

UNIVERSITÉ CHEIKH ANTA DIOP DE DAKAR
CENTRE D'ÉTUDES DES SCIENCES ET TECHNIQUES DE L'INFORMATION



REVUE AFRICAINE DE COMMUNICATION

LE NÉCESSAIRE JOURNALISME ÉCONOMIQUE



Nouvelle série
Décembre 2022

REVUE AFRICAINE DE COMMUNICATION



LE NÉCESSAIRE JOURNALISME ÉCONOMIQUE

Nouvelle Série
N°5, décembre 2022
ISSN : 3092-5630
e-ISSN : 3092-5614



Revue Africaine de Communication
Nouvelle série, n°5, 2022

Directeur de publication : Mamadou Ndiaye, Directeur du Centre d'Études des Sciences et Techniques de l'Information (CESTI) de Dakar (Sénégal)

Responsable scientifique : Alioune Dieng, Professeur des Universités, CESTI, Université Cheikh Anta Diop (Sénégal)

Comité Scientifique :

Marc-François Bernier, professeur des universités, Université d'Ottawa (Canada)

N'guessan Julien At choua, professeur des universités, Université Félix-Houphouët Boigny (République de Côte d'Ivoire)

Frédéric Lambert, professeur des universités, Université Paris 2 Panthéon-Assas (France)

Lamine Ndiaye, professeur des universités, Université Cheikh Anta Diop (Sénégal)

Anne Piponnier, professeure des universités, Centre de recherche sur les Médiations, Université de Lorraine

Yahya Diabi, professeur des universités, Université Félix-Houphouët Boigny (République de Côte d'Ivoire)

Annie Lenoble-Bart, professeure émérite, Université Michel de Montaigne, Bordeaux III, (France)

Serge Théophile Balima, professeur des universités, Université de Ouagadougou (Burkina Faso)

Anna Paola Soncini, professeure des universités, Université de Bologne (Italie)

Alioune Diané, professeur des universités, Université Cheikh Anta Diop (Sénégal)

Modou Ndiaye, professeur des universités, Université Cheikh Anta Diop (Sénégal)

Aimé-Jules Bizimana, professeur agrégé, Université du Québec en Outaouais (Canada)

Mor Faye, maître de conférences, Université Gaston Berger (Sénégal)

Diégane Sène, maître de conférences, Université Cheikh Anta Diop (Sénégal)

Moustapha Samb, maître de conférences, Université Cheikh Anta Diop (Sénégal)

Namoin Yao – Baglo, maître de conférences, ISICA/Université de Lomé (Togo)

Moustapha Mbengue, maître de conférences, EBAD, Université Cheikh Anta Diop (Sénégal)

Djibril Diakhaté, maître de conférences, EBAD, Université Cheikh Anta Diop (Sénégal)

Kouassi Sylvestre Kouakou, maître de conférences, EBAD, Université Cheikh Anta Diop (Sénégal)

Comité de lecture :

Dr Dominique-François Mendy, CESTI, Université Cheikh Anta Diop (Sénégal)

Dr Marième Pollèle Ndiaye, UFR CRAC, Université Gaston Berger, (Sénégal)

Dr Mohamed Sakho Jimbira, Centre de recherche sur les Médiations, Université de Lorraine (France)

Dr Sokhna Fatou Seck SARR, UFR CRAC, Université Gaston Berger (Sénégal)

Comité de rédaction :

Dr Mouminy Camara, CESTI, Université Cheikh Anta Diop (Dakar, Sénégal)

Dr Sahite Gaye, CESTI, Université Cheikh Anta Diop (Dakar, Sénégal)

Dr Faoumata Bernadette Sonko, CESTI, Université Cheikh Anta Diop (Sénégal)

Dr Papa Issakha Dieng, CESTI, Université Cheikh Anta Diop (Sénégal)

REVUE AFRICAINE DE COMMUNICATION



Nouvelle Série, n°5

LE NÉCESSAIRE JOURNALISME ÉCONOMIQUE

Numéro coordonné et édité par Alioune Dieng,
Professeur titulaire



UNIVERSITÉ CHEIKH ANTA DIOP DE DAKAR
CENTRE D'ÉTUDES DES SCIENCES ET TECHNIQUES DE L'INFORMATION (CESTI)
(CESTI)

Décembre 2022

Illustration de couverture : Alioune Dieng

© CESTI
ISSN : 3092-5630
e-ISSN : 3092-5614
Tous droits réservés

Maquette de couverture : paysage côtier sénégalais (les Routes de l'Émergence)

Composition et mise en page : Professeur Alioune Dieng

Contacts :

Service commercial : +221 33 824 68 75 / +221 33 824 93 66

Adresses :

Revue Africaine de Communication
CESTI/UCAD, BP 5005, Dakar-Fann, Sénégal
Emails : infos.cesti@gmail.com ; alioune1.dieng@ucad.edu.sn

Impression : MCGSI, Avenue Cheikh Anta Diop, Dakar (Sénégal)

SOMMAIRE

PREMIÈRE PARTIE : LE NÉCESSAIRE JOURNALISME ÉCONOMIQUE

1- **BURGUN Isabelle**

Transmettre l'esprit critique en temps de pandémie / Transmitting critical thinking in time of pandemic 3-15

2- **SÈNE Moustapha, NDIAYE Mamadou**

Les leçons de la pandémie du Covid-19 comme polycrise et les normes à (ré)-inventer d'une formation au journalisme en sciences, environnement et santé (JSSS) / Lessons from the Covid-19 pandemic as a polycrisis and standards to (re)-invent for journalism training in science, environment and health (JSSS) 17-40

3- **NDIAYE Marième Pollèle**

La communication scientifique en quête de sens : le cas de la prévention des risques liés aux bio-invasions au nord du Sénégal / Scientific communication in search of meaning: the case of bioinvasion risk prevention in northern Senegal 41-63

4- **DIAW Abdou**

Diffusion des résultats de la recherche au Sénégal par les journalistes scientifiques : la voie du salut ? / Popularizing of research results in Senegal by scientific journalists : is this the way of salvation ? 65-78

5- **CORRÉA Patrice**

Communication publique sur la pandémie du Covid 19. L'exemple du Sénégal / From international to national: public communication on the Covid 19 pandemic. The example of Senegal 79-93

DEUXIÈME PARTIE : VARIA

6- **DIENG Alioune**

Le « commerce » dans l'épistémologie socratique de Montaigne / The "trade" in Montaigne's socratic epistemology 97-112

7- **SERY Lolo Dérock**

La vérité médiatique à l'épreuve du doute cartésien / Media truth in the light of cartesian doubt 113-127

