

Université Cheikh Anta Diop de Dakar
Centre d'Études des Sciences et Techniques de l'Information (CESTI)

Revue Africaine de Communication



RAC , Nouvelle série, Numéro 7, 2025

**COMMUNICATION POLITIQUE
&
CRISES CONTEMPORAINES**



REVUE AFRICAINE DE COMMUNICATION



***COMMUNICATION POLITIQUE ET
CRISES CONTEMPORAINES***

Sous la direction de

Pr Kouassi Sylvestre KOUAKOU,
Université Cheikh Anta Diop (Sénégal)
Dr Yacine DIAGNE,
Université Cheikh Anta Diop (Sénégal)
Dr Mamadou Diouma DIALLO,
Université Gaston Berger (Sénégal)

Nouvelle Série / Numéro 7

Décembre 2025
ISSN : 3092-5630
e-ISSN : 3092-5614



Revue Africaine de Communication
Nouvelle série, Numéro 7, Décembre 2025

DIRECTEUR DE PUBLICATION : 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)

Anne PIPPONNIER, 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 Ouagadou (Burkina Faso)

Anna Paola SONCINI, Professeure des universités, Université de Bologne (Italie)

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 (CAMES), Université Gaston Berger (Sénégal)

Marième Pollène NDIAYE, Maître de conférences (CAMES), Université Gaston Berger (Sénégal)

Namoin YAO - BAGLO, Maître de conférences (CAMES), ISICA/Université de Lomé (Togo)

Moustapha MBENGUE, Maître de conférences (CAMES), EBAD, Université Cheikh Anta Diop (Sénégal)

Djibril DIAKHATÉ, Maître de conférences (CAMES), EBAD, Université Cheikh Anta Diop (Sénégal)

Kouassi Sylvestre KOUAKOU, Maître de conférences (CAMES), EBAD, Université Cheikh Anta Diop (Sénégal)

Sokhna Fatou SECK SARR, Maître de conférences (CAMES), Université Gaston Berger (Sénégal)

COMITÉ DE LECTURE ET DE RÉDACTION :

Diégane SÈNE, Maître de conférences (CAMES), CESTI, Université Cheikh Anta Diop

Dr Aminata KANE, Maître-assistante (CAMES), EBAD, Université Cheikh Anta Diop

Dr Fatoumata Bernadette SONKO, Maître-assistante (CAMES), CESTI, Université Cheikh Anta Diop

Dr Sahite GAYE, Maître-assistant (CAMES), Université Cheikh Anta Diop

Dr Domique-François MENDY, CESTI, Université Cheikh Anta Diop

Dr Abdou DIAW, CESTI, Université Cheikh Anta Diop

Dr Ngagne FALL, CESTI, Université Cheikh Anta Diop

Dr Moussa DIOP, CESTI, Université Cheikh Anta Diop

Dr Alioune Badara GUEYE, CESTI, Université Cheikh Anta Diop



Revue Africaine de Communication
Nouvelle Série, Numéro 7, 2025

Édité par

**Alioune DIENG,
Professeur Titulaire,
Université Cheikh Anta Diop
Dakar, Sénégal**



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

Décembre 2025

© **CESTI**
Revue Africaine de Communication
ISSN : 3092-5630
e-ISSN : 3092-5614
Tous droits réservés

Site Internet de la Revue : <https://rac.ucad.sn/>

Maquette Première et Quatrième de couverture : Tiécoura Gueye,
CESTI, UCAD

Édition et Mise en page : Professeur Alioune Dieng
CESTI, UCAD

Contacts :

Service commercial : +221 33 824 68 75 / +221 33 824 93 66
Emails : infos.cesti@gmail.com; alioune1.dieng@ucad.edu.sn

Adresse :

Revue Africaine de Communication
CESTI/UCAD, BP 5005
Dakar-Fann
Sénégal

UNIVERSITÉ CHEIKH ANTA DIOP DE DAKAR
CENTRE D'ÉTUDES DES SCIENCES ET TECHNIQUES
DE L'INFORMATION
(CESTI)
Avenue Cheikh Anta Diop, BP 5005, Dakar, Sénégal

REVUE AFRICAINE DE COMMUNICATION



Revue Africaine de Communication

ISSN : 3092-5630

e-ISSN : 3092-5614

Emails : cesti@ucad.edu.sn ; alioune1.dieng@ucad.edu.sn

**POLITIQUE ÉDITORIALE
DE LA
REVUE AFRICAINE DE COMMUNICATION**

La *Revue Africaine de Communication* (RAC), qui s'adresse aux enseignants chercheurs, chercheurs, doctorants et professionnels de l'information et de la communication, publie des articles inédits, à caractère scientifique, sur les sciences, les pratiques et les technologies de l'information et de la communication dans le respect des normes internationales de conception, de rédaction et de présentation des travaux scientifiques.

De plus, elle souhaite contribuer, le plus largement possible, au développement des études portant 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 et des techniques de l'information et de la communication est évident.

La RAC paraît une fois par an avec un numéro thématique

et/ou un numéro spécial. Selon la procédure en double-aveugle (*Double Blind Peer Review*), une version anonyme de chaque texte proposé est soumise à l'expertise de deux spécialistes en la matière, en vue de l'évaluation et, éventuellement, de la révision. À cet effet, les critères retenus sont la pertinence et l'intérêt du thème abordé, l'originalité de la problématique et de la démarche logique adoptée, la tenue stylistique de l'article ainsi que sa cohérence avec l'ensemble du numéro et de la Revue. Les contributions peuvent être acceptées, refusées ou donner lieu à des propositions de révisions pour l'auteur. En cas de désaccord entre les deux experts, le Directeur de Publication de la Revue soumet la contribution à une troisième évaluation. Les textes et leur contenu relèvent de la seule et entière responsabilité des auteurs.

En cas de publication, tous les droits sont transférés à la Revue (Voir Code d'Éthique de la *Revue Africaine de Communication*). Les auteurs sont invités à suivre le modèle de présentation et de mise en page des articles publiés par la *Revue Africaine de Communication* (titres, résumé et mots-clés, normes topographiques, références bibliographiques, etc.).

1. Le titre de la contribution

Titre en français et en anglais : police Book Antiqua 12, en gras, centré, interligne simple.

Nom, Prénom(s), premières lettres en majuscules, et affiliation(s) des contributeurs : police Book Antiqua 10, en gras, alignés à droite, interligne simple.

2. Introduction, Titres des parties, Conclusion

Police Book Antiqua 11, en gras, alignés à gauche, pas de retrait, interligne simple.

3. Résumé et Mots-clés de la contribution

- **Le résumé de la contribution** (500 signes au maximum): Rédigé en français et en anglais, police Book Antiqua 10, sans gras, sans italique, sans retrait, aligné à gauche, interligne simple.
- **Contenu du résumé** : Intérêt scientifique du thème et de

l'objet de recherche, délimitation du champ et du contexte de recherche, problématique, objectif et hypothèses de recherche, méthode(s) d'analyse et résultats attendus.

- **Mots-clés** : police Book Antiqua 10, pas de retrait, alignés à gauche, cinq mots en minuscules séparés par des virgules, première lettre du premier mot en majuscule (version française) ; premières lettres en majuscules, cinq mots séparés par des points virgules (version anglaise).

4. Plan de l'article

Il est souhaitable que le texte de l'article soit organisé à trois niveaux :

- section : 1, 2, 3, ... (style Titre 1, gras, taille de police 11, sans retrait) ;
- sous-section : 1.1., 1.2., ... 2.1., 2.2..., etc. (style Titre 2, gras, taille de police 11, retrait 1,27) ;
- sous-sous-section : 1.1.1., 1.1.2. ... 2.1.1., 2.2.2, etc. (style Titre 3, gras, taille de police 11, retrait 1,27).

5. Citations

- **Longueur, police, style, format :**

Les citations brèves (de trois lignes et moins) sont encadrées par des guillemets à la française, sans italique, police Book Antiqua11.

Les citations de trois lignes et plus : retrait 1,27 cm, Book Antiqua 10, pas de guillemets : « Étudiant les rapports entre l'hypertextualisation et l'animation numérique, Saemmer affirme :

Les mots sur support numérique prennent des couleurs, se coulent dans de nouvelles formes graphiques ; en se disposant librement dans l'espace, ils suggèrent une simultanéité caractéristique de l'image ; en s'animant, ils acquièrent une dimension plastique ; en s'hypertextualisant, ils deviennent palpables, touchables. L'un des enjeux centraux de mon livre *Matières textuelles sur support numérique* était d'étudier les conséquences de l'hypertextualisation et de l'animation numérique sur le sens du texte. J'ai essayé de montrer qu'en principe, les possibilités d'interaction et de mise en mouvement

du texte, les nouveaux rapports entre images fixes et mots animés, vidéos et lettres statiques sur l'interface numérique ouvrent le champ sémantique du texte vers de nouvelles significations (2008 : 63). »

▪ **Source de la citation :**

À la fin de la citation, on indique la source (entre parenthèses) : Nom de l'auteur, année de publication, éventuellement la page, précédée de deux points.

En cas de coupure importante ou d'omission dans la citation, il faut placer entre crochets les points de suspension pour la représenter :

« L'un des enjeux centraux de mon livre [...] était d'étudier les conséquences de l'hypertextualisation et de l'animation numérique sur le sens du texte. » (Saemmer, 2008 : 63).

▪ **Auteur(s) mentionné(s) après la citation :**

« En outre, l'opinion, « relayée au plus haut niveau de l'État, aspirait à une plus grande transparence administrative, à l'image d'autres grands pays démocratiques. » (Ermisse, 1988 : 205).

▪ **Citation de deux auteurs :**

« La communication politique a toujours présenté une dimension technique. Dans l'Antiquité grecque, la rhétorique en était la manifestation principale, qui permettait l'utilisation stratégique du discours à des fins de persuasion. » (Gerstlé & Piar, 2020 : 31).

▪ **Plus de deux auteurs :**

• **Une première citation :**

« Plusieurs virtualités cohabitent dans le débat nucléaire. » (Faivret, Missika & Wolton, 1980 : 9).

• **Une deuxième citation des mêmes auteurs :**

« Attaquer une idéologie est un exercice périlleux » (Faivret *et al.*, 1980 : 10) ou selon Faivret *et al.* (1980 : 10), « attaquer une idéologie est un exercice périlleux ».

▪ **Citation d'une institution :**

Lors de la première citation, le nom développé de l'institution est mentionné suivi de son abréviation :

« Dans le monde, une augmentation significative de la demande en eau est prévue dans les prochaines décennies. » (Organisation des Nations Unies pour l'Éducation, la Science et la Culture [UNESCO], 2017 : 1).

- **Dès la deuxième citation**, l'abréviation suffit :
« Les ressources en eau (eaux de surface et eaux souterraines) sont renouvelées à travers le cycle continu d'évaporation, de précipitations et de ruissellement. » (UNESCO, 2017 : 10).

- **Dictionnaire :**

Le relativisme est « une doctrine qui admet la relativité de la connaissance humaine ». (*Le Petit Robert*, 1989 : 1651)

Nota Bene : Pour certains dictionnaires comme celui de l'Académie française, le titre, le numéro de l'édition et le numéro de page suffisent.

- **Citation d'un auteur ayant publié plusieurs documents la même année :**

Si le slogan est l'instrument de la propagande idéologique et de la communication efficace, la rhétorique est une arme à double tranchant, dont la modalité peut être méliorative ou péjorative. Du point de vue rhétorico-pragmatique, les tropes tels que la métaphore ou la périphrase servent à l'expression de l'hybridité linguistique, en faisant s'affronter des points de vue narratifs sur le thème de l'immigration. (Dieng, 2020 a : 54)

Avoir de l'esprit est un atout considérable dans la discussion, mais il se transforme en défaut majeur lorsqu'il s'agit d'éprouver la raison. La prééminence de l'esprit de finesse sur le jugement ne nie pas l'importance de la raison, mais elle permet à l'humaniste de distinguer le champ de la communication de celui du raisonnement philosophique et à élaborer les grands principes d'une éthique du jugement. (Dieng, 2020 b : 362)

- **Plusieurs auteurs de différentes œuvres cités simultanément :**

« Les enjeux de l'information et de la communication ouvrent des perspectives à la recherche. » (Boukacem-Zeghmouri & Rodríguez Bravo, 2019 ; Blanchard & Roginsky, 2020 ; Mattelart, 2016)

- **Citation d'un auteur par un autre auteur :**

« Un usage extensif de l'Internet a permis aux Zapatistes d'instantanément diffuser leurs informations et revendications au monde. » (Castells, 1997 [2010], cité par Mattelart, 2016 : 117)

Nota Bene : Lorsque la date de la première édition est mentionnée, celle de la dernière est mise entre crochets.

