de la représentation des pays en développement dans les médias occidentaux reste plus que jamais d'actualité. En tout cas, il existe encore aujourd'hui deux « Afriques », qui ont peut-être peu de choses à voir ensemble : celle qui est construite et représentée par les *hard news* des médias occidentaux (l'Afrique des chaos) et celle qui est réelle, mais ignorée même par les *soft news* (l'autre Afrique). Comme le relèvent les recherches, la représentation stéréotypée du continent africain produit des effets négatifs, qui se répercutent sur la culture, la politique et l'économie. Il en découle notamment le caractère « naturel » de la condition de crise africaine, l'« invisibilité » médiatique du continent africain, l'omission

ou la mise à l'écart des acteurs africains, la proposition de « soigner » l'Afrique par des actions de type messianique ou purement économique, la réticence des gouvernements et des entreprises occidentaux à investir dans le continent noir, etc., (Mezzana et Anglana, 2002).

### **D'autres minorités victimes des médias**

Il faut d'abord noter que le discours tenu dans les années 1970 par les pays en développement vis-à-vis des pays riches, relativement à l'information internationale, n'est pas différent de celui qui est tenu, au début du siècle dernier, par les Américains à l'égard des agences Havas (aujourd'hui AFP) et Reuters, qui dominaient le marché mondial de l'information (Char, 1999). Kent Cooper, directeur général de Associated Press, dénonçait ces agences pour leur choix de nouvelles américaines qui, selon lui, n'abordaient que des thèmes tels que « [...] *les Indiens sur un pied de guerre dans l'Ouest, les lynchages dans le Sud et les crimes bizarres dans le Nord* ». Il trouvait que les Américains étaient dans une position de colonisés et s'offusquait de ce que « *pendant des décennies, rien de bon sur l'Amérique [n'ait] été envoyé sur les fils* » de ces agences (Altschull, 1984, p.221).

Les Africains d'Afrique ne sont donc ni les premiers, ni les seuls à se plaindre d'une mauvaise représentation de leurs réalités dans les médias occidentaux. D'autres minorités visibles vivant en Occident sont victimes du même traitement médiatique (Toplin, 1993 ; Woll, 1987). Toute proportion gardée, lorsque les Africains Américains font la Une des journaux et des médias électroniques, les nouvelles sont rarement bonnes. En dehors de leurs exploits sportifs et artistiques, ils ne font parler d'eux qu'en cas d'actes criminels ou répréhensibles, ou lorsque les médias veulent mettre en évidence leur paresse ou leur extrême pauvreté (Gilens, 1996). Même la promotion de leur culture populaire – à travers la chanson, la musique et la comédie – n'est pas exempte de stéréotypes raciaux (Gray, 1995 ; Jhally et Lewis, 1992). Ils se sont toujours contentés de la portion congrue du cinéma à Hollywood et ont souvent été confinés à des rôles peu glorieux (Bogle, 1994 ; Null, 1993 ; Silk, 1990). Les publicités – hormis celles qui ciblent la communauté noire ou ont pour porte-parole une star du sport ou de la musique – ne mettent pas souvent de l'avant les Noirs lorsqu'elles font appel aux valeurs familiales de tel ou tel autre pays occidental (Kern-Foxworth, 1994).

Les autochtones d'Amérique (*Native Americans*), eux non plus, ne sont pas bien représentés dans les médias de masse américains. Les cinéphiles et les téléspectateurs sont habitués à les voir dans leur état

« sauvage », parés de leurs plumes d'oiseaux, de peaux d'animaux, de flèches et de maquillage de « mohicans » (Clifton, 1990 ; Churchill, 1980 ; Deloria, 1980 ; O'Connor, 1980 ; Berkhofer, 1978 ; Friar, 1972). Les Latinos aussi bénéficient d'un traitement médiatique semblable à celui des Africains Américains. À la télévision comme au cinéma, ce sont des femmes ou des hommes de chambre, des travailleurs des grandes fermes ou des trafiquants de drogue, souvent impliqués dans des liens mafieux (Fregoso, 1993 ; Noriega, 1992 ; Petit, 1988). Dans une moindre proportion, les Asiatiques ne sont pas contents de la place qui leur est réservée dans les médias de masse, notamment à la télévision et au cinéma. Certains dénoncent même le racisme institutionnel de Hollywood (Xing, 1998 ; Marchetti, 1993 ; Wong, 1978). Que dire alors de l'image des Arabes dans les médias occidentaux, surtout depuis les attentats du 11 septembre 2001 contre le World Trade Center et le Pentagone ? On les reconnaissait dans les médias de masse pour leur soif de richesses, leurs chameaux, leur danse du ventre et leur violence. Depuis les attentats, le stéréotype qui s'attache de façon dominante à leur nom et à leur image est celui de terroriste. Les origines arabes de toute personne liée de près ou de loin à un acte de terrorisme ou de simple violence est systématiquement soulignée par les médias. Le nom « arabe » est presque automatiquement associé au mot « terrorisme » (Banda, 2002 ; Weintraub, 1998 ; Jones, 1998 ; El-Farra, 1996 ; Alter, 1995).