8- **CAMARA Mouminy**

Les stratégies de « présentation de soi » : mise en scène sémio-discursive des affiches électorales de la présidentielle de 2019 au Sénégal / "Self-presentation" strategies : semio-discursive staging of electoral posters for the 2019 presidential election in Senegal 129-154

VARIA

LE « COMMERCE » DANS L'ÉPISTÉMOLOGIE SOCRATIQUE DE MONTAIGNE

THE "TRADE" IN MONTAIGNE'S SOCRATIC EPISTEMOLOGY

DIENG Alioune

Université Cheikh Anta Diop, Sénégal

Résumé :

Le siècle de la Renaissance ouvre une nouvelle ère dans l'évolution de la pensée occidentale. Dans ce contexte de graves tensions idéologiques, Montaigne pose comme une nécessité la redéfinition des rapports aux hommes, au savoir et à soi-même. L'examen de l'épistémologie montaignienne permet de mesurer l'importance de la négociation et du naturel dans la croisade contre la pensée unique. Cette démarche remet aussi en cause la toute-puissance de la raison et valorise la dimension socratique de la quête de la vérité.

Mots-clés :

Négociation, méthode, savoir, nature, vérité.

Abstract :

The Renaissance opens a new era in the evolution of Western thought. In this context of serious ideological tensions, Montaigne poses as a necessity the redefinition of relationships to men, to knowledge and to oneself. The examination of Montaignian epistemology makes it possible to measure the importance of negotiation and the natural in the crusade against the single thought. This approach also calls into question the omnipotence of reason and values the Socratic dimension of the quest for truth.

Keywords :

Negotiation; Method; Knowledge; Nature; Truth.

INTRODUCTION

En 1571, Michel de Montaigne abandonne le monde politique, espace d'agitation, et se retire sur ses terres pour se consacrer à la lecture, à l'étude et à la réflexion. Cette réclusion de l'humaniste français coïncide avec une époque de « conflits et de désarrois politiques et religieux qui consacrent l'anéantissement des rêves de la Renaissance » (Lazard, 1992 : 13). Elle s'inscrit aussi dans une nouvelle ère, celle des grandes découvertes et des inventions qui, selon Montaigne, ont ouvert la voie à trois *fléaux de notre âme* : la gloire, le mensonge et la cupidité, qui nous conduisent à *mettre le nez partout et à ne rien laisser irrésolu et indéci*s (1906 : 237). Alors que les guerres de religion ont plongé l'Hexagone dans de graves troubles, la découverte du Nouveau-Monde suscite une curiosité exotique, partout en Europe, mêlant aux mythes de l'Eldorado une soif incommensurable de renommée et de richesses.

Face à ce chaos, Montaigne opère un repli sur soi et redéfinit les rapports avec/entre les hommes, au savoir et à soi. Les échanges avec autrui se feront désormais dans l'univers intime du château de Montaigne, voire dans l'espace virtuel des *Essais*. Cependant ce repli sur soi n'est pas synonyme de rupture avec le monde extérieur. Réflexion philosophique et création littéraire deviennent de véritables expériences dans lesquelles le dire soi-même participe à l'« élargissement d'une communauté des esprits » (Mathias, 2006 : 108). Cette forme de négociation particulière, naturelle et profonde que l'auteur des *Essais* appelle de ses vœux recouvre les contours d'une épistémologie socratique qui explore à la fois la communication sociale, la critique du dogmatisme et la quête ontologique.

L'objectif de recherche est de montrer que ce « commerce » (*commercium* : de *cum*, « avec », et *merx*, « marchand »), qui renvoie à des « rapports de communication que les personnes ont les unes avec les autres »¹, vise l'élaboration d'une éthique de l'agir humain dans ses rapports avec l'autre, le savoir et soi-même. En prenant le concept de « commerce » comme toile de fond, la démarche scientifique se donne d'abord à lire comme une redéfinition du cadre et des conditions de la communication sociale par Montaigne. Ensuite, elle intègre la disqualification d'une certaine façon de penser le monde et l'autre. Enfin, elle montre que Montaigne se sert du concept pour revaloriser le naturalisme et témoigner ainsi son humanisme et son engagement.

1. « Le commerce » dans la société de communication montaignienne

Dans les *Essais*, Montaigne « se représente lui-même en situation dans le monde » (Friedrich, 1968 : 261). Sa conception de la communication est, dans sa dimension synchronique, éminemment sociale. Le « commerce » avec les hommes à travers la *conférence*² correspond, chez lui, à une quête qui s'oriente vers une vision élitiste de la société de communication. Il n'est pas question de dire n'importe quoi, de se comporter n'importe comment ou d'accepter n'importe quoi. Montaigne pose des principes et définit des règles. C'est ainsi que la société de communication telle qu'il la conçoit est un cadre d'échanges fructueux et spontanés avec autrui où l'on peut « s'instruire et s'exercer dans un seul mouvement » (Mathias, 2006 : 108).

¹ *Dictionnaire de l'Académie*, 8^e édition, 1935, p. 262. Nous prenons ici le mot dans son acception positive d'échange, de négociation (*negotiari, negotiatio*), et non dans le sens négatif de « se mêler de quelque pratique ou de quelque intrigue qui n'est pas honnête » (*Ibidem*).

² Dans les *Essais* (III, 8), le terme *conférence* est utilisé par Montaigne pour désigner la communication orale.

1.1. La société de communication selon Montaigne

Le « commerce » avec autrui, *le plus fructueux et naturel exercice de notre esprit* (Montaigne, 1978 : 922b) se pose ici comme une nécessité, par opposition à l'idée d'un Montaigne très éloigné de la réalité et des préoccupations de ses contemporains. Cette conception, qui exige la mise sur un pied d'égalité des acteurs de la situation de communication, traduit « un conservatisme de la communication » (Château, 1971 : 162) à mettre en rapport avec le conformisme politique et religieux de Montaigne. Le cadre propice à la *communication* est celui où un débat contradictoire et non directif apporte aux communicants la possibilité de dialoguer sans contrainte, *sans fuir à la correction, mais s'y présenter et produire esprit* (Montaigne, 1978 : 924b). Ainsi sont définies les « conditions d'affermissement de la connaissance » (Mathias, 2006 : 109).