- **Ajout de mots dans la citation** : mettre les mots ajoutés entre crochets.
- **Paraphrase d'un texte écrit** :

« Pour Dieng (2024 : 39), "parole sans règle et parole sans foi destinées à faire perdre la face à l'interlocuteur, la polémique a partie liée avec le pouvoir et suscite de ce fait un questionnement dans ses rapports à l'éthique" ».

6. Ponctuation

Sauf exception (point d'exclamation ou d'interrogation), pas de ponctuation dans un titre. Entre le point ou la virgule et le mot qui les précède, il n'y a pas d'espace. En revanche, il y en a une, insécable, entre les guillemets à la française, les deux points, le point-virgule, les points d'exclamation ou d'interrogation et le mot. Les crochets et les parenthèses ne contiennent pas d'espace à l'intérieur, mais à l'extérieur.

On utilise exclusivement les guillemets à la française (« »), en prenant garde de placer une espace insécable après le guillemet ouvrant et avant le guillemet fermant. Les guillemets anglais doubles (" ") sont requis dans une citation de deuxième niveau, c'est-à-dire imbriquée dans une première citation.

7. Normes typographiques

Format : Document Word.

Police : Book Antiqua (BA), 11 pour le corps de l'article, 10 pour les citations.

Style : Normal

Reliure à gauche : 0 cm ;

Interligne : simple

Mise en page : custom size, 15/23 cm (File, Page setup, Paper size: custom size) ; marges : 2 cm (bas, haut, gauche, droite)

Corps du texte : police Book Antiqua 11, style Normal, justifié.

Retrait : gauche : 0 cm, droite : 0 cm ; à partir de la première ligne 0 cm ; suspension : 0 cm

Espacement : avant : 0 point, après : 0 point

8. Les tableaux :

Les tableaux sont titrés et insérés dans le texte, Book Antiqua (BA) 10. Pour chaque tableau, ne pas dépasser la moitié d'une

page de la revue ; sinon, il sera renvoyé en annexe à la fin de la bibliographie. Leur pertinence sera évaluée par les experts.

9. Notes de bas de page

Les notes en bas de page (police : Book Antiqua 10, suspension (hanging) 0,5 cm, Interligne simple). Ne sont acceptées que les notes qui apportent des informations complémentaires ou des précisions. Les références bibliographiques sont insérées directement dans le texte (voir **Citations**).

10. Bibliographie

▪ Format :

Corps du texte : police Book Antiqua 11, style Normal, justifié. Retrait : gauche : 0 cm, droite : 0 cm ; Interligne simple ; suspension : 0,5 cm

Espacement : avant : 0 point, après : 0 point

▪ Monographie :

Nom, Prénom (date). *Titre du livre* [date de la 1re édition]. Lieu : éditeur, «collection».

▪ Ouvrage collectif :

Nom, Prénom (éd. / éds) (date). *Titre de l'ouvrage*. Lieu : éditeur, « Collection » (si indiquée).

▪ Chapitre d'un ouvrage collectif :

Nom, Prénom (date). Titre de la contribution (pagination : pp. X-Y). In Prénom Nom (éd. / éds), *Titre de l'ouvrage* (pagination). Lieu : éditeur, « Collection » (si indiquée).

▪ Article :

Nom, Prénom (date). Titre de l'article. In *Titre de la revue*, n° x, *titre spécifique à ce numéro* (si indiquée), Prénom Nom (éd./éds), pagination (page de début et page de fin séparées par un tiret).

▪ Article de revue avec volume et numéro de fascicule (version imprimée) :

Nom, Prénom (année). Titre de l'article. *Titre de la revue en italique, numéro du volume en italique* (numéro du fascicule entre parenthèses), numéros de pages.

▪ Revue complète (numéro spécial) (version imprimée) :

Titre du numéro ou du supplément ou du hors-série [Numéro spécial]. (Année). *Titre de la revue en italique, numéro du volume en*

italique (numéro du fascicule entre parenthèses).

▪ **Article de revue (version électronique) avec DOI:**

Article de revue issu d'un hors-série ou d'un supplément (version imprimée ou électronique) : Nom de l'auteur, initiale du prénom (Année). Titre de l'article. *Titre de la revue en italique (pas en forme abrégée et sans le sous-titre)*, (h.s.) ou (suppl.), numéros de pages. <DOI>

▪ **Article de quotidien (version électronique) :**

Nom de l'auteur, prénom (Année, jour mois). Titre de l'article. *Titre du quotidien*. <DOI> ou Accès adresse URL : <lien [Consulté le...]>.

▪ **Congrès/Colloque (publié) :**

Nom du ou des directeur(s), prénom(s) (dir.). (Année). *Titre du colloque : Actes ou Journées et lieu, date du colloque*. Lieu : Éditeur.

▪ **Contribution d'un auteur à un colloque (communication publiée) :**

Nom de l'auteur, Initiale du prénom (Année). Titre du document. In Initiale du prénom de l'auteur de l'ouvrage. Nom de l'auteur (dir. ou éd.), *Titre de l'ouvrage : Titre du colloque : Actes ou Journées et lieu, date du colloque* (pp. du document s'il y en a). Lieu : Éditeur.

▪ **Ressources Internet :**

- Mettre la **référence** précise, le **lien** entre guillemets simples <...> et la **date** de consultation entre crochets [...].
- **Article** : Nom, Prénom (2010). Titre. Titre de la revue en *italique*. URL entre guillemets simples (<...[Consulté le...]>) ou <DOI>
- **Livre électronique avec DOI** : Nom, Prénom (Année). *Titre en italiques*. <DOI>
- **Livre électronique avec URL** : Nom, Prénom (Année). *Titre en italiques*. Le **lien** entre guillemets simples <... [Consulté le...] >.
- **Page ou Site Web** : Auteur ou Organisme (Année de publication). *Titre de la page consultée*. Date de la dernière mise à jour ou de copyright). Le **lien** entre guillemets simples <... [Consulté le...] >.

- **Texte législatif (version imprimée)** : *Titre et date d'adoption du texte de loi* ; Sigle (si existant), Recueil et Numéro.
- **Texte ou article législatif (version électronique)** : *Titre et date d'adoption du texte ou de l'article de loi* ; Sigle (si existant) ; Recueil et numéro ; Le **lien** entre guillemets simples <... [Consulté le...] >.
- **Thèse** : Prénom Nom, *Titre : sous-titre*, nombre de pages, tomaison, Type de diplôme : Discipline et spécialité : Université (et / ou autres précisions telles que la ville) : Année (date de soutenance). S'il n'y a pas de date de parution, mettre l'abréviation s.d. (*sine datum*) à la place de l'année.

10. Abréviations

Éditeur scientifique : (éd. ou éds.)

Sous la direction de : (dir.)

Numéro d'édition : (éd. ; par exemple : 2e éd.) :

Sans lieu de publication : *sine loco* (s.l.)

Sans nom de l'éditeur : *sine nomine* (s.n.)

Sans date : *sine datum* (s.d.)

L'abréviation des pages se fait différemment en fonction du type de document :

- pour les chapitres d'ouvrage collectif et pour les articles de la presse quotidienne, les pages sont indiquées avec l'abréviation «p.» pour une seule page consultée et «pp.» pour plusieurs pages. Exemple : p. 7 ou pp. 7-14 ;
- pour les périodiques (revue, magazine), les pages sont indiquées sans abréviation. Exemple : 7-14.

11. Bibliographie sélective

BLANCHARD, Gersende & ROGINSKY, Sandrine (2020). Introduction. Dossier - La professionnalisation de la communication politique en question : acteurs, pratiques, métiers. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 1(1), 5-12. <https://doi.org/10.3917/enic.029.0005>

BOUKACEM-ZEGHMOURI, Chérifa & BLANCA, Rodríguez Bravo (2019). Présentation du dossier 2019. Une information scientifique, entre évaluation et médiatisation. *Les Enjeux de*

l'information et de la communication, 2(2), 5-11.
 <<https://doi.org/10.3917/enic.027.0005>>

DIENG, Alioune (2020 a). Hybridité linguistique et réinterprétation de l'aventure ambiguë chez Fatou Diome. In *Réécriture et interprétation, Acta Iassyensia comparationis*, 26(vol.2), 51-62.
 <http://literaturacomparata.ro/Site_Acta/issues/aic26/06%20Dieng_Layout%201.pdf>

DIENG, Alioune (2020 b). L'expérience de l'enrichissement dans les *Essais de Montaigne*. *Akofena, Revue scientifique des Sciences du langage, Lettres, Langues et Communication*, n°002, vol. 1, 353-370.

DIENG, Alioune (2024). *Éthique et argumentation polémique*. Dakar: Presses Universitaires de Dakar (P.U.D.).

ERMISSE, Gérard (1988). Les archives françaises à l'horizon de l'an 2000 (études rassemblées à l'occasion du XIe Congrès international des Archives. In *La Gazette des archives* (pp. 200-217), n°141, Actes du colloque de Paris, 22-26 août.

FAIVRET, Jean-Philippe, MISSIKA, Jean-Louis, WOLTON, Dominique (1980). *L'Illusion écologique*. Paris : Seuil.

GERSTLE, Jacques, PIAR, Christophe (2020). *La Communication politique*. Paris : Armand Colin, collection « U ».

MATTELART, Tristan (2016). Déconstruire l'argument de la diversité de l'information à l'heure du numérique : le cas des nouvelles internationales. In *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2(2), 113-125.
 <<https://doi.org/10.3917/enic.021.0113>>

SAEMMER, Alexandra (2008). Le texte résiste-t-il à l'hypermédia ? In *Communication & Langages*, n°155, 63-79.

UNESCO (2017). Les Eaux usées : une ressource inexploitée. *Rapport mondial des Nations Unies sur la mise en valeur des ressources en eau*.

WOLTON, Dominique (1997). *Penser la communication*. Paris : Flammarion.

UNIVERSITÉ CHEIKH ANTA DIOP DE DAKAR
CENTRE D'ÉTUDES DES SCIENCES ET TECHNIQUES
DE L'INFORMATION
(CESTI)
Avenue Cheikh Anta Diop, BP 5005, Dakar, Sénégal

REVUE AFRICAINE DE COMMUNICATION



Emails : cesti@ucad.edu.sn ; alioune1.dieng@ucad.edu.sn

ISSN : 3092-5630

e-ISSN : 3092-5614

**CODE D'ÉTHIQUE
DE LA
REVUE AFRICAINE DE COMMUNICATION**

1. De l'évaluation des contributions scientifiques

En ce qui concerne l'évaluation de chaque contribution, le Directeur de Publication et les membres du Comité de Lecture et de Rédaction de la Revue sollicite l'avis d'au moins deux évaluateurs, selon le système de double-blind peer review (double-aveugle). L'évaluation des textes soumis à la *Revue Africaine de Communication* (RAC) prend en examen leur contenu scientifique, sans distinction de race, de sexe, de nationalité, de croyance et d'orientation académique ou politique des auteurs. Sans accord écrit de la part de l'auteur, le matériel inédit des manuscrits soumis à la Revue ne peut pas être employé pour d'autres recherches. Le Directeur de Publication, le Comité scientifique, le Comité de lecture et de Rédaction s'engagent autrement à ne diffuser aucune information concernant les textes à des fins différentes des évaluations, des révisions, de l'édition et de la publication. Les textes et leur contenu relèvent de la seule et entière responsabilité de leurs auteurs.

2. Des obligations du Directeur de Publication

Le Directeur de Publication veille à l'exécution et au respect scrupuleux de la Politique éditoriale et du Code d'éthique de la *Revue Africaine de Communication*. Il définit, en collaboration avec le Comité scientifique et le Comité de Lecture et de Rédaction, la thématique annuelle de la Revue et supervise le processus de lancement, d'évaluation, de révision et de publication de chaque numéro. Il est la personne morale et administrative de la Revue. Garant de la notoriété, mais aussi de la qualité, de la conformité et de l'effectivité des travaux et des manifestations scientifiques de celle-ci, le Directeur de Publication supervise la collaboration entre les différents comités de la Revue, les évaluateurs et les contributeurs. Enfin, il la représente dans les autres instances et manifestations scientifiques.