Même si la plupart des minorités visibles ont des problèmes d'image dans les médias occidentaux, il faut reconnaître que le cas de l'Afrique et des Africains est spécial, car l'Afrique est perçue comme le « Tiers-Monde du Tiers-Monde » (Morrow, 1992).

### **Causes et impact du mauvais traitement médiatique**

Des chercheurs ont tenté de déterminer l'impact que peut avoir le contenu de l'information des médias occidentaux sur la compréhension qu'ont les publics occidentaux des problèmes et enjeux des pays en développement, notamment ceux de l'Afrique. Une étude publiée par le Glasgow Media Group (Royaume-Uni), en mai 2001, a abouti à trois conclusions intéressantes sur cette question. Premièrement, l'étude met en évidence les décisions que prennent les télédiffuseurs britanniques (sur la base de critères commerciaux) de ne répondre qu'aux « préférences » du public et indique que cette façon de faire produit à terme des perceptions négatives sur les pays en développement. Deuxièmement, l'étude conclut à la désinformation des téléspectateurs en raison des informations partiales et incomplètes qui sont diffusées à

propos des pays du Sud. Si les publics occidentaux sont mal informés sur les problèmes des pays en développement, c'est, d'une part, parce que les explications et les mises en contexte de l'information sont insuffisantes et, d'autre part, parce que les rares explications fournies sont souvent teintées de préjugés « post-coloniaux ». Les médias s'engagent ainsi dans une production de masse de l'ignorance sociale (Schechter, 1998). Troisièmement, les auteurs de cette étude pensent que l'amélioration de la couverture internationale des pays en développement peut accroître l'intérêt des publics occidentaux pour les questions les touchant et même modifier radicalement leurs attitudes négatives envers ces pays. Le Glasgow Media Group avait déjà publié plusieurs études sur les mauvaises nouvelles du Tiers-Monde dans les médias occidentaux (1976, 1980) et leur réceptivité par les publics occidentaux (2000).

Par ailleurs, le contenu de l'information internationale sur les pays en développement et les attitudes qu'il génère au sein des audiences occidentales ont fait l'objet d'explications théoriques diverses. Certains auteurs pensent que les médias choisissent, pour des raisons idéologiques, de traiter l'information sur le Tiers-Monde de façon biaisée (Mattelart, 2002, 1976 ; Philo, 1990 ; Thompson, 1990 ; Herman et Chomsky, 1988 ; Peterson, 1981 ; Schiller, 1976). Selon Van Dijk et Smitherman-Donald (1988), « *les médias ne font pas que rapporter passivement les faits, pas plus qu'ils ne reflètent le consensus ethnocentrique ; ils contribuent à le construire et à le reproduire. Ils grossissent les attitudes de la minorité dominante, réinterprètent et diffusent cette idéologie à ceux qui ne détiennent pas le pouvoir, mais qui néanmoins sont les membres du groupe dominant : celui des Blancs* » (McAndrew et Potvin, 1996). La thèse idéologique a été mise de l'avant dans les premières études du Glasgow Media Group (1980, 1976), et a même trouvé un écho favorable sur les tribunes de l'Unesco. En effet, dans son rapport sur le NOMIC, la Commission McBride soutient que « *[l']opinion publique des pays industrialisés n'aura pas véritablement accès à une information complète sur le Tiers-Monde, ses exigences, ses aspirations et ses besoins, tant que les modèles de l'information et de la communication ne s'affranchiront pas du sensationnalisme et du style de présentation des nouvelles qui les caractérisent actuellement et qu'ils ne se dépouilleront pas de tout préjugé ethnocentrique [...]* » (Unesco, 1986). D'autres auteurs expliquent le contenu de l'information internationale relative aux pays en développement par la logique commerciale des décideurs des médias, qui sont prêts à formater cette information en fonction des goûts de leurs publics (Stone, 2000 ; Philo et Miller, 2000). Ainsi, la couverture de l'actualité africaine n'échapperait pas à la course aux audiences.

## L'agenda-setting de l'actualité africaine

Pour notre part, nous tenterons d'expliquer la couverture internationale de l'actualité africaine par le modèle de l'*agenda-setting*. Ce modèle traite initialement des relations entre les médias et leurs publics. Rappelons que le modèle de l'*agenda-setting* a été développé au début des années 1970 par McCombs et Shaw (1972). Selon ces chercheurs américains, les médias exercent un effet important sur la formation de l'opinion publique, en attirant l'attention de leur audience sur certains événements et en négligeant d'autres. Étant donné l'espace et le temps limités dont ils disposent, les médias ne peuvent consacrer une attention égale à tout ce qui a lieu dans le monde, et sont donc obligés de faire des choix. Ce faisant, ils définissent le calendrier des événements et la hiérarchie des sujets (Lazar, 1992). McCombs et Shaw ont décrit ce phénomène en faisant référence à l'affaire du Watergate. Selon eux, la fonction des médias n'est pas de dire aux gens ce qu'ils doivent penser mais ce sur quoi ils doivent concentrer leur attention. Ces auteurs ont trouvé une adéquation entre l'ordre hiérarchique des événements présentés par les médias et la hiérarchie de signification attachée à ces mêmes événements par le public. D'après le modèle de l'*agenda-setting*, la perception du public concernant un événement est fonction de la place que lui accordent les médias (Soroka, 2002 ; Lazar, 1992). Le modèle de l'*agenda-setting* ressuscite la théorie des effets puissants des médias, qui était largement partagée par les chercheurs dans les années 1920 et 1930.