La situation de communication, représentée comme un espace de liberté, car « ce que l'homme a de meilleur est pour [Montaigne] ce qui refuse la mainmise de la société » (Friedrich, 1968 : 281), englobe dans sa « manière de normativité » (Mathias, 2006 : 108) une mise en garde contre l'absence de communication ou la mauvaise communication. Elle est à la fois espace de liberté et « nécessité » (Cavaillé, 2008 : 179), car « l'exigence de véricité reste l'un des critères stables [du] jugement » (Starobinski, 1982 : 15). La discussion devient ainsi une « partie de fleuret » (55) où l'échange verbal exclut toute humeur querelleuse, mais aussi la cacophonie et la boulimie interprétative qui « dissipent la vérité et la rompent » (Montaigne, 1978 : 1067b) et renforcent le *doute* et l'*ignorance*. C'est aussi un cadre démocratique dans lequel la discussion affermit le jugement parce qu'elle est un espace de formation qui privilégie le dialogue, voire la négociation.

Cette conception de la communication procède de la valorisation du processus d'élaboration du dit, non d'un ancrage dans l'objet du discours. En d'autres termes, le dire façonne le dit : « qu'on ne s'attende pas aux matières, mais à la façon que j'y donne » (Montaigne, 1978 : 408a). Le dire intègre l'éthos oratoire et rejoint la conception aristotélicienne sur les qualités de celui qui parle et la caution à donner à ses propos ; la manière de dire étant à juste titre le reflet de l'éducation reçue par l'orateur. En effet, la manière de dire importe plus que ce que l'on dit. L'éthique discursive interdit à la forme de s'encombrer du fardeau de la contrefaçon, du mensonge et de l'hyperbole, « inséparables[s] de l'élan même de la parole » (Starobinski, 1982 : 123). Le cadre de la communication montaignienne est donc un espace de communion où le naturel, la vigueur et la beauté du discours l'emportent sur la complexité du sujet de discussion, car *la gentillesse et la beauté remplissent et occupent autant ou plus que le poids et la profondeur* (Montaigne, 1978 : 819b).

Toutefois, le naturel n'exclut pas les âpretés d'un débat sincère et houleux qui fait que « les mots aillent où va la pensée » (924b) et où ne peut triompher que la vérité, car « la relation [à autrui] est tour à tour ce qui compromet et rétablit [en même temps] la vérité » (Starobinski, 1982 : 123). En effet, cette société de communication *n'est pas assez vigoureuse et généreuse, si elle n'est querrelleuse, si elle est civilisée et artiste, si elle craint le heurt et a ses allures contraintes* (Montaigne, 1978 : 924c). Étant donné qu'il nous faut fortifier l'ouïe et la durcir contre cette tendeur du son cérémonieux des paroles (*Ibidem*), les acteurs de la communication se défieront alors de toute flatterie, de toute forme d'imposture.

1.2. Communication et imposture

L'imposture est le propre d'un orateur qui développe un discours séduisant pour tromper la vigilance de son public et se faire admirer. Cette attitude est rejetée avec vigueur par Montaigne. En réalité, ce rhéteur, par mimétisme, véhicule alors un savoir qui n'est pas le sien car, selon l'essayiste, *la plupart des hommes sont riches d'une suffisance étrangère* (936b). Un discours construit sur la base d'une beauté factice faite d'emprunts, bien que parfois séduisant, sert rarement, selon une formule rabelaisienne, *à rompre l'os et à sucer la substantifique moelle*, mais surtout il met l'accent sur le paraître, l'enveloppe et les atours. Dans le Prologue du *Tiers Livre*, Rabelais avait déjà attiré notre attention sur le danger de la séduction. En matière de communication, l'habit ne fait pas le moine, selon l'essayiste.

Le processus qui mène à la vérité relèverait plutôt du consensus que d'un combat verbal dans lequel celui qui triomphe est celui qui a le dernier mot. Dans le débat montaignien, la quête de la vérité n'est pas une entreprise de destruction systématique des opinions contraires, dans la mesure où si *vous n'apprenez à disputer que pour contredire, et, chacun contredisant et étant contredit, il en advient que le fruit du disputer, c'est perdre et anéantir la vérité* (Montaigne, 1978 : 926c). Au-delà des lois de l'intérêt, de la cohésion, de la cohérence et de la pertinence, toute communication, pour être véritablement humaine, doit aussi se fonder sur le principe essentiel de sincérité.

Aussi, Montaigne ne se contente pas de formuler les principes et les règles de l'art de discuter, il en dégage aussi les obstacles et en démasque les imposteurs. De prime abord, il nous met en garde contre l'éloquence, cet *art de tromper et de flatter* (305c) dont l'expansion serait favorisée par l'instabilité du contexte politique de son époque, période de disette et de troubles : « l'éloquence a [fleuri] le plus à Rome, [alors] que les affaires ont [été] en plus mauvais [état], et que l'orage des guerres civiles les agitait : comme un

champ libre et indompté porte les herbes plus gaillardes » (1067b). L'éloquence, dans les eaux troubles de la guerre et de la propagande idéologique, se nourrit de l'ambition, de l'obscurantisme et de l'irrédentisme. Par manque de lucidité, l'orateur perd le gouvernement de soi et communique sa folie aux autres.

Par ailleurs, il faut distinguer la bonne communication de la « discussion pédante » (Château, 1971 : 158), marquée par une certaine obstination, un certain acharnement. C'est une forme de communication caractérisée par l'hypertrophie du mot qui « détruit la capacité de se façonner sa propre image du monde » (Zweig, 2007 : 49) et qui fait façonner le monde à sa propre image. Ainsi, l'étalage excessif du savoir dans une discussion, conséquence d'une tête bien pleine mais mal faite, rend aveugle le jugement et fausse l'image qu'on se forge sur soi, sur les hommes et les choses.

Les règles de la *conférence* montaignienne traduisent ainsi une « normativité sans normes » (Cavaillé, 2008 : 172), voire la remise en question au contact de la véracité éprouvée d'un autre point de vue. Dans une causerie bien conduite, les impressions comptent peu en elles-mêmes ; bien au contraire, c'est dans la diversité que jaillit la vérité : *c'est être, mais ce n'est pas vivre, que de se tenir attaché et obligé par nécessité à un seul train. Les plus belles âmes sont celles qui ont plus de variété et de souplesse* (Montaigne, 1978 : 818b). De la sorte, l'art de parler est à la fois un exercice et une épreuve, car il n'a pas pour finalité l'étalage de son savoir. Plus que la vérité elle-même, c'est sa quête qui est valorisée.

2. Le « commerce » avec le savoir

L'attachement à la sagesse ancienne n'oblige nullement Montaigne à gouverner toute vérité contenue dans les livres qui la véhiculent. C'est la raison pour laquelle il intègre le dogmatisme, le mimétisme et la coutume parmi les obstacles épistémologiques à l'éclosion de la vérité.