3. Des obligations du Comité scientifique

Le Comité scientifique est tenu de respecter la politique et les principes éditoriaux de la *Revue Africaine de Communication* et doit aussi se conformer aux dispositions légales en matière de diffamation, de violation du copyright et de plagiat. Pour les prises de décisions, le Directeur de Publication de la Revue collabore avec le Comité scientifique. Les deux instances sont responsables de la publication finale des articles.

4. Des obligations du Comité de Lecture et de Rédaction

Le Comité de lecture et de Rédaction relève et vérifie les informations concernant les erreurs, imprécisions, conflits d'intérêts ou plagiat à l'égard d'une contribution, qu'il communique immédiatement au Directeur de Publication de la Revue, qui, à son tour, les notifie à l'auteur. Il vérifie ensuite le respect des modifications et des corrections formulées par les évaluateurs selon les critères fixés par la Revue. Au cas contraire, la Revue s'engage à entreprendre les actions nécessaires : éventuellement, l'article sera retiré de la version finale du numéro lancé. De façon générale, le Comité de lecture et de Rédaction apporte son aide au Directeur de Publication et à son équipe dans la révision, l'édition et la publication des contributions.

5. Des obligations des Évaluateurs

L'expert sélectionné ne se jugeant pas qualifié pour l'évaluation, ou sachant ne pas être en mesure de respecter les délais indiqués, doit notifier la décision au Directeur de Publication de la Revue. Il ne doit pas accepter l'expertise d'une contribution scientifique dans le cas d'un conflit d'intérêts dû à un rapport de compétition, de collaboration étroite, etc. avec les auteurs. Le Directeur de Publication, le Comité scientifique et le Comité de lecture et de Rédaction s'engagent à traiter les textes reçus comme des documents confidentiels.

Les évaluateurs s'engagent, quant à eux, à exprimer leurs opinions et recommandations, à les argumenter, documenter et illustrer dans le strict respect du secret professionnel. En outre, ils éviteront de les formuler de façon blessante. S'ils remarquent des passages plagiés ou bidonnés, ils ont l'obligation d'en informer le Directeur de Publication de la Revue. L'évaluation doit être effectuée avec objectivité, professionnalisme et discréetion. Les informations contenues dans les documents évalués demeurent confidentielles et, en aucun cas, ne peuvent faire l'objet d'autre exploitation.

6. Des obligations des Auteurs

Les auteurs s'engagent à garantir l'originalité des contributions, leur non-soumission en vue d'une autre publication lors des phases d'évaluation et de révisions des contributions. Par leur simple participation au numéro, ils acceptent aussi à n'employer des contenus ou des expressions d'autres auteurs qu'en indiquant toujours la source référencée. Les textes soumis n'ont jamais été publiés comme documents protégés par copyright dans d'autres revues ou dans des ouvrages collectifs déjà publiés.

En envoyant une contribution, l'auteur/les auteurs acceptent que, si le texte est approuvé pour la publication, tous les droits économiques, sans limites d'espace et avec toutes les modalités et technologies existantes ou à venir, sont transférés à la *Revue Africaine de Communication*. Dans le cas où un auteur noterait des erreurs significatives, des incohérences ou des imprécisions dans le document scientifique publié, il doit immédiatement le porter à la connaissance du Directeur de Publication de la Revue et

coopérer pour la rétractation ou la révision de la contribution proposée.

7. Accès, Reproduction, Distribution, Diffusion et Partage des Contributions scientifiques

Les contributions scientifiques à la *Revue Africaine de Communication* (RAC) sont disponibles en accès libre sur le site: <https://rac.ucad.sn>. Elles sont également archivées à la Bibliothèque nationale, à la Bibliothèque centrale de l'Université Cheikh Anta Diop de Dakar et à la Médiathèque du Centre d'Études des Sciences et Techniques de l'Information.

Les auteurs cèdent tous les droits de reproduction, de publication et de diffusion de leurs contributions scientifiques à la RAC. Par conséquent, ils acceptent toutes modifications formelles liées aux contraintes de leur mise en page et de leur mise en valeur.

De plus, les contributions publiées par la RAC, ne pouvant faire en aucun cas l'objet d'une autre publication, sont autorisées sous la Licence CC-by-nc-nd (autorisation de partager, copier, reproduire, distribuer et communiquer l'oeuvre originale par tous moyens et sous tous formats, sans modifications, dans un but scientifique, pédagogique ou promotionnel, sauf à des fins commerciales).

Les auteurs doivent être crédités de la paternité de leurs contributions et la source indiquée. Ce droit à la paternité des contributeurs est scrupuleusement respecté en cas d'utilisation de leurs oeuvres (Prénom, Nom, titre de la contribution, Nom de la Revue, Numéro, Année de publication, N° de la page d'où est tiré l'extrait).

SOMMAIRE

<i>Avant-propos</i>	I-XI
<i>Éthique de la violence et ethos politique</i> <i>Ethics of violence and political ethos</i>	
Alioune Dieng & François xavier Diémé	3-27
<i>Santé sans CFA : stratégies communautaires de prise en charge medicale en contexte de crise à Kédougou</i> <i>Health without cfa: community strategies and reinventing care in a crisis context in Kedougou</i>	
Babacar Cissé.....	29-57
<i>Gouvernance et communication politique en periode de crise : comment comprendre les actions souverainistes de la transition malienne ?</i> <i>Governance and political communication in times of crisis: how can we understand the sovereignist actions of the Malian transition?</i>	
Hama Yalcouyé.....	59-77
<i>La lutte contre la « désinhibition écologique » dans les pays du sud global via la communication publique et les participations citoyennes à l'ordre environnemental : le cas amazonien</i> <i>Confronting ecological disinhibition through public communication and citizen participation adapted to the climate of impunity: the amazonian case</i>	
Pierre Cilluffo Grimaldi.....	79-102
<i>Les logiques manipulatoires des relations publiques en contexte électoral en république de Côte d'Ivoire</i> <i>The manipulative logic of public relations in the electoral context in the Republic of Côte d'Ivoire</i>	
Guillaume Yao Kouakou.....	105-126
<i>Désinformation et communication politique en ligne en temps de crise : le cas de la transition politique tchadienne en 2024</i> <i>Disinformation and online political communication in times of crisis: the case of chad's political transition in 2024</i>	
Kidana Alice Gali.....	127-148
<i>Bots, communication politique et polarisation numérique : dynamiques informationnelles lors de l'élection présidentielle sénégalaise de 2024</i> <i>Bots, political communication and digital polarization: information dynamics during the 2024 Senegalese presidential election</i>	
Papa Djibril Ngom & Kouassi Sylvestre Kouakou.....	149-176

Repenser la communication dans les opérations de soutien à la paix en Afrique
Rethinking communication in peace support operations in Africa

Abel Hubert Mback Wara.....177-195

Radiodiffusions communistes et formation politique des militants de l'union des populations du Cameroun (UPC) 1955-1971

Communist radio broadcasts and political training of militants of the union of the peoples of Cameroon (UPC) 1955-1971

Oumarou Gnebora.....199-224

Presence et representation du Groupe Wagner dans les titres de presse: cas de Jeune Afrique et de Le Monde (2022-2023)

Presence and representation of the Wagner Group in press headlines. The case of Jeune Afrique and Le Monde (2022-2023)

Sali Bouba Oumarou.....225-252

AVANT-PROPOS

Le numéro 7 de la *Revue Africaine de Communication* (RAC) est consacré au thème suivant : « Communication politique et crises contemporaines ». En effet, les crises contemporaines, qu'elles soient climatiques, sanitaires, économiques, sociales ou politiques, par leur caractère disruptif, se révèlent être des catalyseurs qui mettent à l'épreuve la solidité de nos systèmes politiques et sociaux. Elles imposent une réévaluation profonde des discours et des pratiques de communication politique. Dans un contexte mondial marqué par une défiance croissante à l'égard des institutions, une polarisation à outrance de l'opinion publique et une circulation ultra-rapide de l'information via les médias sociaux, la communication politique se trouve confrontée à un double défi. D'une part, elle est déstabilisée par la perte de maîtrise des flux informationnels et des narratifs ; d'autre part, elle se voit renouvelée par l'émergence de nouveaux outils et de nouvelles formes d'engagement citoyen.

Ainsi, comme l'a souligné Wolton (1989), la communication politique ne saurait se réduire à une simple transmission d'informations. Elle constitue un champ de tensions permanentes où s'affrontent des enjeux de légitimité et de pouvoir. Les crises récentes et actuelles exacerbent ces tensions sous-jacentes, opposant transparence, intégrité et contrôle de l'information, urgence et réflexivité, élitisme et populisme, réalisme politique et démagogie, sans oublier les tensions entre dynamiques géopolitiques mondiales et replis nationalistes. La manière dont ces crises sont gérées met en lumière les stratégies par lesquelles les acteurs politiques, les médias et les mouvements citoyens s'approprient, remettent en question ou réajustent leurs discours et leurs dispositifs communicationnels pour faire face à des défis sans précédent (Cardon, 2019).

Ce numéro thématique se donne à lire comme une démarche pour cerner la manière dont les crises contemporaines multiformes modifient profondément les relations dynamiques entre les gouvernants, les acteurs des médias et les citoyen(ne)s.

Étant donné le caractère interdisciplinaire des sciences de l'information et de la communication, il s'inscrit dans la problématique des changements multiples induits par les crises dans leurs différentes dimensions.

Par ailleurs, la communication politique en période de crise constitue un terrain conflictuel sur le plan informationnel, où la recherche de la confiance publique se confronte à une propagation exponentielle de la désinformation. Ce phénomène est généralement défini comme « une manipulation délibérée de l'information, des [faits] dans le but d'induire en erreur le récepteur et [d'altérer] ainsi son jugement, sa décision et son action » (Kouakou, 2023, p. 2). En d'autres termes, les faits, souvent complexes et incertains, sont sujets à des distorsions accentuées et présentés sous les vocables *fake news*, *deepfakes*, théories du complot et infox. Ces distorsions sont amplifiées par la viralité des réseaux sociaux, participant de l'ère de « post-vérité » (Bronner, 2013), où l'émotion et la croyance prévalent souvent sur les faits. La crise du Covid-19 a illustré de manière frappante comment des messages contradictoires et des *fake news* ont pu éroder la confiance envers les institutions et entraver les efforts de santé publique (Kouakou, 2021). De ce fait, la désinformation, particulièrement en contexte de crise, peut compromettre la crédibilité des institutions, exacerber les divisions sociales et rendre inefficaces les politiques publiques.

Dans ce point de vue, la polarisation politico-médiatique constitue un phénomène croissant dans les démocraties contemporaines, où les discours politiques se radicalisent à travers les médias traditionnels et les plateformes numériques. Cette dynamique exacerbe les clivages idéologiques et simplifie excessivement les débats publics les cantonnant à une vision binaire. Il pose ainsi des défis majeurs pour la démocratie, notamment en termes de désinformation, d'érosion de la confiance dans les institutions et de fragmentation de l'espace public (Bail, 2023).

Cette problématique s'inscrit dans un champ de recherche déjà riche, qui a longtemps étudié l'influence des médias, notamment télévisuels, sur les actions politiques (Bourdieu, 1996; Le Bohec, 2013). L'avènement des émissions politiques (Neveu, 2001 ; Delporte, 2012) et des nouveaux médias numériques a toutefois transformé les modalités de couverture de l'actualité politique. Certains travaux mettent en lumière leur influence sur l'opinion publique (Derville, 2017 ; Neveu, 2017), tandis que d'autres explorent leur impact sur la reconfiguration

du champ politique (Desrumaux et Nollet, 2021 ; Lalancette et Bastien, 2024).