Par la suite, certains chercheurs ont essayé d'étendre ce modèle aux relations entre les médias et leurs sources (McCombs et Shaw, 1993). Mais, le modèle est trop étroit pour rendre compte de la complexité des rapports médias-sources, d'où la suggestion du modèle de l'*agenda-building*. Ce dernier modèle postule que l'actualité serait plus une construction sociale qu'un fait brut dont traitent tout seuls les médias (Charron, Lemieux et Sauvageau, 1991). La nouvelle est le fruit de la collaboration entre les journalistes et les sources. Il s'agit d'une conception « constructiviste » de la nouvelle (Charron, 1995), suggérée fortement par certains auteurs (Fishman, 1980 ; Tuchman, 1978), mais critiquée par d'autres pour son penchant radical ou idéologique (Gauthier, 2003). D'autres auteurs critiquent l'*agenda-building* surtout parce qu'il ne rend pas compte de la complexité des relations entre les médias et leurs sources. Cette notion suppose une parfaite adéquation entre l'offre autonome de la source et la demande autonome des médias, une conformité entre le discours de la source et le discours des médias, donc une égalité parfaite des rapports d'influence. Or, dans la réalité, chacune

de ces deux parties agit en fonction de ses intérêts, de ses valeurs, de ses ressources et de ses contraintes ; elle tient compte de la réaction anticipée de l'autre et adapte sa logique à celle de l'autre (Charron, 1995).

Quoi qu'il en soit, nous partons de l'hypothèse que plus une source influence ou contribue à l'agenda des médias, plus les nouvelles des médias lui sont favorables. L'influence dont il s'agit ici est positive (il s'agit de faire diffuser un message dans les médias) et non négative (il ne s'agit pas de forcer les médias à ne pas parler d'un sujet). L'influence consiste pour les sources à proposer ou imposer aux médias les sujets à traiter et parfois l'angle sous lequel ils doivent être traités. Il s'ensuit que si l'Afrique et les Africains font l'objet d'une mauvaise couverture médiatique, cela peut s'expliquer par leur incapacité à influencer l'agenda des médias occidentaux.

Partant du constat que la couverture internationale de l'actualité africaine est rarement à l'avantage de l'Afrique, notre examen du modèle de l'*agenda-setting* a surtout pour but de répondre à la question de savoir qui détermine l'agenda des médias occidentaux concernant l'Afrique. Dans cette optique, nous tenons pour acquis les résultats des recherches qui démontrent que la couverture de l'actualité du Tiers-Monde a certainement un impact sur la compréhension et la perception des publics occidentaux (Glasgow Media Group (2001), ce qui est conforme au modèle initial de l'*agenda-setting* concernant les relations médias-publics.

Tel que nous l'entendons, l'*agenda-setting*, dans les relations médias-sources, suppose que les médias définissent librement leur agenda, sans aucun concours ou avec très peu de concours des sources. Dans cette optique – qui consacre la toute-puissance des médias en ce qui a trait au choix des nouvelles et l'angle sous lequel elles sont traitées – l'actualité est couverte uniquement en fonction des besoins de l'organisation-média et des méthodes standardisées de traitement de l'information (Soroka, 2002). Nous savons que pour la plupart des médias, un événement n'a valeur de nouvelle (*newsworthy*) que lorsqu'il s'inscrit dans l'une des catégories qui intéresseraient le public : le spectacle, le conflit, la violence, l'intérêt humain, l'incongru, etc., (Charron, 1991). Mais, les événements du Tiers-Monde en général et ceux de l'Afrique en particulier, pour être couverts, doivent de plus s'inscrire dans des « routines » journalistiques particulières (Rock, 1973). Ils ne sont susceptibles de constituer une nouvelle pour ces médias que lorsqu'ils respectent un ou plusieurs des critères suivants : 1. ils se produisent dans un *espace de temps* qui s'adapte à l'organisation du travail du média ; 2. ils se déroulent à une *échelle suffisamment vaste* ; 3. ils sont *clairement interprétables* ou peu ambigus ; 4. ils ont une *grande affinité culturelle* ou une grande signification par rapport



au public ; 5. ils sont conformes à l'*image mentale préexistante* ; 6. ils sont, sous certains aspects, *rare et inattendus* ; 7. ils concernent un *pays important* ; 8. ils concernent des *personnes importantes* (l'élite du pays) ; 9. ils ont trait à des *histoires personnelles* ; 10. ils ont des conséquences aussi *négatives* que possible (Mezzana et Anglana, 2002 ; Kariel et Rosenvall, 1984 ; Galtung et Ruge, 1965).