2.1. Le « commerce » avec les livres

Après avoir tourné le dos à un monde dominé par le paraître, à la quête de la plénitude de l'être par la méditation, Montaigne, philosophe lucide dans une époque de fanatisme, opère un repli sur soi dans le château que son père Pierre Eyquem lui a légué. Le domaine familial devient ainsi un terrain fertile à l'exercice du jugement : *La lecture me sert spécialement à éveiller par divers objets mon discours, à embesogner mon jugement, non ma mémoire* (Montaigne, 1960 : 60). Sa bibliothèque devient un observatoire de l'humaine condition, car « il faut chercher une autre certitude en dehors du monde » (61). Son parcours philosophique suit la figure des cercles concentriques :

après la société, c'est ensuite le domaine familial et, enfin, sa bibliothèque. La notion de liberté telle qu'il la conçoit récuse les « dépendances vis-à-vis d'autrui afin de revenir à soi » (63). Ici, il n'est point question de fixer des règles ou de rechercher la compagnie des hommes vertueux.

Cette fuite de la société traduit un besoin de distanciation dû sans doute à la tyrannie des systèmes véhiculée par ces savants « qui ne connaissent autre prix que de la doctrine » (64), mais aussi par un désir de purification d'une certaine corruption originelle, amplifiée et rendue abjecte par la perversion humaine : *Comme si nous avions l'attouchement infect, nous corrompons par notre maniement les choses qui d'elles-mêmes sont belles et bonnes* » (65). Se retirer, observer le théâtre trompeur du monde : la question que soulève cette retraite, ce n'est pas d'avoir la tête bien pleine, mais c'est la présence à soi. Les guerres de religion, entre 1562 et 1593, qui ont précédé le règne de Henri IV, ont sans doute convaincu Montaigne que la France est devenue un « pandémonium de fureur et de haine qui ébranle et profane sa patrie et l'humanité » (Zweig, 2007 : 20). À ce titre, la lecture est seule capable d'offrir à cet homme raffiné et sourcilieux, la quiétude tant recherchée.

De plus, chez Montaigne, le rapport aux livres est représenté sous l'angle du dialogue, dont la principale visée est celle qui s'instaure de soi à soi. Le commerce avec les livres permet tout de même le libre exercice du jugement et le dialogue avec les Anciens. De là, l'importance capitale donnée à la citation, substitut de la mémoire, dans les *Essais*. Chez Montaigne, elle est une « figure de l'énonciation » (Glaudes, 2002 : 116.) puisqu'elle établit une relation de communication entre le lecteur et les auteurs de l'Antiquité gréco-latine : Sénèque, Cicéron, Platon, etc. Les citations exercent donc une fonction discursive dans leur rapport au lecteur. En outre, elles n'ont pas une simple valeur illustrative : elles donnent plus de poids, plus de vigueur à la pensée. Dès lors, hors de son contexte, la citation est « taillable et corvéable à souhait ». Montaigne lui imprime la signification qu'il veut en ce sens que le *travail de l'écriture l'altère* (Mathieu-Castellani, 1988 : 232) et puisque *les livres donnent leur avis, il répond par le sien* (Zweig, 2007 : 68). Ainsi la traçabilité de la citation relève d'une trajectoire à sauts et à gambades, c'est-à-dire celle que suivent les attermoissements de la pensée de l'humaniste, qui plonge dans une quête interminable de la vérité en dévidant les obstacles épistémologiques qui bouchent son accès.

Toutefois, ce sont les livres qui servent Montaigne et non le contraire car il ne veut ni être *riche d'une suffisance étrangère, ni être savant du savoir d'autrui* (Montaigne, 1978 : 138a). En visitant les livres et en prenant le contrepied des érudits scolastiques, il s'investit dans la recherche de sa propre sagesse : « je

demande en général les livres qui usent des sciences, non ceux qui les dressent » (716a). Dans ce « commerce », la mémoire ne fait pas la loi : « [Si] je suis homme de quelque leçon, je [ne] suis homme de nulle rétention » (408c), car il s'agit avant tout de « rester soi-même » (Zweig, 2007 : 24) en se défiant de la gloriole que procure la science livresque. De ce fait, la mémoire ne doit pas s'encombrer de ce qui ne lui appartient pas en ce sens que l'emprunt est un matériau brut qui contribue à façonner sa propre pensée, laquelle est finalement un processus de digestion, voire une perpétuelle et dynamique remise en question des certitudes. En outre, le « commerce » avec les livres révèle une autre forme de dialogue : celui entre les auteurs cités et le lecteur. La séduction du modèle est donc dans sa perpétuelle (re)construction, non dans celle de ceux qui l'ont construit et dont la vénération porte la marque de la bêtise humaine.

2.2. Les obstacles épistémologiques à l'heuristique montaignienne

Le philosophe humaniste définit le mouvement comme le moteur de toute chose. C'est cette dynamique de la pensée qui a permis les progrès scientifiques incessants, qui se sont intensifiés au crépuscule du Moyen Âge. Elle est aussi traduite par les aléas géographiques et géopolitiques qui montrent symboliquement, comme notre corps, que le savoir et les coutumes, dans le temps et dans l'espace, sont aussi mouvants et variés que la terre. Par conséquent, la mutation du monde, contrairement à une certaine doctrine dogmatique, n'est pas linéaire mais circulaire.

À l'opposé, dans une société où la transmission du savoir est fondée essentiellement sur la rétention, la capacité de restitution devient un argument populaire pour disqualifier ceux qui n'en sont pas capables, car, note avec ironie Montaigne : *si en mon pays on veut dire qu'un homme n'a point de sens, ils disent qu'il n'a point de mémoire* » (1906 : 37). Or, la mémoire n'est pas sans danger qui fourvoie le jugement sur les traces d'autrui.

En outre, l'autre arme brandie par le penseur dogmatique est le raisonnement analogique, que Descartes (2002) définit, dans les *Règles pour la direction de l'esprit*, comme « une habitude fréquente d'attribuer, lorsqu'on découvre quelque ressemblance entre deux choses, à l'une comme à l'autre, même sur les points où elles sont en réalité différentes, ce qu'on a reconnu vrai de l'une seulement des deux » (75).

Par contre, en disqualifiant l'analogie, voire la vraisemblance, dans la méthode heuristique, Montaigne définit l'objectivité comme un principe éthique fondamental dans l'établissement de toute vérité rationnelle. En cela, il s'appuie sur son expérience livresque, car les anciens auteurs, qu'il connaît

parfaitement, *écrivait des causes, ne se servent pas seulement de celles qu'ils estiment être vraies, mais de celles encore qu'ils ne croient pas, pourvu qu'elles aient quelque invention et beauté* » (Montaigne, 1906 : 45). En mêlant récit et histoire, les Anciens allouaient une valeur ornementale à la fiction, en toile de fond par rapport à la *maîtresse cause*.