Dans cette perspective, la communication politique se trouve aujourd’hui au cœur d’une crise de la représentation qui fragilise les démocraties contemporaines. Celle-ci, caractérisée par une défiance croissante des citoyens envers leurs représentants et les institutions, trouve ses racines dans un sentiment de déconnexion entre les attentes populaires et les réponses politiques. Les mouvements sociaux, comme les Gilets jaunes en France (2018), le Balai Citoyen au Burkina Faso (2013), le Printemps arabe en Afrique du Nord (2011) ou Y’en a marre au Sénégal (2011) illustrent parfaitement comment la communication politique peut être réappropriée par les citoyens pour contester l’ordre établi et proposer des alternatives. Ces mouvements, souvent nés des contextes de marginalisation politique, économique et sociale, ont su créer une synergie entre l’art, la politique et la communication en ayant recours à des symboles forts, à des récits mobilisateurs et à des outils de communication moderne pour amplifier leurs revendications et contourner les structures traditionnelles du pouvoir (Frère, 2015). Pierre Rosanvallon, dans *La contre-démocratie* (2006), souligne que cette défiance n'est pas un phénomène passager, mais une caractéristique structurelle des démocraties modernes, où les citoyens réclament davantage de transparence, de participation et de légitimité.

Dans ce contexte, la communication politique joue un rôle ambivalent. D'un côté, elle est souvent perçue comme un outil de manipulation ou de propagande, renforçant la méfiance des citoyens. De l'autre, elle possède le potentiel de renouer le lien entre les institutions et les citoyens, à condition de se transformer en un véritable espace de dialogue participatif. Cette dualité invite à une réflexion approfondie sur les dynamiques actuelles de la représentation politique, le rôle des médias dans la construction de l'opinion publique et les nouvelles formes de participation citoyenne.

Ainsi, il va sans dire que les crises, par définition, constituent des moments de rupture qui, en générant de l'incertitude, déstabilisent l'ordre établi au sein des sociétés. Dans ces contextes où les repères sont brouillés et la confiance envers les

institutions mise à l'épreuve, la communication devient un levier stratégique pour expliquer, rassurer et influencer l'opinion publique. Elle offre une grille de lecture de la crise pour orienter le cadre interprétatif (*framing*), façonner les représentations sociales (Entman, 1993 ; Correa 2022) et conditionner les comportements collectifs.

La récente crise sanitaire de la Covid-19 a montré le rôle déterminant de la communication dans la stratégie de riposte pour lutter contre la pandémie. Dans un contexte marqué par la gestion de l'incertitude, où les gouvernants ont été contraints de prendre des décisions impopulaires ou coercitives, le recours à la rhétorique politique a constitué un outil de gouvernance pour créer une « ingénierie du consentement » (Bernays, 1928) et favoriser l'adoption de comportements « sains ». Il fait appel au nécessaire « travail politique de construction cognitive, normative et institutionnelle de la crise » (Bouzon, 2004 ; Crespin et Clavier, 2022).

L'émergence de nouvelles formes d'expression sociale et de pratiques culturelles à partir de mai 68 est le point de départ d'une redéfinition constamment renouvelée des rapports sociaux et des phénomènes de contrôle du pouvoir politique, économique et culturel. Avec l'explosion des techniques, des théories et des technologies de l'information et de la communication dans les années 70, ce phénomène dépasse les frontières des États (Miège, 2004). On assiste alors à la naissance du mythe de la société de l'information (Gerstlé, 2007), qui pose les jalons d'un espace social post-industriel globalisé, où domine, non plus seulement l'économie et la politique, mais aussi, et de façon plus probante et incontrôlée une forme d'impérialisme culturel qui fonde l'hégémonie sur le triptyque intérêt/technologie/communication.

Ce nouvel ordre mondial de l'information et de la communication (NOMIC), sur lequel se penche l'UNESCO de 1977 à 1980 (Miège, 2004), découle d'une informatisation à outrance de la vie sociale ouvrant la voie à des formes nouvelles de communication politique et stratégique (marketing politique, communication digitale, etc.), d'exercice de la liberté d'expression (E-liberté) et de la démocratie (E-démocratie) dans lesquelles les enjeux économiques sont dilués dans une

réorganisation de l'économie capitaliste ayant la technique et la culture comme bras armés du capitalisme. Ainsi, l'abolition des distances géographiques accentue les conflits culturels, politiques et commerciaux entre les nations (Wolton, 2001).

Cette nouvelle donne s'accompagne d'une montée du populisme et du nationalisme dans les démocraties occidentales (États-Unis, Italie, Autriche, Allemagne, France...). On assiste alors à une révolution de la communication politique qui, en devenant directe, soutenue et incisive, s'adresse à l'imaginaire des peuples (Naves, 2017). La frénésie des déclarations chocs sur les réseaux sociaux numériques noue et défait les relations internationales et les traités commerciaux. En toile de fond, des lobbies et des multinationales, véritables groupes de pression et d'influence au service de l'impérialisme économique et culturel, s'activent pour imposer leur domination (Braud, 2006) à travers des réseaux sociaux numériques et des circuits commerciaux et financiers qu'ils contrôlent entièrement.

L'intégrité de l'information constitue un enjeu majeur dans les dynamiques des conflits contemporains et le repositionnement géopolitique des États et des acteurs internationaux (Arquilla et Ronfeldt, 1999). À l'ère du numérique et des guerres hybrides, l'information est devenue un champ de bataille où s'affrontent intérêts étatiques, économiques et idéologiques. Sa manipulation – qu'elle soit biaisée, tronquée ou falsifiée – est devenue une arme stratégique influençant les rapports de force mondiaux (Douzet, 2014 ; François & Lin, 2020). La lutte pour l'intégrité de l'information représente ainsi un enjeu majeur pour la stabilité internationale et le repositionnement des acteurs dans l'ordre mondial (Miskimmon, O'Loughlin & Roselle, 2013 ; Lasswell, 1927).

Dans un contexte où la lutte pour le contrôle des narratifs s'intensifie, il devient crucial d'examiner les mécanismes de manipulation, les régulations possibles et la capacité des sociétés à s'adapter à ces nouvelles formes de conflits informationnels. L'avenir des relations internationales dépendra largement de la manière dont les acteurs géopolitiques gèreront cet enjeu sans compromettre les principes démocratiques fondamentaux (Chomsky & Herman, 2008 ; Nye, 2005 ; Rid, 2020 ; Diagne, 2024 ; Castells, 2009 ; Camara, 2015 et 2018).

Inhérente à la gestion du pouvoir, la communication constitue une dimension importante de l'agir politique. Elle a connu de profondes mutations à l'ère du numérique avec l'avènement de nouveaux espaces de prises de parole et de mobilisations citoyennes (Granjon, 2005). Partie intégrante des dispositifs de communication contemporaine, les réseaux sociaux favorisent le renouvellement des modalités et formats du dire politique et créent de nouvelles dynamiques dans les stratégies de conquête ou de conservation du pouvoir qui méritent d'être questionnées sous l'angle de la communication politique en contexte de crise. L'usage des réseaux sociaux par les leaders politiques, la montée en puissance des influenceurs sur Internet et la prolifération de la désinformation sont autant de phénomènes qui interrogent les mécanismes actuels de persuasion, de légitimation et de construction de sens dans l'espace public (Greffet 2016 ; Douyère et Rieffel, 2019 ; Badouard, 2021).

La communication numérique dans le champ politique, ce sont aussi les nouvelles formes de mobilisations citoyennes, déconnectées des appareils politiques traditionnels et qui visent à replacer le citoyen au cœur du débat démocratique grâce aux technologies numériques regroupées sous le terme de *civic tech* (Cardon, 2019). En contexte de crise, ces technologies civiques peuvent-elles contribuer à restaurer la confiance entre gouvernants et gouvernés ? Peuvent-elles favoriser une réappropriation du débat démocratique par les citoyens ?

Dans ce numéro thématique de la *RAC* (2025), des chercheurs, à travers leurs travaux scientifiques, ont réfléchi sur la communication et la philosophie politiques dans leurs rapports avec la gouvernance politique, la communication de crise, la propagande et le rôle des médias dans la construction de l'opinion.

Dans leur contribution, Alioune Dieng et François Xavier Diémé donne une nouvelle lecture des tensions idéologiques et religieuses en Italie et en France aux XVe et XVIe siècles en fondant leur réflexion sur la promotion d'un projet politique et social qui vise une stabilité durable et non l'expression débridée des libertés citoyennes et des convictions religieuses. Ainsi, ils montrent que le génie et la rhétorique politiques peuvent traduire l'expression ambiguë d'un humanisme civique et/ou

d'un *ethos* politique qui situent la communication politique et la violence idéologique dans des stratégies d'alerte et de veille politique.

Dans son article sur les dynamiques communicationnelles et politiques, Babacar CISSÉ analyse les Mécanismes Endogènes de Financement de la Santé (MEFS) en contexte de crise pour mettre en évidence des formes d'innovation sociale dans lesquelles la santé devient un bien commun négocié, façonné par des logiques de solidarité, d'autonomie et de gouvernance hybride. Hama Yalcouyé, quant à lui, s'intéresse à la communication politique souverainiste adoptée par la transition militaire malienne afin de mieux comprendre les succès et les échecs enregistrés par les différents régimes en matière de gouvernance et de gestion sécuritaire.

La contribution scientifique de Pierre Cilluffo Grimaldi explore les dynamiques de participations citoyennes en Amazonie afin d'ouvrir de nouvelles possibilités à la communication publique et à la participation citoyenne à travers la conscientisation des masses et la dénormalisation d'un crime environnemental.

En se penchant sur la crise de réputation des institutions électORALES ivoiriennes, Kouakou guillaume Yao analyse l'usage des logiques manipulatoires et du capital émotionnel dans les stratégies d'influence de l'opinion en contexte électoral. Dans ce chapitre de la propagande politique et de la manipulation des opinions, Kidana Alice Gali consacre ses travaux aux usages de Facebook dans l'espace de communication politique durant la transition politique tchadienne en 2024. Sa contribution montre le rôle ambivalent des plateformes numériques qui sont à la fois des instruments de pouvoir et des espaces de résistance et de contestation dans une double perspective de négociation permanente de la construction du réel et de la légitimité des acteurs politiques. Dans ce même registre de l'hybridation des espaces numériques, situés entre les pratiques citoyennes et les stratégies d'influence automatisées, Papa Djibril Ngom et Kouassi Sylvestre Kouakou interroge la place des bots dans la circulation de l'information et leur contribution à la fragmentation de l'espace public pour révéler l'orchestration narrative structurée, avec amplification coordonnée,

standardisation des contenus visuels et recyclage de hashtags, fruits d'une polarisation activement construite par des stratégies d'influence hybrides.

En mobilisant les concepts de la théorie constructiviste, Abel Hubert Mback Wara met en exergue les avantages tant potentiels que réels d'un usage stratégique de la communication dans les processus de paix déployés en Afrique, qui souffre d'une crise de la communication traduite par un usage marginal de l'information et de la communication stratégiques comme outils de pacification. Par ailleurs, Oumarou Gnebora à partir d'une analyse critique de données recueillies à Douala, analyse l'apport probant des radios communistes dans la formation des militants de l'UPC de 1955 à 1971, période marquée par les luttes nationalistes au Cameroun.

Enfin, en s'appuyant sur un corpus constitué des titres d'articles de deux médias de référence, *Jeune Afrique* et *Le Monde*, publiés en ligne du 1er février 2022 au 28 février 2023, Sali Bouba Oumarou s'intéresse à la place du groupe Wagner dans le discours médiatique et les stratégies géopolitiques. Son analyse des contenus médiatiques montre que l'intérêt suscité par la présence du groupe paramilitaire russe en Afrique met l'accent sur les marqueurs de pouvoir et les jugements liés au traitement médiatique de cette présence.

Toutes ces contributions scientifiques montrent que la violence, les médias et la nouvelle donne numérique redéfinissent les espaces publics, politiques et géopolitiques à travers le renouvellement incessant des stratégies de communication, de manipulation et de lutte politiques.

BIBLIOGRAPHIE INDICATIVE

Arquilla, J., & Ronfeldt, D. (1999). *The Emergence of Noopolitik: Toward an American Information Strategy*. Rand Corporation.

Bail, C. (2023). *Le prisme des réseaux sociaux. Polarisation politique sur Internet*. Paris : Presses Universitaires de France.

Bernays, E. (2008). *Propagande*. Paris : Édition Zones/La Découverte (Œuvre originale publiée en 1928, *Propaganda*, New York City: Horace Liveright).

Bourdieu, Pierre (1996). *Sur la télévision. Suivi de l'emprise du journalisme*. Paris : Raisons d'agir.

Bouzon, A. (2004). *La place de la communication dans la conception de systèmes à risques*. Paris : L'Harmattan.

Braud, P. (2006). *Sociologie politique*, 8e édition. Paris : Librairie Générale de Droit et de France.