Dans ce sens, la couverture de l'actualité africaine répond bien au modèle de l'*agenda-setting*. Dans les pays occidentaux, la plupart du temps, ce sont les médias qui prennent l'initiative de parler d'un problème ou d'un enjeu qui touche l'Afrique. Si les sujets africains sont abordés, c'est forcément parce qu'ils correspondent à l'agenda préétabli par ces médias pour l'Afrique. Cet agenda, comme on l'a vu précédemment, ne tient compte que de ce qui relève du catastrophique (*bad news*) et du spectaculaire : conflits ethniques, catastrophes naturelles (inondations, tremblements de terres, sécheresses, désertification, invasion des criquets, etc.), famines, pauvreté extrême, safari, exotisme.

Par exemple, en l'an 2000, un tiers des actualités diffusées sur l'Afrique par les chaînes britanniques BBC et ITN a porté précisément sur ces sujets ; le reste des informations étant réservé au sport et à d'autres événements qui ne touchent l'Afrique que de manière très indirecte. Il en est de même des médias italiens. Les journaux télévisés italiens ont consacré, dans la période comprise entre le 10 octobre 1999 et le 31 mars 2000, sur une production globale de 21 500 nouvelles, seulement 128 nouvelles à l'Afrique. Les sujets abordés dans les 128 reportages ont toujours été caractérisés par une approche « catastrophiste » ou, tout au plus, visaient à fournir une image exotique de ce continent (Mezzana et Anglana, 2002).

### **Des choix biaisés**

Ainsi, les médias occidentaux dictent à leurs audiences (consommatrices passives de la chose africaine) ce sur quoi elles doivent concentrer leur attention. Si on sonde ces audiences sur les événements les plus importants de l'actualité africaine de ces derniers mois, on peut présumer que la plupart d'entre elles parleront au premier chef de la guerre civile en Côte d'Ivoire. Rares sont ceux qui mentionneront les stratégies de mise en œuvre du Nouveau partenariat pour le développement de l'Afrique (NEPAD) ou d'autres sujets cruciaux pour la démocratie et le développement en Afrique.

L'*agenda-setting* de l'Afrique comporte d'autres critères. Les bonnes nouvelles qui viennent de l'Afrique sont rarement présentées dans les

médias occidentaux comme le fruit des efforts des Africains eux-mêmes. Elles sont, soit le fait de l'intervention d'un pays, d'une institution ou d'une personnalité en Occident, soit le fait de la providence ou du hasard. C'est pour cela que certains auteurs parlent de couverture idéologique du Tiers-Monde (Thompson, 1990 ; Peterson, 1981). L'information venant de l'Afrique conforte ainsi les pensées néo-coloniales (Mattelart, 1976), renforce les préjugés contre l'Afrique et justifie l'afro-pessimisme. Si l'Afrique n'est pas une cause perdue, elle a forcément besoin de l'Occident pour se développer.

Des médias de droite ou d'extrême droite s'évertuent à perpétuer cette croyance à travers le choix des événements africains à couvrir et l'angle sous lequel ces événements doivent être couverts (Potter, 1987). Les « *success stories* » africaines ne transpireront jamais dans ces médias. Un pays comme le Bénin a du succès démocratique au point d'être considéré comme le laboratoire de la démocratie en Afrique. Les publics occidentaux en ont-ils entendu parler dans les médias ? Il suffira qu'une campagne électorale dans ce pays soit marquée par des actes de violence interethnique pour qu'on n'ait pas à le chercher vainement sur une carte du monde. Les autres médias qui se disent progressistes ou neutres ne choisissent certainement pas de faire une présentation négative de l'Afrique, mais leur politique de couverture de l'actualité africaine s'inscrit dans le système des noirceurs africaines.

Le modèle de l'*agenda-setting* de l'Afrique fonctionne suivant un effet de domino. Un média entraîne l'autre et la multiplicité des médias couvrant un événement en Afrique n'est pas le gage d'une diversité de l'information. Lorsqu'il s'agit de l'Afrique, les médias rapportent, de façon quasi unanime, les mêmes genres de faits, de la même façon, selon leurs connaissances et leurs préjugés sur l'Afrique. Les sources d'information africaines sont souvent exclues de la production de la nouvelle. Les journalistes occidentaux s'emparent du fait brut africain ou des événements spontanés comme d'une matière première qu'ils introduisent dans leur système d'*agenda-setting* de l'Afrique. Il en ressort une nouvelle standardisée et normalisée au goût du public.

On peut comprendre aisément pourquoi l'actualité africaine ne peut être inscrite au chapitre de l'*agenda-building*, qui est une construction sociale de l'actualité. Le conflit, la confrontation et la crise sont au cœur des critères de couverture des nouvelles du continent noir. Les journalistes occidentaux ne vont pas en Afrique pour faire du journalisme civique international ou pour contribuer au développement et à la démocratie en Afrique. Un ancien rédacteur en chef de l'agence Reuters a d'ailleurs exprimé l'idée qu'une nouvelle est tout simplement « *la quête*

*de vérité dans les événements* » et que le journaliste « *ne peut se préoccuper de l'étude des problèmes* » (Char, 1999 ; Richtead, Anderson et Schiller, 1981). Les journalistes occidentaux vont donc en Afrique essentiellement pour rapporter ou guetter ce qui va mal.