Cette représentation tronquée des choses ne nous vient pas, selon l'ancien maire de Bordeaux, de la nature, où *il n'y a rien de seul et de rare*, mais de notre seconde nature, adouée par *un misérable fondement de nos règles, et qui plus est nous représente volontiers une très fausse image des choses* (158). Cette seconde nature, que La Boétie met en tête de la liste des *appâts* de la servitude volontaire, est la coutume, dont la puissance, empêchant le libre exercice de la raison, rebute et soumet en même temps Montaigne : *Mais, nous avons beau dire, la coutume et l'usage de la vie commune nous emportent. La plupart de mes actions se conduisent par exemple, non par choix* (84). Comme l'ambition et la curiosité, les coutumes, qui n'ont qu'une autorité relative, exercent pourtant sur nous une emprise si solide que nous sommes inconsciemment persuadés de leur légitimité. Par conséquent, nous ne trouvons rien de suspect à élaborer des certitudes fondées uniquement sur une perception fautive de la réalité en conformité avec les lois sociales ou par soif de gloire.

À contre-courant, dans la « Première Méditation », Descartes déplace le débat sous l'angle de l'influence néfaste des sens, qu'il accuse, dans le procès du dogmatisme scolastique, d'être la première source qui induit le jugement en erreur :

Tout ce que jusqu'à présent j'ai admis comme le plus vrai, c'est bien des sens ou par l'intermédiaire des sens que je l'ai reçu ; or je me suis rendu compte qu'ils se trompent, quelquefois, et il est prudent de ne se fier jamais tout à fait à ceux qui nous ont, ne serait-ce qu'une fois, abusés (1990 : 31).

Il faut préciser que le doute cartésien est une étape provisoire vers l'établissement méthodique d'une vérité rationnelle et inébranlable. En revanche, le scepticisme épistémologique de Montaigne « attire l'attention aussi bien sur la subjectivité de l'analyse du phénomène que sur la relativité de toutes les lois et croyances qui y sont attachées » (Limbrick, 2006 : 47). Cela renforce sa prédilection pour les choix pragmatiques, voire stratégiques. Contrairement à Descartes, un tacticien de la méthode, Montaigne est un stratège de la méthode.

À ce propos, les *Essais* constituent une défiance envers l'ambition, autre obstacle épistémologique dans l'établissement de la vérité historique : *Ces rêveries du monde, que nous épousons jusqu'à quitter les richesses, le repos, la vie et la santé pour suivre cette vaine image et cette simple voix qui n'a ni corps ni prise* (Montaigne, 1906 : 330), sont autant de facteurs qui nuisent, fondamentalement, à l'établissement d'une bonne entente entre les nations, voire entre

les races. Elle contribue à fausser la vérité historique. De ce constat, il ressort, selon Montaigne, que l'ethnographe, par exemple, doit se défier de l'amplification pour des raisons éthiques, car de ce vice découlent plusieurs autres. La critique de l'ethnographie documentaire repose donc sur le fait que des aventuriers érigés en historiens, voulant jouir du privilège qu'offre la visite d'un pays lointain, se mettent à *conter nouvelles de tout le demeurant du monde* (268). En effet, au-delà des faits, ce que met en jeu l'inquiétude de Montaigne, c'est l'objectivité de la relation historique. Ainsi, dans l'essai sur les cannibales, à travers l'évocation du voyage de Villegaignon au Brésil en 1554, il ne manque pas de rappeler les velléités expansionnistes de la France dans le Nouveau-Monde à l'époque de Henri II. Et il y a là de quoi attiser les ardeurs des assoiffés de gloire. Un tel chaos peut se justifier par la faillite de la raison humaine, aveuglée par la vanité et la cupidité.

Ainsi, les premiers pas de l'homme dans l'ère de la modernité sont marqués par une parade hégémoniste qui exacerbe les tensions internationales. À une époque où l'industrie est quasi-inexistante et l'argent rare, l'Occident perd de vue que « la première figuration de l'existence est celle de la diversité humaine » (Mathias, 2006 : 118). De ce point de vue, l'eurocentrisme a longtemps plombé les ailes de la science ethnographique, fondée au XVIe siècle sur une représentation exotique de l'autre.

De plus, la falsification de l'histoire pose un problème éthique dans la mesure où, en piochant dans son imagination de quoi satisfaire son amour-propre, l'ethnographe se détourne de toute rigueur scientifique et éthique. Manipulé et trompé, le lecteur est exposé à l'erreur de croire à des faits déformés, voire au danger d'exacerber ses propres préjugés sur les autres races. Dans ce cas, le récit ethnographique devient un instrument de propagande et de manipulation des masses au service de l'idéologie raciste. De ce fait, l'*éthos* narratif étant en rapport avec la posture éthique, certaines dispositions morales *qualifient* (au sens proppien du mot) l'essayiste ou le « cosmographe », car le témoignage historique se fait parfois dans des contextes de tensions idéologiques ou socio-économiques qui engagent parfois les auteurs dans des prises de position étroitement partisans pour éviter de compromettre leur projet éditorial en provoquant inutilement le ressentiment des autorités politiques et religieuses. En revanche, dans cette situation de troubles caractérisée par deux fléaux (la guerre et l'ambition), la lucidité, celle des *grandes âmes aux yeux ouverts et à la vue libre, saine et entière*, est un moyen sûr pour une relation objective des faits. De plus, c'est une garantie de crédibilité, une posture d'humaniste engagé.

3. Le commerce entre les peuples

L'analyse du concept de relativisme culturel dans les *Essais* fait ressortir deux principes essentiels : la diversité et la contradiction. Non seulement, *chaque nation a plusieurs coutumes et usances, mais celles-ci sont inconnues, farouches et miraculeuses à quelque autre nation* (Montaigne, 1906 : 382). La civilisation de l'universel est faite de conjonctions mais aussi de différences, car « l'identité est un concept à double face qui permet de se définir par rapport à l'autre, mais aussi de se distinguer de lui. Pour exister, on a besoin de l'autre, que cela soit en termes d'affinité ou de conflit » (Huntington, 2004 : 34).