Bronner, G. (2013). *La démocratie des crédules*. Paris : Presses Universitaires de France.

Camara, M. (2018). « Dire, montrer l'extrême du terrorisme. L'iconographie des attentats de Paris et de Bruxelles à la Une de la presse européenne ». *Revue Sciences et Techniques du Langage*, n° 14, 72-96.

Camara, M. (2015). Crise structurelle des organes de régulation en Afrique de l'Ouest : impacts médiatiques, déficits démocratiques. Le cas de la Côte d'Ivoire et du Mali. *Revue africaine de communication*, n°1, 81-96.

Cardon, D. (2019). *Culture numérique*. Paris : Presses de Sciences Po.

Castells, M. (2009). *Communication Power*. Wellington Square, OX.: Oxford University Press.

Badouard, R. (2021). *Les nouvelles guerres de l'information. Désinformation et radicalisation de la vie publique*. Paris : Le Seuil.

Cazeaux, G. (2024/4). La Fabrique de l'opinion numérique : des citoyens sous Influence. In *Cités*, n°1000, 313-326.

Correa, P. (2022). De l'international aux nations. La communication publique sur la pandémie du Covid-19. Exemple du Sénégal. *Revue africaine de Communication, Nouvelle Série*, n°5, 80-93.

Crespin, R., & Clavier, C. (2022). *Des crises sanitaires aux crises politiques*. Paris : Presses de Sciences Po.

Derville, G. (2017). *Le pouvoir des médias*. Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble.

Desrumaux, C. & Nollet, J. (dir.) (2021). *Un capital médiatique ? Usages et légitimation de la médiatisation en politique*. Rennes : Presses Universitaires de Rennes.

Diagne, Y. (2024). Les médias sociaux et le désordre de l'information : perspectives neuroscientifiques et psychologiques. *Revue africaine de la communication*, Nouvelle Série, n°6, 121-141.

Douyère, D., & Rieffel, R. [(dir.) (2019)]. *La communication politique*. Paris : Armand Colin.

Douzet F. (2014). La géopolitique pour comprendre le cyberespace, *Hérodote*, vol. 1-2, n° 152-153, 3-21.

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. <<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.>>.

François, C. & Lin, H. (2020). Cartographier un angle mort : la surprise stratégique des opérations informationnelles russes sur les réseaux sociaux en 2016. *Géopolitique de la datasphère*, n°177-178, 3-21.

Granjon, F. (2005). L'Internet militant. Entretien avec Fabien Granjon. *Matériaux pour l'histoire de notre temps*, vol. 79, n°79, 24-29.

Greffet, F. (2016). *Internet et la campagne présidentielle de 2012*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.

Herman, E. & Chomsky, N. (2008). *La fabrication du consentement: l'économie politique des médias de masse*. Londres : Bodley Head.

Jost, J. T. et al. (2018). Comment les médias sociaux facilitent la protestation politique : information, motivation et réseaux sociaux. *Political Psychology*. <<https://doi.org/10.1111/pops.12478>>.

Kouakou, K. S. (2021). Médias sociaux et covid-19 : analyse des pratiques informationnelles des étudiants sénégalais sur WhatsApp. *Revue Africaine de Communication*, n°4, 35-58. <<http://dx.doi.org/10.61585/pud-rac-nsn403>>.

Kouakou, K. S. (2023). Esprit critique et lutte contre la désinformation Une étude des habiletés à la pensée critique des étudiants primo-arrivants. *Balisages*, n°7, p.1-21. ISSN 2724-7430. <<https://dx.doi.org/10.35562/balisages.1274>>.

Lasswell, H. D. (1927). La théorie de la propagande politique. *Revue de science politique*, Vol. 42, tome L, 627-631, doi : 10.2307/1945515

Le Bohec, J. (2013). *Élections et télévision*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.

Naves M.-C. (2017). Donald Trump ou la communication incantatoire. In Arnaud Mercier (éd.), *La communication politique*. Paris : CNRS, 149-158.

Miège B. (2004). L'économie politique de la communication. In *Hermès*, 38, *Les SIC : savoirs et pouvoirs*, 46-54.

Miskimmon, A., O'Loughlin, B., & Roselle, L. (2013). *Strategic Narratives: Communication Power and the New World Order*. New York/London: Routledge.

Nye, J. (2005). *Soft power. The means to success in world politics*. New York City: Public Affairs.

Pariser, E. (2011). The filter bubble. What the internet is hiding from you. Penguin Books. *Singulière*. Paris : L'Harmattan.

Rid, T. (2020). *Active Measures: The Secret History of Disinformation and Political Warfare*. New York City: Farrar, Straus & Giroux.

Rosanvallon, P. (2006). *La contre-démocratie. La politique à l'âge de la défiance*. Paris : Seuil.

Rosnay, J. (2006) *La révolte du pronétariat: Des mass média aux médias des masses*. Paris: Fayard

Vilenchik, N. K., Baden, C. & Yarchi, M. (2020). Interpretative Polarization across Platforms: How Political Disagreement Develops Over Time on Facebook, Twitter, and WhatsApp. *Social Media + Society*. <[sagepub.com](https://doi.org/10.1177/2056305120944393)>. DOI: 10.1177/2056305120944393>.

Wolton, D. (1989). La communication politique : construction d'un modèle. *Hermès, La Revue*, 1 (1), 27-42.

Wolton, D. (2001). La communication, un enjeu scientifique et politique majeur du XXIe siècle. In *L'Année sociologique*, vol. 51, 309-326.

Pr Kouassi Sylvestre KOUAKOU
Dr Yacine DIAGNE
Dr Mamadou Diouma DIALLO

COMMUNICATION POLITIQUE
&
MÉDIAS

PRESENCE ET REPRESENTATION DU GROUPE WAGNER DANS LES TITRES DE PRESSE : CAS DE JEUNE AFRIQUE ET DE LE MONDE (2022-2023)

PRESENCE AND REPRESENTATION OF THE WAGNER GROUP IN PRESS HEADLINES. THE CASE OF JEUNE AFRIQUE AND LE MONDE (2022-2023)

Sali Bouba Oumarou

Journaliste-écrivain (Cameroun)

sali.oumarou@gmail.com

Résumé

Cette étude descriptive et exploratoire s'intéresse à la place du groupe Wagner dans le discours médiatique. En s'appuyant sur un corpus constitué des titres d'articles de deux médias de référence, *JeuneAfrique* et *Le Monde*, publiés en ligne du 1er février 2022 au 28 février 2023, elle s'attèle à apporter des réponses à deux interrogations : quelle est l'ampleur de la couverture médiatique du groupe Wagner ? Comment ce groupe est-il (re)présenté ? Un total de 56 titres d'articles a été analysé afin de déterminer le nombre d'articles consacrés au groupe Wagner et d'en décrire le contenu saillant. Il ressort de cette étude que la présence du groupe Wagner dans certains ordres politiques s'insère dans le registre des évènements stimulant l'intérêt des médias. Cet intérêt met particulièrement l'accent sur les formes de pouvoir associées aux marqueurs de cette présence et y porte une série de jugements.

Mots clés : Représentations, Titres, Evènement médiatique, Jeune Afrique, Le Monde.

Abstract

This descriptive study looks at the place of the Wagner group in media discourse. Using a corpus of article headlines from two leading media, *Jeune Afrique* and *Le Monde*, published online between 1 February 2022 and 28 February 2023, it aims to provide answers to two questions: How widely is the Wagner group covered in the media? How Wagner group is (re)presented? To answer these questions, a corpus of 56 article

titles was analysed in order to identify the number of articles devoted to the Wagner group and to describe their salient content. The study shows that the presence of the Wagner group in some political orders is one of the events that stimulate media interest. This media interest focuses particularly on the forms of power associated with the markers of this presence and makes a series of judgments.

Keywords: Representations; Headlines; Media Event; *Jeune Afrique*; *Le Monde*.

Introduction

L'action des acteurs des conflits n'échappe pas au filtre médiatique (Boulanger, 2014). Leur propension à la violence, leur profusion et leur nature parfois volatile (Rigaud, 2004 ; Conesa, 2003) sont autant d'éléments susceptibles de renforcer l'intérêt des médias à leur égard. Les évènements tragiques du Darfour ont démontré l'intérêt que pouvaient avoir les médias pour les récits mettant, par exemple, au centre de l'attention les acteurs armés non étatiques. Dans les médias de moult bords, les violences perpétrées par les milices « janjawid » ont fait l'objet d'une large diffusion (Robinet, 2013 ; Tubiana et Tanner, 2007). Les récits établissant les liens de ces milices avec le gouvernement soudanais (Feher, 2005), et donc les connivences pouvant exister entre ce type d'acteurs des conflits et les institutions étatiques, ont intensément meublé les colonnes des médias. Ce cas d'école est loin d'être un évènement isolé, puisqu'un intérêt médiatique comparable pour le groupe Wagner peut être valablement souligné.

En effet, le déferlement des troupes russes en Ukraine, au début de l'année 2022, a contribué à la résurgence de « la visibilité médiatique » (Voirol, 2005) du groupe Wagner. Les récits médiatiques fondateurs autour de cette « offensive » évoquent avec régularité la diversité de rôles joués par ce groupe dans le cadre de ce conflit armé. Dès le 28 février, soit quatre jours après le début de l'offensive russe, le journal britannique *The Times* rapportait ainsi que plus de 400 mercenaires du groupe Wagner avaient été déployés en Ukraine dans le but présumé d'assassiner le président Zelensky (*The Times*, 28/02/2022). Quelques jours plus tard, soit le 2 mars, le *Daily mail* ajoutait que

la liste des cibles du groupe Wagner comprenait 23 hauts responsables ukrainiens (The Daily Mail, 28/02/2022). Cet intérêt médiatique pour le groupe Wagner au lendemain de l'offensive russe en Ukraine a été aussi l'occasion pour les producteurs des nouvelles médiatiques ou gatekeepers (Rieffel, 1993) de diversifier et d'approfondir les nouvelles se rapportant à cet acteur. Ainsi, les informations rapportées par les médias ne se limitent pas au seul contexte conflictuel de l'offensive russe en Ukraine. Elles dépassent ce cadre et englobent d'autres aspects de la présence de ce groupe dans divers contextes politiques. Une simple recherche par mots-clés sur les supports électroniques des médias tels que *Le Figaro*, *Jeune Afrique* ou *Le Courrier d'Afrique* révèle une abondance de production journalistique couvrant une gamme variée de sujets et de thèmes liés au groupe Wagner. Ce corpus s'intéresse aussi bien à son expansion au-delà du territoire russe qu'à ses ambitions économiques, ainsi qu'aux nombreuses connivences, réelles ou supposées, qu'il entretiendrait avec des responsables d'institutions étatiques.

Bien que la création du groupe Wagner ne se superpose guère à l'offensive russe en Ukraine (koungou, 2023), et que sa présence dans les médias ne soit pas le fruit de cette aventure guerrière (Pouvreau , 2019); ce n'est véritablement qu'au fil de la montée des hostilités entre la Russie et l'Ukraine, coïncidant par ailleurs à l'intensification de l'expansion de ce groupe au-delà du territoire russe, qu'une abondance de productions langagières ou « moment discursif » (Moirand 2007 : 4) est remarquée. Cette évolution notable a entraîné dans son sillage une dynamique interprétative portée par « des entrepreneurs de cause » (Gilbert et Emmanuel, 2012), au premier rang desquels se trouvent les médias. Si experts, autorités gouvernementales et institutions militaires en particulier tentent chacun de définir et de (re)présenter ce groupe selon un prisme particulier, il ne reste pas moins que sa compréhension par le public, et, par conséquent, les marqueurs de sa présence dans divers ordres politiques sont régulièrement façonnés par les nouvelles médiatiques. Celles-ci jouent un rôle crucial dans le cadrage et la diffusion des discours élargissant le spectre de la visibilité du groupe Wagner. Quelques années après l'accroissement de cette dynamique interprétative, il est possible de poser un regard sur

ce traitement médiatique, et ce faisant, d'apporter une contribution à la littérature s'intéressant au potentiel du langage et du discours dans le processus de constitution de notre compréhension des acteurs armés non étatiques.