Il arrive que ces journalistes interviewent les acteurs clés de l'actualité africaine, mais l'information recueillie par ce procédé est en dernière analyse traduite sous l'angle choisi par les décideurs des médias. Même en cas de catastrophe naturelle, les reportages sont faits suivant le système d'encodage des nouvelles de l'Afrique. Un volcan en République démocratique du Congo donnera rarement lieu à une explication scientifique par les sismologues africains, mais plutôt à des interviews et des reportages sur les drames humains. Ainsi, les sources africaines peuvent parfois contribuer à la cueillette de l'information, ou suggérer aux médias tel ou tel sujet, mais le formatage et la hiérarchisation de la nouvelle qui en résulteront obéiront aux critères de couverture de l'actualité africaine. L'absence ou l'insuffisance d'interaction entre les médias occidentaux et les sources africaines ne donne pas à ces dernières les moyens d'imposer ou de faire passer leurs propres messages.

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, voire le charlatanisme, peuvent facilement commander le contenu des médias. Le magazine *Global Journalist* de l'International Press Institute rapporte qu'un ancien directeur de la télévision nationale égyptienne a été condamné à quinze ans de travaux forcés pour avoir accepté un pot-de-vin de 2 000 dollars de la part d'un médecin qui voulait apparaître dans le show populaire « Good Morning Egypt » (McGraw, 2003). Au Kenya, la presse est infiltrée par des charlatans, des escrocs et des maîtres-chanteurs. En Chine, les entreprises et les organisations non gouvernementales trouvent moins cher de payer des journalistes pour obtenir des articles favorables que de payer des publicités qui auront moins d'impact sur le public. En Russie, certains politiciens ne se cachent pas pour acheter les journalistes. Les enveloppes que reçoivent les journalistes sont appelées *zakhazukha* en Russie (ce qui signifie *commande*), *brown envelope* au Nigéria (McGraw, 2003), *communiqué final*, *per-diem* ou *consultation* au Bénin (Adjovi, 2002 ; Frère, 2002). Ces pratiques existent dans des pays d'Amérique latine comme l'Argentine et le Chili, mais aussi, de façon moins directe, dans les pays développés (Saint-Jean, 2002 ; Day, 2000). Ainsi, certaines sources africaines achètent facilement la presse locale et essaient même d'acheter directement ou indirectement des médias publiés en Occident pour mieux y paraître. Mais, une source africaine qui « commanderait »

l'agenda d'un média occidental serait de l'ordre des exceptions. De toute façon, ce ne serait pas la meilleure façon d'améliorer l'image de l'Afrique dans les médias occidentaux.

## Conclusion

En somme, l'*agenda-setting* est le modèle qui rend le mieux compte de la couverture internationale de l'actualité africaine. D'une part, les recherches indiquent clairement que la couverture biaisée et déficiente de cette actualité produit des attitudes négatives des audiences occidentales sur l'Afrique. D'autre part, on peut remarquer l'absence, la mise à l'écart ou la consultation insuffisante des sources africaines dans la production de l'information sur l'Afrique. Les médias occidentaux définissent librement leur agenda et se contentent souvent de pratiques journalistiques routinières. Pour se défendre de cette façon de faire, Keith Fuller, ancien président de l'agence Associated Press déclare : « *Couvrir le Tiers-Monde n'est pas facile [...] Je fais référence à ces pays, particulièrement en Amérique latine, qui ont recours aux menaces pour faire pression sur ce que doivent écrire les correspondants. Je fais référence à la censure implicite [...], au refus de donner accès aux correspondants à ces sources officielles qui peuvent le mieux expliquer au monde l'histoire de leur pays* » (Char, 1999 ; Richtead, Anderson et Schiller, 1981).

Il est vrai que l'accès aux sources est une difficulté majeure pour les correspondants en Afrique. On n'a qu'à penser au cas des journalistes emprisonnés au Zimbabwe et ailleurs en Afrique (rapport RSF, 2002). Mais le problème des sources se posait plus à l'époque des dictatures endémiques. Aujourd'hui, les réalités ont changé en raison de la libéralisation de la presse dans la plupart des pays africains. Les médias occidentaux doivent donc se garder de désespérer de toutes les sources africaines. Ces dernières doivent d'ailleurs comprendre que le redressement de l'image de l'Afrique sera fonction de leur capacité à influencer ou à contribuer à la construction de l'actualité africaine. Il est dans leur intérêt de collaborer avec les correspondants étrangers. Plus ceux-ci agiront de façon unilatérale, à partir de leurs propres schèmes de référence, plus les informations qu'ils diffuseront sur l'Afrique seront négatives.

Les pays africains devraient notamment créer ou renforcer, sur le plan national, régional, voire continental, les structures chargées des relations avec les médias occidentaux. Ces structures pourraient être appuyées par des organismes ou des groupes de pression internationaux œuvrant dans l'intérêt de l'Afrique. Pourquoi ne pas penser à la création

d'un Centre de surveillance et de redressement de l'image de l'Afrique ? Il ne s'agit pas de mettre en place des mécanismes de censure ou d'intimidation de la presse occidentale, mais plutôt d'offrir à ces médias les perspectives africaines afin d'équilibrer les informations sur l'Afrique. Le but de cette stratégie n'est pas d'interdire les reportages sur l'« Afrique des catastrophes », mais simplement de favoriser, de façon démocratique, l'émergence, aux yeux de la communauté internationale, de l'« autre Afrique » ■