3.1. Le relativisme culturel

Dans cette perspective, le relativisme culturel est à la fois ancrage dans les valeurs ancestrales et ouverture à l'autre. L'infinie diversité des règles prescriptives, des normes et des valeurs dont parle Boudon (2003 : 24) écarterait toute forme de tyrannie dans la mesure où ces dernières ne sauraient être fondées sur autre chose que sur des conventions culturelles arbitraires. Considérer les chocs culturels comme des lieux de rendez-vous du donner et du recevoir, donc de la civilisation de l'universel, selon une formule chère au président Senghor (1964 : 9), est un moyen de parfaire aussi bien le processus de socialisation de l'individu que son enrichissement.

L'attachement de Montaigne au principe du relativisme est donc rythmé par l'antithèse qui le valorise et l'amplifie : *Une nation regarde un sujet par un visage, et s'arrête à celui-là ; l'autre, par un autre* (1906 : 337). De la sorte, il convient de redéfinir la notion de *barbare*. Dans ce cas, refuser d'accepter cette loi universelle reviendrait à tomber dans l'erreur des Grecs qui *appelaient barbares toutes les nations étrangères* (264), y compris celles qui ne parlaient pas leur langue. Ainsi, est sauvage, pour le commun des mortels, ce qui est naturel : *nous appelons sauvages les fruits que nature, de soi et de son progrès ordinaire, a produits* (268). Or, la barbarie est d'un « angle de vue », puisque « chacun appelle barbare ce qui n'est pas de son usage » (99). Elle est le résultat de l'action corruptrice de l'homme. De la sorte, la sauvagerie est du côté du corrupteur, non du corrompu : *Nous les [Amérindiens] pouvons donc bien appeler barbares, eu égard aux règles de la raison, mais non pas eu égard à nous, qui les surpassons en toute sorte de barbarie* (274-275).

En allant à la conquête de l'Amérique, les conquistadors ont choisi le mensonge et la ruse diabolique, l'aliénation et la violence physique, en lieu et place de la compréhension mutuelle. Pourtant, il y avait la possibilité *de tisser entre eux et les indigènes une fraternelle société et intelligence* (161). Loin d'eux une telle idée ! Par contre, les conquérants occidentaux se sont servis

de leur ignorance et inexpérience pour les « plier plus facilement vers la trahison, luxure, avarice et vers toute sorte d'inhumanité » (*Ibidem*). De ce point de vue, la violence est donc le premier frein à la communion entre les peuples. À ce propos, Choueiri (2008) note que le choc des cultures engendre comme « premier réflexe la fermeture de l'agressé face à ce qui se présente comme l'agresseur, bien que les leçons de l'histoire soient formelles à ce propos : aucune muraille culturelle n'a pu tenir bien longtemps face à un dynamisme extérieur intrus ». Comparativement à ce qui se produira, trois siècles plus tard en Afrique, la cruauté des colonisateurs occidentaux sur les terres vierges des Amériques fut sans commune mesure : pendaisons, tortures, supplices du feu, pillages (Montaigne, 1906 : 165). Le scepticisme montaignien prend aussi sa source dans ce type de constat amer : *Nous ne sommes ingénieux qu'à nous malmenner ; c'est le vrai gibier de la force de notre esprit* (120).

Ainsi, le Nouveau-Monde fut injustement contaminé par la rage et les maladies de l'Ancien-Monde. Cette colère exportée hors du vieux continent s'apparente à la *catharsis*. Les explorateurs, frustrés par les tensions politico-religieuses et les difficultés économiques, ont trouvé dans les terres des Amérindiens de quoi étancher leur soif de vengeance et de domination. La corruption des mœurs par l'ambition, la cupidité et le fanatisme sont les revers du progrès, car ils résultent de cette raison stupide, qui n'est que vanité :

La corruption du siècle se fait par la contribution particulière de chacun de nous : les uns y confèrent la trahison, les autres l'injustice, l'irréligion, la tyrannie, l'avarice, la cruauté, selon qu'ils sont plus puissants ; les plus faibles y apportent la sottise, la vanité, l'oisiveté, desquels je suis. Il semble que ce soit la saison des choses vaines quand les dommageables nous pressent. En un temps où le meschamment faire est si commun, de ne faire qu'inutilement il est comme louable (205).

Dans la même perspective, Château insiste sur le fait que « Montaigne est d'abord altruiste dans ce siècle d'animalité. Il abhorre toutes ces folies, il sent vivement la terreur des carnages. Dans cette époque si peu chrétienne qui ne cesse de parler de théologie, il veut sauvegarder ensuite ce qu'il y a de charitable dans le christianisme » (1971 : 28) : « Nous n'avons que du vent et de la fumée en partage, écrit Montaigne. Les dieux ont la santé en essence, dict la philosophie, & la maladie en intelligence ; l'homme, au rebours, possède ses biens par fantaisie, les maux en essence » (1906 : 207).

Redéfinir la notion de barbarie, dans le système philosophique humaniste, revient alors à célébrer la nature et à montrer la suprématie de celle-ci sur l'art et la raison. L'essence est dans ce qui est naturel. C'est dans la nature que l'on retrouve avec joie des *vertus et des propriétés pures telles que le vif, le vigoureux, le vrai et l'utile*. Dans cette perspective, aucun degré de perfection artistique ne peut égaler la nature :

Tous nos efforts ne peuvent seulement arriver à représenter le nid du moindre oyselet, sa contexture, sa beauté & l'utilité de son usage, non pas la *tissure*¹ de la chétive araignée. Toutes choses, dit Platon, sont produites par la nature, par la fortune, ou par l'art ; les plus grandes et plus belles, par l'une ou l'autre des deux premières ; les moindres et imparfaites, par la dernière (*Ibidem* : 269).

L'artiste doit non seulement faire preuve d'humilité, mais aussi d'originalité. La perfection de son œuvre ne saurait s'accomplir par pur mimétisme. La culture étouffe la nature, et pourtant, cette dernière finit toujours par avoir le dessus car, « partout où sa pureté reluit, elle fait une merveilleuse honte à nos vaines & frivoles entreprises » (268-269).

C'est dans cette perspective qu'il faut analyser la défense et l'illustration du relativisme culturel montaignien, claironnées par devoir de mémoire. Pour se couvrir de l'injure du temps, il y a nécessité de faire revivre le passé à travers la réactualisation des faits par les fonds documentaires. À ce propos, l'essai philosophique de la Renaissance française, autant que les récits de voyage, inscrit sa démarche scientifique dans la difficile mission de conservation de la mémoire historique pour les générations futures, car la tâche est ardue :

Quand tout ce qui est venu par rapport du passé jusques à nous seroit vrai et seroit sçu par quelqu'un, ce seroit moins que tien au prix de ce qui est ignoré [...]. Non seulement des événements particuliers que fortune rend souvent exemplaires et pesants, mais de l'état des grandes polices & nations, il nous en échappe cent fois plus qu'il n'en vient à nostre science (157).