Bien que cette catégorie d'acteurs des conflits dans laquelle pourrait valablement être rangé le groupe Wagner ait fait l'objet d'un nombre important de recherches (Conesa, 2003 ; Porteous, 2023 ; Rigaud, 2004), peu d'investigations s'intéressent au potentiel linguistique véhiculé par les médias, en particulier par les titres d'articles, dans le processus de constitution de notre compréhension de ces acteurs. En nous intéressant à la place du groupe Wagner dans les médias et en considérant qu'il est possible d'appréhender ses (re)présentations par le biais d'une analyse discursive, centrée en priorité sur les titres d'articles, nous entendons résorber cet écart. Ainsi, deux interrogations guident cette étude : quelle est l'ampleur de la couverture médiatique de la milice Wagner ? Comment le groupe Wagner est-il (re)présenté à travers les titres d'articles ?

Après quelques rappels théoriques autour des notions d'évènement et évènements médiatiques, permettant d'évoquer les facteurs conduisant les médias à accorder une certaine importance au groupe Wagner, et un focus sur la notion de titres dans le champ médiatique pour en justifier l'utilité et la pertinence, cette recherche s'organise en trois temps : elle propose d'abord une analyse statistique des titres ; elle présente ensuite les sujets traités afin d'identifier les thématiques les plus récurrentes et celles moins abordées ; enfin, elle réalise une analyse discursive des titres du corpus qui contribuent à façonner une certaine représentation médiatique du groupe Wagner.

1-De quelques raisons de la visibilité médiatique du groupe du Wagner

Plusieurs raisons pourraient expliquer l'intérêt des médias pour le groupe Wagner. Ces raisons pourraient valablement se superposer aux divers facteurs qui suscitent l'intérêt des journalistes, tels qu'identifiés par la recherche (Mercier, 2006 : 23 ; De Bonville, 2000 : 19), allant, par exemple, des logiques journalistiques aux logiques contextuelles. Ainsi, il est possible

de considérer la présence du groupe Wagner, d'abord, dans certains ordres politiques africains, puis aux côtés des forces armées régulières russes, comme un évènement dont l'importance sociale et politique entraîne une profusion d'interprétation en quête de sens et de valeur. Bien que sur le plan théorique des controverses académiques persistent concernant les définitions d'un évènement et d'un évènement médiatique. Pourtant, plusieurs auteurs s'accordent à reconnaître qu'en sciences sociales, l'évènement est caractérisé par sa charge de rupture (Arquembourg, 2006 ; Garcin-Marrou, 1996). Il fait « irruption dans l'espace public », et se démarque des activités ou des faits routiniers. Ainsi, loin d'être « un fourre-tout » (Arquembourg, 2011 : 1), tel que pourraient le véhiculer ses multiples usages dans le langage ordinaire, l'évènement est, selon les formulations de différents chercheurs, ce qui se détache de « la masse de ce qui arrive » (Arquembourg, 2006) et modifie « réellement le cours des choses » (Garcin-Marrou, 1996 : 49). Il se caractérise par sa singularité, visible et perceptible dans l'espace public, et dont le propre est de susciter des interrogations, « des conversations [...] et des prises de position » (Champagne, 2011), pouvant valablement se confondre à des interprétations cadrées.

Or, il se trouve que la présence du groupe Wagner auprès de l'armée régulière russe au début de l'offensive en Ukraine, ainsi que son implantation dans certains ordres politiques, recouvrent la plupart des caractéristiques érigent des faits en événement. Cette présence est singulière, perceptible, interroge, et conduit à diverses tentatives d'interprétation. La singularité de ce groupe peut d'abord être reliée à sa nature volatile et l'ambiguïté qui l'entoure. En suivant les crêtes de son évolution aux côtés de l'armée russe, ainsi que ses rapports avec les autorités politiques, on se rend compte que le groupe Wagner n'avait ni le statut d'une société armée privée - étant donné qu'il ne jouissait d'aucune existence juridique¹- ni celle d'une force supplétive de

¹ Les articles 208 et 359 du Code pénal russe interdisent l'existence des groupes militaires privés, et de surcroit, le porte-parole du Kremlin dans une déclaration a eu à affirmer que : « Juridiquement, la compagnie militaire privée Wagner n'existe pas et n'a jamais existé,

l'armée russe, car jouissant d'une chaîne de commandement autonome et distincte de celle de l'armée régulière. Ce groupe ne saurait donc être qualifié de « combattant » au regard du droit international applicable dans le cadre de l'affrontement russe-ukrainien (Da Silva, 2021).

Bien que les connivences de ce groupe avec l'État russe ne fassent l'objet de polémique (Michaïlof, 2023), il semble que le qualificatif approprié à lui attribuer soit celui d'acteur illégal, dont la dynamique et le rapport à la violence sont susceptibles de capter l'attention.

Ce premier constat est d'autant plus pertinent, qu'au-delà du contexte conflictuel russe-ukrainien, la présence du groupe Wagner dans plusieurs ordres politiques représente un fait singulier. En Afrique, où il est régulièrement signalé dans trois États que la Centrafrique, le Mali et le Burkina Faso (Michaïlof, 2023), ce groupe armé est fréquemment présenté et mis au-devant de la scène publique comme un acteur incontournable dans la lutte contre le terrorisme et, plus largement, dans la fourniture de matériel de sécurité. En Centrafrique, par exemple, les éléments du groupe Wagner sont désormais considérés comme le maillon essentiel de la sécurité présidentielle ; ce qui constitue en soi une véritable rupture par rapport au passé, marqué par l'omniprésence de la France, l'ancienne puissance colonisatrice (Ponticelli, 2018 ; Bertrand, 2021). Cette position offre donc au groupe Wagner une importance notable et contribue à la surexposition des marqueurs de sa présence. En fin de compte, les rapports de ce groupe à l'utilisation de la violence et plus largement ses objectifs stratégiques et opérationnels soulèvent des interrogations multiples. Il fait régulièrement l'objet d'accusation d'exactions par différents entrepreneurs de cause marquant un intérêt pour les contextes géographiques où sa présence ne fait l'objet d'aucune polémique. À plusieurs égards, la présence et l'évolution du groupe Wagner aux côtés des acteurs réguliers des relations internationales,

c'est une question à étudier, à examiner davantage ». Cf. <<https://www.leparisien.fr/international/russie-la-legalisation-de-wagner-etudiee-par-le-kremlin-14-07-2023-L3HWHU3B45FLFMVGZZR5HD7QRI.php>>.

capables de faire usage de la violence légitime, est un élément disruptif du cours normal « des choses » (Garcin-Marrou, 1996 : 49), dont les médias s'empressent, à coup de traduction et d'interprétation, à porter au rang d'évènement médiatique.

Le filtre médiatique est, en effet, une étape importante dans l'attribution à minima de sens et de valeur à la présence du groupe Wagner dans les ordres politiques au sein desquels il évolue. Comme le soulignent certains auteurs (Bartelemy, 1992 ; Molotch and Lester, 1974 ; Veron, 1981), l'identification d'un évènement digne d'intérêt par le grand nombre n'est pas mécaniquement liée à sa simple occurrence. Bien que cette étape soit indispensable, l'identification est davantage liée aux dispositifs et aux traitements de l'information, ainsi qu'à la rhétorique des médias. En accordant l'accès à ce groupe dans leurs colonnes, puis en opérant son « accélération médiatique » (Moirand, 2014), actes qui contribuent à la mise à disposition d'interprétations cadrées dans l'espace public, les médias contribuent à façonnner les (re)présentations de ce groupe. Ils favorisent ainsi l'appréciation de sa charge politique ou sociale.

Le filtre médiatique, tel un alchimiste, transforme donc ce que Chauraudeau considère comme « l'évènement brut », en évènement susceptible d'être perçu et entendu par les récepteurs de l'information » (Charaudeau, 1997 : 165). Dès lors, il apparaît décisif dans la promotion et la dissémination à grande échelle de tel ou tel évènement, dont l'un des niveaux de perception est les titres d'articles sur lesquels repose la présente étude.

2-Appréhender les (re)présentations du groupe Wagner par les titres d'articles

Chercher à appréhender la place du groupe Wagner dans les récits médiatiques à travers la notion controversée de titres d'articles peut paraître réducteur ou, à l'inverse, ambitieux. Rares sont en effet les études qui accordent une importance aux titres d'articles. L' intérêt des chercheurs est régulièrement porté aux autres composantes des nouvelles médiatiques. Notre démarche est tout autre. En nous inscrivant dans la lignée des travaux de Van Djik (1988), suggérant l'étude des articles de presse comme une forme de discours public, nous considérons que les titres d'articles représentent une partie essentielle de ce

discours. Ils peuvent constituer des discours autonomes, non indépendants de leur objet certes, mais dont les caractéristiques, notamment la production soignée, offre une visibilité accrue, un premier niveau du cadrage des récits médiatiques, susceptible de déclencher ou non leur lecture.

Bien évidemment, il n'est guère question de réfuter l'idée selon laquelle les titres d'articles de presse, à l'instar des éléments iconographiques, ne font qu'accompagner les récits et les nouvelles des médias. Quel que soit les procédés stylistiques mis en œuvre pour leur formulation, ils ne sauraient être formulés sans prise en compte des développements opérés dans le texte, car comme le suggèrent les travaux de Bernard Meyer, « Titrer est résumer la pensée en une formule qui dit l'essentiel » (Meyer, 1998 : 71). Cependant, en accord avec certains auteurs (Sullet-Nylander, 1998), cette étude reconnaît que les titres des articles, même en conservant des liens étroits à la nouvelle, pourraient constituer des textes autonomes, capable d'assurer à minima les fonctions d'attraction et de formulation de sens. Parce qu'ils ont leur style particulier et des contraintes propres, les titres des articles représentent le premier niveau incontournable et indispensable du cadrage des évènements médiatiques.

Dans la presse écrite et son prolongement électronique, à travers leurs caractéristiques graphiques particulières qui les distinguent nettement du corps du texte, les titres représentent ce que les lecteurs sont le plus susceptibles de voir en premier à propos d'un évènement rapporté, ce qui attire donc regard et attention. À l'image d'un visage (Lagardette, 2005), ils fournissent une impression globale de l'ensemble de la production journalistique. C'est ce qui expliquerait, selon des auteurs, qu'il serait plus lu que le corps de texte. Ils peuvent parfois figer l'information « au point de devenir l'essentiel de l'information » (Charaudeau, 1983 : 102), ou du moins l'information accessible à l'ensemble des récepteurs. Qu'ils soient donc informatifs ou incitatifs, selon la typologie pragmatique générale admise, en tant « texte[s] et structure[s] d'un hypertexte » (Duchêne, 2017), ils servent, d'une manière ou d'une autre, à « dévoiler et résumer le texte qu'il annonce ». Certains auteurs font dans ce sens allusion aux fonctions

désignative (Genette, 1987) et métalinguistique (Furet, 1995) des titres, permettant d'identifier le texte, d'une part, les fonctions descriptives, en annonçant le contenu ou en apportant une information supplémentaire, d'autre part. Les titres fournissent donc un ensemble interprétatif porteur d'une perception de la réalité qu'il faudrait prendre au sérieux.

3- Données et Méthodes

3.1-Formation du corpus

Le corpus pour cette étude est constitué exclusivement des titres d'articles provenant des supports électroniques de deux médias, *Le Monde*¹ et *Jeune Afrique*². Le choix des deux médias sélectionnés pour constituer le corpus de textes répond à l'exigence d'inscrire notre étude dans les enjeux à l'échelle internationale. Il est reconnu que ces deux médias accordent une importance notable aux questions internationales dans l'espace francophone. Contrairement à d'autres organes médiatiques, notamment à diffusion nationale, ils sont capables de traiter les évènements médiatiques d'une certaine ampleur à partir de leurs propres sources et ressources. Leurs contenus servent souvent de références à d'autres médias, ce qui leur vaut une place particulière dans le champ médiatique francophone. Flaminio Silvia (2016), s'intéressant spécifiquement au journal *Le monde*, reconnaît ainsi, à la suite de Eveno (2004), que ce journal « conserve sa réputation de journal de référence, notamment en raison de sa qualité journalistique et de son indépendance vis-à-vis des pouvoirs politiques ». Émilie *et al.* (2016), portant un regard similaire sur *Jeune Afrique*, considèrent que « le magazine indépendant reste toujours orienté Afrique avec une section Afrique Subsaharienne et une section Maghreb/Moyen-Orient qui en constituent les deux piliers essentiels ».

Le groupe Wagner marquant sa présence dans divers ordres politiques, principalement, mais non exclusivement, dans le secteur stratégique de la sécurité, il semblait évident de sélectionner des supports médiatiques généralistes ayant des champs de couverture le plus large possible.