### Notes

1. Traduction libre de l'auteur : « *L'Afrique a le génie des extrêmes, pour le début comme pour la fin. Elle semble rappeler simultanément des souvenirs d'Eden et un avant-goût d'apocalypse. Nulle part le jour n'est plus vif ou la nuit plus noire. Nulle part les forêts ne sont plus luxuriantes. Nul autre continent n'est plus misérable. L'Afrique – du moins, l'Afrique au sud du Sahara – a commencé à ressembler à une immense illustration de la théorie des chaos, bien qu'une sorte d'espoir se dessine sur les bords. La plus grande partie du continent s'est transformée en un champ de bataille pour des fatalités rivales : sida et surpopulation, pauvreté, famine, analphabétisme, corruption, fractures sociales, ressources en épuisement, villes surpeuplées, sécheresse, guerre et réfugiés sans-abri, l'Afrique est devenue le cas social de la planète, le "Tiers-Monde du Tiers-Monde", un vaste continent en chute libre.* »
2. Traduction libre de l'auteur : « *L'Afrique est un cas social. Grand safari, couverte de jungle, elle s'écroule, appauvrie, ravagée par la famine, la guerre, le sida, déchirée par l'Apartheid. L'Afrique est bizarre, brutale, sauvage, primitive, attardée, tribale, sous-développée et noire.* »

### Bibliographie

- ABEL Elie (1984), *Many Voices, One World : The MacBride Report*, Paris, Unesco.
- ADJOVI V. Emmanuel (2002), *Liberté de presse et corruption au Bénin : la dérive du journalisme de marché*, Working Paper n°10, Institut für Ethnologie und Afrikastudien. Mainz, Germany, Johannes Gutenberg Universität.
- ALTER Jonathan (1995), « Jumping to conclusions : many in the press and public were quick to assume the crime had MidEast origins. But 'John Doe' is one of us » (Oklahoma City bombing), *Newsweek*, May 1, 1995, p.55.
- ALTSCHULL J. Herbert (1984), *Agents of Power : The Role of the Newsmedia in Human Affairs*, New York, Longman.
- AUBIN Benoît (2003), « La guerre de l'info », *L'Actualité* (Québec), 15 mars 2003, pp.22-30.
- BANDA Nicole (2002), « Real Bad Arabs : How Hollywood Vilifies a People », *Cornell Review Online*, November 1, 2002, <http://www.cornellreview.org/viewart.cgi?num=212>.
- BEATTIE Lisa, David MILLER, Emma MILLER and Greg PHILO (1999), « The Media and Africa : Images of Disaster and Rebellion », in Greg PHILO, *Message Received*, London, Routledge.

L'IMAGE DE L'AFRIQUE DANS LES MÉDIAS OCCIDENTAUX...

- BERKHOFER Robert (1978), *The White Man's Indian : Images of the American Indian from Columbus to the Present*, New York, Knopf.
- BOGLE Donald (1994), *Toms, Coons, Mulattoes, Mammies, and Blacks : An Interpretive History of Blacks in American Film*, 3<sup>rd</sup> ed., New York, Continuum.
- CHAR Antoine (1999), *La guerre mondiale de l'information*, Québec, Presses de l'Université du Québec.
- CHARRON Jean (1995), « Les médias et les sources : les limites du modèle de l'agenda-setting », *Hermès* 17-18, pp.73-92.
- CHARRON Jean (1991), « Les pseudo-événements de contestation : le cas du groupement autonome des jeunes (RAJ) », in Jean CHARRON, Jacques LEMIEUX et Florian SAUVAGEAU, *Les journalistes, les médias et leurs sources*, Boucherville, Gaétan Morin, pp. 102-133.
- CHARRON Jean, Jacques LEMIEUX et Florian SAUVAGEAU (1991), *Les journalistes, les médias et leurs sources*, Boucherville, Gaétan Morin.
- CHURCHILL Ward, Mary Anne HILL and Norbert S. HILL Jr. (1980), « Examination of Stereotyping : An Analytical Survey of Twentieth-Century Indian Entertainers », in G.M. BATAILLE and C.L.P. SILET (eds.), *The Pretend Indians : Images of Native Americans in the Movies*, Ames, IA, The Iowa State University Press, pp.35-48.
- CLIFTON James A (1990), *The Invented Indian : Cultural Fictions and Government Policies*, New Brunswick, Transaction.
- DAY Louis A. (2000), *Ethics in Media Communications : Cases and Controversies*, 3<sup>rd</sup> ed., Belmont, CA, Wadsworth.
- DELORIA Vine (1980), « The American Indian Image in North America », in G.M. BATAILLE and C.L.P. SILET (eds.), *The Pretend Indians : Images of Native Americans in the Movies*, Ames, IA, The Iowa State University Press, pp.49-54.
- EL-FARRA Narmeen (1996), « Arabs and the Media », *Journal of Media Psychology*, Vol.1, Number 2, Spring 1996.
- FAIR Jo Ellen (1993), « War, Famine and Poverty : Race in the Construction of Africa's Media Image », *Journal of Communication Inquiry*, vo.17, n°2, pp.5-22.
- FISHMAN Mark (1980), *Manufacturing the News*, Austin, University of Texas Press.
- FREGOSO Rosa (1993), *The Bronze Screen : Chicana and Chicano Film Culture*, Minneapolis, University of Minnesota P.
- FRERE Marie-Soleil (2000), *Presse et démocratie en Afrique francophone. Les Mots et les Maux de la transition au Bénin et au Niger*, Paris, Karthala.
- FRIAR Ralph (1972), *The Only Good Indian : The Hollywood Gospel*, New York, Drama Book Specialists.
- GALTUNG Hans, and Mari RUGE (1965), « The Structure of Foreign News », *The international journal of Peace Research*, n°1, pp. 64-90.
- GAUTHIER Gilles (2003), « Critique du constructivisme en journalisme », Conférence prononcée le 31 mars, dans le cadre des activités du groupe de recherche CIRAL, Faculté des lettres, Université Laval, Québec.