Seulement, le récit documentaire doit être fondé sur le respect de la vérité historique ; ce qui permet d'établir une relation de confiance entre les hommes et entre les générations. Dans cette perspective, Montaigne refuse de dissocier l'éthique de la science, le naturel du rationnel, le sincère du discursif : *En vérité le mentir est un maudit vice. Nous ne sommes hommes, et ne nous tenons les uns aux autres que par la parole. Si nous en concessions l'horreur et le poids, nous le poursuivrions à feu plus instamment que d'autres crimes* » (40). Le moraliste tente de concilier, selon Benmakhlouf (2008), « le rare et le mémorable de la fable, plutôt que l'événementiel de l'histoire attendue ou convenue, dont la plus grande imposture est de construire des similitudes factices, de ne refléter que l'opinion publique ou bien du gouvernement » (37).

Ainsi, Montaigne est prudemment, mais profondément engagé dans le mouvement de son temps. La valorisation du devoir de mémoire est en rapport étroit avec cet engagement : « Par la façon même dont il scande les folies de son siècle, [il] prouve sa solidarité avec sa génération (au sens universel

¹ Nous soulignons.

du terme), une génération qui, nourrie dans l'espérance et la prospérité de la Renaissance, assiste à sa destruction » (Nakam, 1993 : 15). L'écriture de la mémoire sauve les *Essais* de l'oubli, après avoir participé à sauver de l'oubli l'antique sagesse. Ce faisant, elle établit une relation affective entre l'auteur et son époque, entre l'écrivain et le lecteur, entre l'homme et ses souvenirs les plus intimes, les plus marquants. Par conséquent, l'histoire de l'humanité plonge dans le cœur intime de chaque être humain, qui chante à sa façon l'humaine condition. Parler de soi, c'est partager son expérience, faire part de ses inquiétudes, de ses convictions, non les imposer.

3.2. « Soi-même comme un autre »

Pour apprivoiser l'angoisse existentielle, sans forcer le destin, Montaigne surfe sur les vagues de l'inconstance de la nature et du monde, se laissant guider par les forces du cosmos, car « c'est aux apprentis à enquêter et à débattre, et au cathédrant de résoudre ». Or, son *cathédrant* à lui, c'est *l'autorité de la volonté divine, qui nous règle sans contredit et qui a son rang au-dessus de ces humaines et vaines contestations* (Montaigne, 1906 : 23).

En vérité, cette posture de veille philosophique empêche le sceptique de perdre la lumière de la raison dans l'estime de soi et de sombrer dans les ténèbres des vérités rassies et rancies : *concevez l'homme accompagné d'omnipotence, vous l'abîmez* (172). Cette vanité n'a rien à voir avec le principe d'identité défendu par Huntington (2004), qui précise que « chaque individu a besoin d'estime de soi, de reconnaissance et d'approbation, sentiment que Platon, comme nous l'a rappelé Francis Fukuyama, appelait le *thymos*, et Adam Smith la vanité » (37). Avant d'aller tâter le pouls de l'autre, il faut se peser, s'estimer, sans se perdre dans la *philautie* sèche d'un Panurge, dans *Le Tiers livre* de Rabelais.

De la sorte, le premier principe de la philosophie de Montaigne est l'appropriation de la leçon delphique : *connais-toi toi-même*. Dans ce cas, Pascal (1960) lui donne raison, après l'avoir crucifié d'une boutade mémorable : « le moi est haïssable », car, ajoute-t-il par ailleurs : « il faut se connaître soi-même; quand cela ne servirait pas à trouver le vrai, cela au moins sert à régler sa vie, et il n'y a rien de plus juste » (80). En se peignant, Montaigne ne fait pas autre chose, car la raison fondamentale de cette quête de soi est que « chaque homme porte la forme entière de l'humaine condition » (Montaigne, 1906 : 21). Ainsi, le pyrrhonisme de type socratique est choisi par l'humaniste « comme la seule attitude philosophique raisonnable, car la connaissance de soi-même, le précepte socratique par excellence, est la base de toute science » (Limbrick, 2006 : 49) : *les autres s'étudient à élancer et guider leur esprit, moi à le baisser et coucher. Il n'est vicieux qu'en extension* (Montaigne, 1906 : 44). À lire

les *Essais*, on a l'impression de se laisser guider par « la voix d'un masque, représentation de la grande comédie du moi, car la voix du moi est un long et profond fleuve » (Dotoli, 2007 : 42).

Contrairement à ce que pense Descartes (1990), le moteur du pyrrhonisme montaignien, ce ne sont pas ces « recherches désordonnées et ces méditations obscures qui troublent la lumière naturelle et aveuglent l'esprit » (88). En s'humiliant par l'ignorance, l'humaniste le plus socratique de la Renaissance française apprend à baisser ses cornes, car l'impéritie qu'il promet n'est ni une posture, ni une finalité, c'est une méthode et, aussi paradoxal que cela puisse paraître, une étude, car nous n'avons jamais fini de délimiter la vérité (Benmakhlouf, 2008 : 108). Feindre l'ignorance jusqu'à paraître irrégulier et provocateur, c'est donc adopter une stratégie dont la visée est de montrer les limites de la raison humaine, de l'infiniment petit face à l'infiniment grand. C'est une attitude d'humilité, non d'humiliation : *Les plus belles vies sont, à mon gré, celles qui se rangent au modèle commun et humain, avec ordre, mais sans miracle et sans extravagance* (Montaigne, 1906 : 431).

Le risque est alors grand d'assimiler, comme l'a fait Pascal (1960), la peinture du moi à un acte narcissique et d'opérer un glissement, par analogie, dans la logique ethnocentriste, car de l'égotisme à l'ethnocentrisme, il n'y a qu'un pas à franchir, selon Huntington (2004), rappelant une formule de Jonathan Mercer : « L'ethnocentrisme est le corollaire logique de l'égo-centrisme » (37). Toutefois, il faut préciser que le relativisme de Montaigne refuse toute allusion abusive au tiers exclu, qui *consiste en particulier à ériger des termes contraires en termes contradictoires*. La confusion serait de mettre sur un même pied la « vérité particulière » et « ce que les Européens estiment être l'universel » (Boudon, 2003 : 20).

L'essayiste montre alors que la *référence à des normes universelles* comme la *raison*, la *vérité* ou la *justice*, doit être rejetée comme une *illusion* (Foglia 2005: 29). Nous sommes en face d'un argument *ad hominem* que le polémiste brandit pour montrer le paradoxe entre les valeurs évoquées et les actes politiques et sociétaux posés.