¹ www.lemonde.com.

² www.jeuneAfrique.com.

Une fois la sélection des médias opérée, pour constituer le corpus final composé de 56 titres d'articles, nous avons au préalable effectué une recherche par mots clés sur l'interface des sites internet des deux médias sélectionnés. Cette recherche, rendue possible par les supports électroniques des deux médias permettant d'effectuer des requêtes ou de rechercher des informations sur un objet précis, s'est réalisée à l'aide de trois mots clés, correspondants aux nominations récurrentes par lesquelles est identifié le groupe Wagner dans les médias : Wagner, groupe Wagner, Milice Wagner. Ces mots clés ont été choisis après une enquête intensive inductive consistant à lire des articles et des recherches se rapportant au groupe Wagner.

Ce premier niveau de la recherche a permis d'avoir un nombre important de résultats, confortant amplement le choix des deux médias. Néanmoins, l'impossibilité de travailler sur une large période et, donc, sur un corpus de titres d'articles denses, nous a contraints à délimiter le choix des titres dans la période allant 01 février 2022 au 28 février 2023. Le choix de cette période et des articles sélectionnés par mots clés, sous le double critère de faire référence au groupe armé Wagner¹ et d'avoir été produit dans la période temporelle choisie, s'explique par le fait que cette période inclut non seulement le déclenchement de l'offensive russe en Ukraine, mais également les moments clés de l'expansion du groupe Wagner en Afrique en l'Ouest. Il nous a semblé, de ce fait, assez fécond pour notre objet d'étude.

3.2-Méthodes d'analyse

À l'instar d'autres travaux de recherche (Duchêne, 2017 ; Sali Bouba, 2020), cette étude a choisi de conjuguer deux approches : l'une quantitative et l'autre qualitative. La première permet d'évaluer la présence de Wagner dans le corpus étudié, en fournissant des données sur la fréquence, la régularité des titres et les thèmes généraux, pouvant se confondre aux rubriques dans lesquelles sont rangées les productions sur le groupe Wagner. La seconde relève d'une analyse discursive des titres. Pour la première approche, nous avons choisi de déterminer

¹ La dénomination Wagner devait ainsi impérativement apparaître dans le titre pour faire partie de l'étude.

pour chaque article de notre corpus, les variables date et mois de publication, susceptibles de fournir la fréquence de diffusion des nouvelles sur le groupe Wagner. Nous avons ensuite déterminé, pour chaque titre d'articles, le thème général en fonction des rubriques dans lesquelles il était inséré. Le rubriquage a ainsi été considéré à la fois comme « machine à solidifier l'évènement dans un moule interprétatif » (Klaus, 2010) et dispositif d'ordonnancement de l'actualité, consacrant des hiérarchies de discours établies, plus ou moins collégialement, par la rédaction du journal. Quand un article n'était pas explicitement attribué à une rubrique, nous avons utilisé une série d'indices pour le classer. Nous avons marqué à ce niveau une attention particulière aux surtitres et à d'autres indications suggérant un rubriquage, tels que l'association d'un titre à un pays ou à une zone géographique. Dans certains cas, nous avons également procédé à une lecture de la nouvelle afin de conforter nos choix.

Une fois l'étape de l'analyse quantitative achevée, nous avons procédé à l'analyse qualitative, en portant notre attention sur l'analyse discursive des titres. Au concret, Nous avons porté une attention particulière sur l'intentionnalité derrière les titres et la capacité des mots et expressions utilisés à traduire ou non des traits et/ou des jugements de valeurs. Il s'est agi de porter une attention au lexique, c'est-à-dire aux termes utilisés dans les titres pour caractériser le groupe Wagner, l'attribuer des traits, ou des indices de jugement. Notre entrée d'analyse s'est focalisée en priorité sur l'identification et l'interprétation des métaphores, largement mobilisées dans les études sur les médias, tout en restant attentive aux autres procédés rhétoriques présents dans les titres d'articles. -.

4- Présence du Groupe Wagner dans les titres d'articles de *Le Monde et Jeune Afrique*

Les résultats de notre étude font état d'un intérêt médiatique pour le groupe Wagner. Durant la période étudiée, soit de février 2022 à février 2023, 56 articles au total, répondant aux critères de sélection ont été repérés. Cela équivaut à une production moyenne de 4 articles par mois.

Support médiatique	2022	2023	Total
<i>Jeune Afrique</i>	23	9	32
<i>Le Monde</i>	17	7	24

Tableau 1-Distribution du nombre d'articles par médias et par année

Cette première observation suggère, dans une certaine mesure, que l'actualité autour du groupe Wagner revêt une importance notable, ce qui facilite et entraîne la production de nouvelles sur ses différents marqueurs. Certes dans la distribution de la production des articles par médias, *Jeune Afrique* semble en légère avance sur *Le monde*, avec 32 articles contre 24. Toutefois, malgré leur penchant à accorder une primauté à des informations géolocalisées¹, sans pour autant faire l'impasse sur l'actualité internationale large, les deux médias accordent une importance quasi similaire au traitement de l'actualité liée au groupe Wagner.

Cette visibilité du groupe Wagner qui découle de cet intérêt médiatique apparaît, à une autre échelle, dans la distribution mensuelle des productions des deux supports médiatiques étudiés. Les espaces temporels où les deux médias ont consacré le plus d'articles au groupe Wagner correspondent aux mois suivants : avril 2022 (8 articles), décembre 2022 (7 articles), janvier 2023 (11 articles) et février 2023 (5 articles). Inversement, les périodes où l'on observe une faible production d'articles sur le groupe Wagner correspondent aux mois de mars 2022 (2 articles), mai 2022 (2 articles), juillet 2022 (1 article) et novembre 2022 (2 articles).

Mois	<i>Jeune Afrique</i>	<i>Le Monde</i>
Février 2022	6	0
Mars	1	2
Avril	3	5
Mai	1	1
Juin	2	0

¹ Il est reconnu que *Jeune Afrique* accorde une primauté à l'actualité africaine, et que *Le Monde* accorde quant à lui un intérêt particulier à l'actualité française et européenne.

JUILLET	1	0
AOUT	2	0
SEPTEMBRE	2	2
OCTOBRE	1	2
NOVEMBRE	1	1
DECEMBRE	3	4
Janvier 2023	6	5
FEVRIER	3	2
TOTAL	32	24

Tableau 2-Répartition des articles par médias et par mois

Les périodes de pic de médiatisation du groupe Wagner correspondent souvent à des « sous-événements » (Triquet, 2021) où cet acteur est au centre de l'attention des producteurs des nouvelles. La découverte d'un charnier dans le nord du Mali, au mois d'avril 2022, est une fenêtre d'opportunité usitée par les deux médias pour produire des articles soulignant le rôle de ce groupe dans cette tragédie, comme l'illustrent les titres suivants : « Mali : l'armée et Wagner accusés d'avoir commis un « massacre » à Moura », (*Jeune Afrique*, 04/04/2022) ; « Charnier filmé dans le nord du Mali : l'armée française accuse les mercenaires russes du Groupe Wagner de manipulation » (*Le Monde*, 22/04/2022).

Bien au-delà de cet aspect, le mois d'avril 2022 est également une rampe pour jeter les projecteurs sur l'expansion du groupe Wagner en Afrique et ses possibles connivences avec le gouvernement russe. Les discours politiques sur la présence avérée ou non de ce groupe au Burkina Faso dopent quant à eux la production des deux médias au cours du mois de décembre, tandis que le mois de Janvier est partagé entre la consolidation des positions du groupe Wagner en Afrique, et ses différentes actions dans le cadre du conflit avec l'Ukraine, comme l'illustrent les titres suivants : « La mystérieuse compagnie aérienne de Wagner au Mali » (*Jeune Afrique*, 27/01/2023) ; « Au Mali, plongée dans le système Wagner » (*Jeune Afrique*, 04/01/2023) ; « Les premiers prisonniers recrutés par Wagner pour combattre en Ukraine retournent à la vie civile, libres » (*Le Monde*, 28/01/2023).

L'attrait médiatique pour le groupe Wagner, sans être une surprise, est donc avéré. Il convient toutefois de noter que cet

intérêt confère une certaine régularité aux informations portant sur la présence de ce groupe sur le continent africain. Cela permet en partie d'expliquer les écarts importants observés entre les deux médias. C'est notamment le cas en février 2022, mois durant lequel *Jeune Afrique* consacre 6 articles au groupe Wagner, tandis que *Le Monde* ne lui accorde aucune attention. On observe une situation similaire durant les mois de juin, juillet et août de l'année 2022, au cours desquels aucune production sur le groupe Wagner n'est enregistrée dans le sous-corpus *Le Monde*, alors que *Jeune Afrique* compte pas moins de 5 articles, dont le centre d'intérêt est la présence du groupe Wagner sur le continent africain. En dehors de ces quelques variations, l'ensemble présente une certaine constance en termes de visibilité médiatique du groupe Wagner.

4.1-Une dominance de sujets labélisés politiques

Pour caractériser les catégories de sujet dominant consacrées au groupe Wagner, nous avons porté une attention particulière aux rubriques dans lesquels les producteurs des informations ont classé leurs produits finaux. Participant aux cadrages des nouvelles, comme le suggèrent Mouillaud et Tétu (1989), le rubriquage a ceci d'intéressant qu'il est susceptible d'apporter des éléments de définition d'une nouvelle, tout en suggérant sa profondeur et son importance. Ainsi, un évènement classé dans une rubrique qualifiée de politique n'aura pas la même résonnance et importance de traitement qu'un autre caractérisé de faits divers. C'est en tout état de cause ce que démontrent nos résultats, étant donné que l'ensemble des titres d'articles de notre corpus a été labélisé comme relevant de l'information politique.

Diverses stratégies ont été adoptées à cette fin par les deux médias. Pour, *Jeune Afrique*, elle a consisté à un rubriquage précis, ne laissant aucune place à la suggestion ou l'interprétation. Ainsi, tous les titres d'articles produits par ce média sur le groupe Wagner dans la période temporelle couverte par cette étude sont précédés de la mention *politique*, conduisant de ce fait à conclure que les nouvelles produites sont à classer dans la rubrique éponyme. À l'inverse, le journal *Le Monde* a opté pour un rubriquage moins précis en apparence, tout en suggérant la labélisation politique des évènements traités. La stratégie

employée par ce média a consisté, dans la majorité des cas, à adjoindre, aux titres des articles, soit le lieu principal du déroulement de l'évènement, soit les acteurs concernés au premier chef par les nouvelles. C'est notamment le cas des articles mettant en relation le groupe Wagner et des États africains, où tous les titres sont précédés du nom d'un pays, comme l'illustre l'exemple suivant : « Mali/Au Mali la Sécurité d'Etat soupçonnée de financer les mercenaires russes Wagner » (*Le Monde*, 03/02/2023).

Dans d'autres cas, les formulations suivantes ont été retrouvées « International – zone géographie/ titre d'article » ; « *Le Monde/Afrique* – zone géographique ou pays/ titre » ; c'est le cas notamment des articles traitant de la riposte internationale contre l'expansion de Wagner en Afrique : « *Le Monde Afrique* : "Burkina Faso/ Les Etats-Unis mettent en garde les putschistes au Burkina Faso contre le groupe russe Wagner" », (07/02/2022) ; « *Le Monde Afrique* : "Sahel/Au Mali, des djihadistes affirment avoir "capturé" un Russe du Groupe Wagner" » (*Le Monde*, 25/04/2022).

Cette stratégie adoptée par *Le Monde*, bien qu'imprécise en apparence, s'avère néanmoins pratique pour l'environnement en ligne. Elle a ceci d'intéressant qu'elle facilite le regroupement des nouvelles par mots-clés. Par ailleurs, en associant systématiquement les informations relatives à la présence du groupe Wagner à un État ou à une zone géographique, ce procédé permet de facto de labelliser ces contenus comme relevant du registre politique. Cette observation est d'autant plus pertinente qu'il n'est pas rare que les deux médias s'intéressent aux mêmes évènements en rapport au groupe Wagner. La portée générale de ces informations et leur labélisation politique dans un des médias, pourraient bien autoriser, en dehors de toutes précisions explicites, cette catégorisation générale pour l'autre media. Quoiqu'il en soit, la prépondérance de la labélisation politique de plusieurs nouvelles dans notre corpus trouve une explication objective – en dehors des logiques journalistiques – au regard des informations rapportées sur le groupe Wagner, dont l'essentiel portent sur son expansion-implantation en Afrique, ses sources de financement, les accusations dont il fait l'objet, ainsi que les

tentatives de riposte des autres acteurs des relations internationales.