- GILENS Martin (1996), « Race and Poverty in America : Public Misperceptions and the American News Media », *Public Opinion Quarterly*, vol.60, n°4, pp. 515-541.
- GLASGOW MEDIA GROUP (2001), *Media Coverage of the Developing World : Audience Understanding and Interest*,  
[Online] : <http://www.gla.ac.uk/departments/sociology/debate.html> (04-19-2003).
- GLASGOW MEDIA GROUP (2000), *Viewing the World : News Content and Audience Studies*, DFID, London, Web site : [www.dfid.gov.uk](http://www.dfid.gov.uk).
- GLASGOW MEDIA GROUP (1980), *More Bad News*, Routledge, London.
- GLASGOW MEDIA GROUP (1976), *Bad News*, Routledge, London.
- GOLDMAN Ilene S. (1996), « Crossing Invisible Borders : Ramon Menendez's Stand and Deliver », in C.A. NORIEGA and Ana M. LOPEZ (eds.), *The Ethnic Eye : Latino Media Arts*, Minneapolis, MN, University of Minnesota Press, pp.81-94.
- GRAY Herman (1995), « Jammin' on the One ! Some Reflections on the Politics of Black Popular Culture », in H. GRAY, *Watching Race*, Minneapolis, MN, University of Minnesota Press, pp.147-161.
- HAWK B.G.(1992) (ed), *Africa's Media Image*, Westport, Praeger.
- HELLER Michele A. (1995), « Bad News for Hispanics », in R.E. HIEBERT (ed.), *Impact of Mass Media* (Third Edition), White Plains, N.Y., Longman Publishers, pp.367-373.
- HERMAN Edward and Noam CHOMSKY (1988), *Manufacturing Consent*, New York, Pantheon.
- JHALLY Sut and Justin LEWIS (1992), *Enlightened Racism : The Cosby Show, Audiences, and the Myth of the American Dream*, Boulder, Westview Press.
- JONES Arthur (1998), « Stereotyping and double standards in Hollywood Islam », *National Catholic Reporter*, November 20, 1998 p.17.
- KARIEL H. and L. ROSENVALL (1984), « Factors Influencing International News Flow », *Journalism Quarterly*, vol.61 (Autumn), pp.509-516.
- KERN-FOXWORTH Marilyn (1994), « Separate and Definitely Not Equal : Frequency of Blacks in Advertising », in M. KERN-FOXWORTH, *Aunt Jemima, Uncle Ben, and Rastus : Blacks in Advertising, Yesterday, Today, and Tomorrow*, Westport, CN, Greenwood Press.
- LAZAR Judith (1992), *La science de la communication*, Paris, Presses Universitaires de France.
- LEWANDOWSKI René (2003), « Opération séduction », *L'Actualité* (Québec), 15 mars 2003, pp.32-38.
- MAGREBI Mohammed (1980), « Vers un nouvel ordre de l'information : la collaboration entre les agences de presse africaines », *Communication*, vol.3, n°2, pp.57-65.
- MARCHETTI Gina (1993), *Romance and the 'Yellow Peril' : Race, Sex, and Discursive Strategies in Hollywood Fiction*, Berkeley, University of California P.
- MASMOUDI Mustapha (1979), « Third World News and Views : The New World Information Order », *Journal of Communication*, vol.29, n°2, pp.172-185.
- MATTELART Armand (2002), *La mondialisation de la communication*, 3<sup>e</sup> éd., Paris, Presses universitaires de France.

L'IMAGE DE L'AFRIQUE DANS LES MÉDIAS OCCIDENTAUX...