CONCLUSION

Loin d'être un instrument de propagande, le « commerce » conceptualisé par Montaigne cherche l'harmonie et vise la formation de l'homme par l'enrichissement spirituel. À travers l'exercice de son jugement sur le motif de la « conférence » et en s'appuyant sur la morale, l'humaniste montre l'importance, dans la quête de la vérité, des qualités humaines telles que le goût du naturel et le désintéressement. Le dialogue ainsi conçu récuse toute « mimésis de la société et des échanges qui s'y font jour » et pose le précepte

delphique comme préalable à la découverte de la vérité et comme méthode d'investigation philosophique.

Pour restaurer la vérité historique et éviter les erreurs dans la représentation de l'autre, Montaigne propose une lecture pyrrhonienne du choc des civilisations. Le procès de la colonisation est de ce fait celui de la raison et de la civilisation occidentales. L'écriture de l'essai, placée sous le signe de l'engagement et de la diversité, déjoue par le labyrinthe des possibles narratifs les codes de la certitude dogmatique et propose un humanisme à niveau d'homme, modelé par un relativisme à la fois culturel, artistique et philosophique.

Le dérèglement de la raison par le recours au paradoxe et au scepticisme se nourrit de l'histoire et prend une dimension satirique et auto-ironique. La peinture pessimiste permet d'envisager ce qui est à venir avec inquiétude et de postuler une forme d'engagement fondé sur le relativisme de toute civilisation et de tout système philosophique. De ce point de vue, le pyrrhonisme montaignien est à la fois une stratégie de veille et une quête de la vérité qui diffèrent constamment le choix du chercheur en le confrontant à l'inconstance et à la diversité du monde.

BIBLIOGRAPHIE

- BENMAKHLOUF, Ali (2008). *Montaigne*. Paris : Les Belles Lettres.
- BOUDON, Raymond (2003). Les sciences sociales et les deux relativismes. *Revue européenne des sciences sociales*, XLI-126, 17-33. <<https://doi.org/10.4000/ress.531>> [Consulté le 08 novembre 2022].
- CHOUËIRI, Raja (2008). Le « choc culturel » et le « choc des cultures ». *Géographie et cultures*, n°68, 5-20. <<https://journals.openedition.org/gc/801>> [Consulté le 08 novembre 2022].
- CAVAILLE, Christian (2008). *Philosopher depuis Montaigne et après Wittgenstein : instances des essais*. Paris : Éditions L'Harmattan.
- CHÂTEAU, Jean (1971). *Montaigne : psychologue et pédagogue*. Paris : Vrin, Coll « l'enfant ».
- DESCARTES, René (1990). *Méditations métaphysiques*. Paris: Librairie Générale de France.
- DESCARTES, René (2002). *Règles pour la direction de l'esprit*. Paris : Librairie Générale de France.
- FOGLIA, Marc (2005). *Essais de Montaigne*. Paris : Bréal.
- FRIEDRICH, Hugo (1968). *Montaigne*. Paris : Gallimard.
- GLAUDES, Pierre [(éd.) (2002)]. *L'essai : métamorphoses d'un genre*. Toulouse : Presses Universitaires du Mirail.
- HUNTINGTON, Samuel Phillips (2004). *Qui sommes-nous? Identité nationale et choc des cultures (We are we ? The challenges to America's National Identity)*. Paris : Odile Jacob.
- LAZARD, Madeleine (1992). *Michel de Montaigne*. Paris: Librairie Arthème Fayard.
- LIMBRICK, Elaine (2006). Doute méthodique, doute sceptique : vers la certitude subjective. In L. Helier & F. Atance (dir.), *Montaigne : Regards sur les Essais*. Ontario : Wilfrid Laurier University Press, 47-59.
- MATHIAS, Paul (2006). *Montaigne ou l'usage du monde*. Paris : Vrin.
- MATHIEU-CASTELLANI, Gisèle (1988). *Montaigne, l'écriture de l'essai*. Paris : PUF.
- MONTAIGNE, Michel de (1978). *Les Essais*, réédition conforme au texte de l'exemplaire de Bordeaux sous la direction de V.-L. Saulnier. Paris : P.U.F.
- MONTAIGNE, Michel de (1906). *Les Essais de Michd de Montaigne*. Publiés en trois tomes d'après l'exemplaire de Bordeaux, avec les variantes manuscrites & les leçons des plus anciennes impressions, des notes, des notices et un lexique, par Fortunat Strowki. Bordeaux : Imprimerie nouvelle F. Pech & Cie.
- NAKAM, Géralde (1993). *Montaigne et son temps*. Paris : Gallimard.
- PASCAL, Blaise (1960). *Pensées*. Paris : Robert Laffont.
- SENGHOR, Léopold Sédar (1964). *Liberté I: Négritude et Humanisme*. Paris : Seuil
- STAROBINSKI, Jean (1982). *Montaigne en mouvement*. Paris : Gallimard.
- ZWEIG, Stefan (2007). *Montaigne*. Paris : « Quadrige » / P.U.F.

**Achévé d'imprimer sous les
Presses de l'Imprimerie Alam Technology and Design
29, Yoff Apepsy 3, Dakar (Sénégal)
Janvier 2023**

REVUE AFRICAINE DE COMMUNICATION (RAC)



La *Revue Africaine de Communication (RAC)*, qui s'adresse aux chercheurs, enseignants-chercheurs, doctorants et professionnels de l'information et de la communication, publie des articles inédits à caractère scientifique dans les domaines des sciences et des technologies de l'information et de la communication.

De plus, elle a pour principal objectif de contribuer, le plus largement possible, au développement des théories et des pratiques portant sur les sciences et les techniques de l'information et de la communication, mais aussi sur l'analyse du discours, le droit, l'éthique et la déontologie des médias. Les domaines de l'information et de la communication sont articulés à d'autres champs disciplinaires tels que les sciences politiques, l'économie, la géopolitique, l'éducation, la sociologie, l'anthropologie, la linguistique, le management, le marketing et la culture. La *RAC*, qui se veut un espace de dialogue interdisciplinaire, accepte aussi, dans sa partie *Varia*, des articles des autres disciplines dont l'intérêt pour le développement des sciences de l'information et de la communication est évident.

Ce numéro de la *Revue Africaine de Communication* se donne, entre autres, pour objectif d'élargir le débat sur la nécessité du journalisme économique, un nouveau paradigme du journalisme qui a pour mission fondamentale la vulgarisation des résultats de la recherche, des méthodes et des pratiques dans les sciences, l'environnement, la santé, etc.