- MATTELART Armand (1976), *Multinationales et systèmes de communication : les appareils idéologiques de l'impérialisme*, Paris, Anthropos.
- McANDREW Marie et Maryse POTVIN (1996), *Le racisme au Québec : éléments d'un diagnostic*, Rapport final soumis au Ministère des affaires internationales, de l'immigration et des communautés culturelles par le Centre d'études ethniques de l'Université de Montréal en juin Québec, Ministère des affaires internationales.
- McCarthy M. (1983), *Dark Continent : Africa Seen by Americans*, Westport, Connecticut, Greenwood Press.
- McCOMBS Maxwell E. and Donald L. SHAW (1993), « The Evolution of agenda-setting research : Twenty-Five Years in the Marketplace Ideas », *Journal of Communication*, vol.43, n°2, pp.58-67.
- McCOMBS Maxwell E. and Donald L. SHAW (1972), « The Agenda-Setting Function of Mass Media », *Public Opinion Quarterly*, vol.36, pp.176-187.
- McGRAW Mike (2003), « Money vs. Ethics : A Balancing Act », *IPI Global Journalist*, vol.9, n°1, First quarter 2003.
- MEZZANA Daniele et Tana Worku ANGLANA (2002), « Une représentation, source de ségrégation : la construction de l'Afrique comme un monde à part », [En ligne] : [http://www.africansocieties.org/n1/fr\\_paginaarticolo4.htm](http://www.africansocieties.org/n1/fr_paginaarticolo4.htm) (dernière mise à jour : 20-05-2002 ; site consulté le 02-03-2003).
- MORROW Lance (1992), « The Scramble for Survival », *Time Magazine*, September 7, 1992, vol.40, n°10.
- MUDIMBE V. Y. (1988), *The Invention of Africa*, Bloomington, Indiana, Indiana University Press.
- NEDERVEEN PIETERSE J. N. (1992), *White on Black : Images of Africa and Blacks in Western Popular Culture*, New Haven Connecticut, Yale University Press.
- NEWMAN Kathleen (1996), « Reterritorialization in Recent Chicano Cinema », in C.A. NORIEGA and Ana M. LOPEZ (eds.), *The Ethnic Eye : Latino Media Arts*, Minneapolis, MN, University of Minnesota Press, pp.95-106.
- NORIEGA Chon (1992), *Chicanos and Film : Essays on Chicano Representation and Resistance*, New York : Garland.
- NULL Cary (1993), *Black Hollywood : From 1970 to Today*, Secaucus, Carol.
- O'CONNOR John (1980), *The Hollywood Indian : Stereotypes of Native Americans in Films*, Trenton : New Jersey State Museum.
- PETERSON S. (1981), « International News Selection by the Elite Press : A Case Study », *Public Opinion Quarterly* 45 (Summer), pp.143-163.
- PETIT Arthur (1988), *Images of the Mexican American in Fiction and Film*, College Station, Texas A&M UP.
- PHILO Greg and David MILLER (2000), *Market Killing. What the Free Market Does and What Social Scientists Can Do about It*, London, Longman.
- PHILO Greg (1990), *Seeing and Believing*, London, Routledge.



- PITTS Gordon (2002), *Kings of Convergence : the Fight for Control of Canada's Media*, Toronto, Doubleday Canada.
- POTTER W. J. (1987), « News From the Worlds in Prestige U.S. Newspapers », *Journalism Quarterly* 64 (Spring), pp.73-79.
- ROCK Paul (1973), « News as Eternal Recurrence », in COHEN, Stan and Jock YOUNG (eds), *The Manufacture of News*, London, Constable.
- SAINT-JEAN Armande (2002), *Éthique de l'information : fondements et pratiques au Québec depuis 1960*, Montréal, Presses de l'Université de Montréal.
- SCHECHTER Danny (1998), *The More You Watch The Less You Know*, New York, 7 Stories Press.
- SCHILLER Herbert (1976), *Communication and Cultural Domination*, White Plain, N.J., International Arts and Sciences Press.
- SIGAL L. V. (1973), *Reporters and Officials : The Organization and Politics of Newsmaking*, Lexington, MA, Heath.
- SILK Catherine (1990) *Racism and Anti-Racism in American Pop Culture : Portrayals of African-Americans in Fiction and Film*, Manchester, Manchester UP.
- SOROKA Stuart Neil (2002), *Agenda-Setting Dynamics in Canada*, Vancouver, UBC Press.
- STONE Jenny (2000), *Losing Perspective : Global Affairs on British Terrestrial Television : 1989 – 1999*, London, Third World and Environment Broadcasting Project.
- THOMPSON J. B. (1990), *Ideology and Modern Culture*, Stanford, Calif., Stanford University Press.
- TOPLIN Robert (1993), *Hollywood as Mirror : Changing Views of «Outsider» and «Enemies»*, American Movies, Westport, Greenwood.
- TUCHMAN Gaye (1978), *Making News : A Study in the Construction of Reality*, New York, Free Press.
- UNESCO (1986), *Voix multiple, un seul monde*, édition abrégée, Paris, Unesco.
- VAN DIJK Teun and Geneva SMITHERMAN-DONALDSON (1988), *Discourse and Discrimination*, Wayne State University Press.
- WEINTRAUB Joanne (1998), « TV's Portrayals of Arabs Give no Heed to Fairness », *Milwaukee Journal Sentinel*, April 28, p.1.
- WEAVER D., and S. N. ELLIOTT (1985), « Who Sets the Agenda for the Media ? A Study of Local Agenda-Building », *Journalism Quarterly*, vol.62, pp.87-94.
- WOLL Allen (1987), *Ethnic and Racial Images in American Film and Television : Historical Essays and Bibliography*, New York, Garland.
- WONG Eugene F. (1978), *On Visual Media Racism : Asians in the American Motion Pictures*, New York, Arno.
- XING Jun (1998), *Asian America Through the Lens. History, Representations and Identity*, AltaMira Pr.