L'entrée par effraction du groupe Wagner, suivie de la consolidation de sa présence en Afrique au cours de l'année 2022 est particulièrement intéressante et stimulante pour la production des nouvelles cadrées dans les deux médias étudiés. Les titres d'articles produits à cet effet évoquent les tentatives d'implantation du groupe dans certains ordres politiques, tout en laissant transparaître dans leur prolongement ses visées expansionnistes. Deux titres d'articles illustrent en particulier ces observations : « RDC-Russie : le groupe Wagner tente-t-il de s'implanter chez Félix Tshisekedi ? », (*Jeune Afrique*, 24/08/2022); « Pendant la guerre en Ukraine, le Groupe Wagner continue de tisser sa toile en Afrique » (*Le Monde*, 28/01/2023).

En parallèle, il est possible de relever que, pour les deux médias, les visés stratégiques du groupe Wagner modifient considérablement les configurations classiques des acteurs des relations internationales dans les ordres politiques où sa présence est signalée, étant donné que ces agissements sont suivis selon les productions des médias étudiés - en particulier, *Le Monde* - des ripostes et stratégies visant à l'« évincer » de l'Afrique : « Les États-Unis engagent une stratégie pour évincer d'Afrique les mercenaires du Groupe Wagner » (*Le Monde*, 20/02/2022) ; « Les États-Unis mettent en garde les putschistes au Burkina Faso contre le groupe russe Wagner » (*Le Monde*, 05/10/2022).

Entre visées expansionnistes et contre-mesures apportant du crédit au rubriquage politique dominant, les questions du financement et des conséquences de la présence du groupe Wagner dans le secteur stratégique de la sécurité de divers ordres politiques ne sont pas en reste dans le corpus étudié. Pour les nouvelles sur les potentielles sources de financement du groupe Wagner, *Jeune Afrique* se distingue avec quatre productions (04), dont les titres renvoient sans équivoque à cette thématique. À l'inverse, *Le Monde* ne consacre qu'un seul article à cette question. Ainsi, le premier média présente un ensemble fort varié de titres d'articles portant sur les secteurs économiques investis par le groupe Wagner en Afrique, tout en soulignant leur dimension transnationale, comme l'illustre l'exemple suivant : « Café, cash et alcool : au cœur du système Wagner, de Douala à

Bangui», (*Jeune Afrique*, 11/08/2022). Ces productions insistent également sur les visées du groupe Wagner dans des secteurs économiques stratégiques, telles celles sur les minerais : « Mali : comment Wagner compte faire main basse sur des mines d'or » (*Jeune Afrique*, 07/02/2022), ou sur les logiques de concurrence qui prennent corps avec d'autres acteurs économiques : « Wagner contre Castel : en Centrafrique, les Russes déclenchent la guerre de la bière » (*Jeune Afrique* 09/02/2023). Le seul article produit par *Le Monde*, consacré aux sources de financement du groupe Wagner, traite de l'exploitation de l'or au Soudan : « Groupe Wagner : comment l'armée secrète de Poutine exploite l'or du Soudan avec la complicité du pouvoir soudan » (*Le Monde*, 11/08/2022).

Si les productions médiatiques s'intéressant aux aspects économiques de la présence groupe Wagner dans divers ordres politiques présentent un déséquilibre, il en va autrement en ce qui concerne les conséquences de cette présence. En effet, les deux médias – avec respectivement cinq (05) titres articles évoquant les accusations d'exactions pour *Jeune Afrique*, et six (06) pour *Le Monde* – accordent une attention particulière et équilibrée sur l'utilisation de la violence par le groupe Wagner et ses conséquences sur les populations civiles. Les sujets traités ou rapportés concernent, entre autres, les accusations de violence envers les femmes au Mali « Mali : à Nia Ouro, les hommes de Wagner « ont arraché les pagnes des femmes et les ont violées » (*Jeune Afrique*, 08/02/2022) ; « Centrafrique et Mali: Wagner et la Russie dans le viseur de Human Rights Watch » (*Jeune Afrique*, 04/05/2022) ; les accusations de tortures des civils en Centrafrique : « Centrafrique : Human Rights Watch accuse les mercenaires russes du groupe Wagner de meurtres et de tortures sur des civil » (*Le Monde*, 17/06/2022).

Cet ensemble de titres d'articles, introduisant les griefs portés à l'encontre du groupe Wagner, dévoilent en toile de fond le pouvoir de nuisance régulièrement attribué à cet acteur. Les titres médiatiques étudiés tendent ainsi à ranger le groupe Wagner dans la case des acteurs armés non étatiques n'ayant ni une morale de l'utilisation de la force, ni un sens de la morale dans l'utilisation de la force dont il peut se prévaloir.

Il est important de souligner que contrairement à l'intuition suscitée par la période temporelle étudiée – incluant l'offensive de la Russie en Ukraine –, la contribution du groupe Wagner dans cette aventure guerrière n'occupe qu'une place marginale dans la production des deux médias. *Jeune Afrique* n'accorde qu'un seul titre à ce sujet, produit quatre jours après le début de cette offensive, soit le 28 février 2022. Même dans ce cas, la formulation du titre de cet article accorde toujours une primauté aux rapports du groupe Wagner à l'Afrique « Ukraine-Russie : de la Centrafrique au Mali, Wagner participe à la guerre de Poutine » (*Jeune Afrique*, 28/02/2022). Le journal *Le Monde*, quant à lui, consacre à cette question au moins deux articles aux titres informatifs : « Le Groupe Wagner déployé dans l'est de l'Ukraine, selon Londres » (Lemonde, 29/03/2022) ; « « Groupe Wagner » dans *Le Monde*, « du conflit en Syrie à l'invasion de l'Ukraine » (*Le Monde*, 15/04/2022). Dans l'ensemble, il est possible de relever qu'une primauté est accordée par les titres d'articles formant notre corpus à l'expansion-implantation du groupe Wagner en Afrique, ainsi qu'à ses conséquences, tant économiques que liées à la diffusion d'une violence incontrôlée. Une telle représentation du groupe Wagner offre en toile de fond une image de puissance, capable de bousculer les hiérarchies établies, et de susciter des interrogations sur les moyens et méthodes qu'il déploie dans le secteur stratégique de la sécurité.

4.2- Un discours centre sur les « Pouvoirs » du groupe Wagner

Dans l'ensemble de notre corpus, les titres d'articles mettent en évidence le pouvoir du groupe Wagner, un pouvoir multidimensionnel que l'on peut décliner en trois aspects : un pouvoir de projection, un pouvoir d'action, et un pouvoir de nuisance suscitant diverses réactions. Ils décrivent ainsi un groupe capable de se projeter au-delà de sa zone géographique d'origine, d'affirmer sa présence et de nourrir des ambitions conséquentes. Le discours qui domine à travers un lexique souvent métaphorique, apparaissant dans un tiers du corpus, est celui de la puissance de cet acteur, et très rarement de son impuissance. Il a été possible de constater, à cet effet, l'emploi dans les titres d'un lexique renvoyant au pouvoir de projection du groupe Wagner. Ce groupe chercherait ainsi à « s'implanter »,

donc à s'établir durablement dans certaines parties du continent africain, notamment en RDC, comme le dévoile le titre suivant de *Jeune Afrique* : « RDC-Russie : le groupe Wagner tente-t-il de s'implanter chez Félix Tshisekedi ? » (*Jeune Afrique*, 24/08/2022). Cette quête d'expansion qui parcourt le corpus à l'étude est elle-même soutenue par l'établissement et la consolidation d'un « système » Wagner en Afrique dont *Jeune Afrique* tente, à travers diverses productions, d'en dévoiler le cœur. « Café, cash et alcool : au cœur du système Wagner, de Douala à Bangui » (*Jeune Afrique*, 11/08/2022) ; « Au Mali, plongée dans le système Wagner » (*Jeune Afrique*, 04/01/2023).

Le journal *Le Monde* reprend à son compte cette perspective de projection-consolidation du groupe Wagner ressortant des titres de *Jeune Afrique*, en mettant en avant l'image métaphorique d'une toile en train d'être tisser. « Pendant la guerre en Ukraine, le Groupe Wagner continue de tisser sa toile en Afrique » (*Le Monde*, 28/01/2023).

En général, il ressort des titres d'articles étudiés que le groupe Wagner, contrairement à des organisations similaires ou proches, s'est converti en acteur capable de se projeter au-delà des frontières et ayant su, à l'instar d'autres acteurs des relations internationales, à se tailler une place sur l'échiquier politique internationale à travers la puissance dont il se prévaut. Il participe ainsi au même titre que certains acteurs des relations internationales, à la nouvelle ruée vers l'Afrique, dont fait allusion certains auteurs dans leurs travaux (Carmody, 2016). À cet égard, l'usage d'un vocabulaire renvoyant à la puissance financière et aux stratégies, souvent prédatrices, visant à consolider cette projection est révélateur et préfigure, selon les médias étudiés, la volonté du système Wagner de s'inscrire dans le temps long en Afrique. Dans ce cadre, le discours de *Jeune Afrique* à travers une série de métaphore, insiste sur la volonté du groupe Wagner de faire du continent Africain son « Eldorado » : « Comment Wagner se finance : enquête sur l'eldorado d'Evgueni Prigojine en Centrafrique et au Cameroun » (*Jeune Afrique*, 12/01/2023) ; « Mali : comment Wagner compte faire main basse sur des mines d'or » (*Jeune Afrique*, 07/02/2022).

La circulation dans le corpus des expressions telles que « faire main basse » contribue à véhiculer une image négative du

groupe Wagner, qui serait, dans ce cas de figure, animé d'une volonté de prédatation. Le journal *Le Monde* appuie cette interprétation à travers un titre dont l'un des pivots est le verbe exploiter : « Groupe Wagner : comment l'armée secrète de Poutine exploite l'or du Soudan avec la complicité du pouvoir » (*Le Monde*, 02/11/2022). Le groupe Wagner est ainsi vu, dans l'ensemble, comme un acteur au spectre d'action large débordant la sphère du secteur de la sécurité. Mais, le pouvoir d'action du groupe qui en découle déborde largement l'aspect économique et la quête des ressources, puisque des titres d'articles évoquent avec régularité la mise en œuvre, ou la possibilité de mise en œuvre d'une violence questionnable, visant à la fois à se protéger, à affirmer sa présence, ainsi que ses méthodes. Ces différentes idées sont suggérées et relayées par une série d'expressions, « participe à la guerre » ; « mettre le feu aux poudres », « double la diplomatie russe » ; « garde prétorienne des dictatures militaires », que nous retrouvons dans les quelques titres suivants : « Wagner en Centrafrique : pourquoi l'attaque contre Dmitri Sytyi peut mettre le feu aux poudres » (*Jeune Afrique*, 19/02/2022) ; « Centrafrique : Wagner double la diplomatie russe » (*Jeune Afrique*, 25/03/2022) ; « Josep Borrell : "Wagner en Afrique est devenu la garde prétorienne des dictatures militaires" » (*Le Monde*, 30/01/2023).

L'approfondissement de l'analyse des autres aspects de ce pouvoir d'action montre qu'il est étroitement lié à un pouvoir de nuisance suscitant diverses réactions, notamment des tentatives d'éviction de ce groupe en Afrique. Il est considéré comme un acteur, n'accordant aucune attention à la morale dans son rapport à la violence ; l'emploi d'un champ lexical relatif à la « violence aveugle » (Sommier, 2002) se manifestant dans les mots et expressions tels que « massacres » ; « violés » ; « charniers » ; « affrontements meurtriers » ; « meurtres », « tortures des civils » ; « exécution d'un déserteur », révèle, en effet, la face d'un groupe violent, incapable de faire la distinction entre les civils et les combattants : « Le groupe de mercenaires russe Wagner met ouvertement en scène l'exécution d'un déserteur », (*Le Monde*, 01/04/2022) ; « Mali : à Nia Ouro, les hommes de Wagner « ont arraché les pagnes des femmes et les ont violées » » (*Jeune Afrique*, 08/02/2022).

L'ensemble de ces titres confirme le bouleversement et le désordre disruptif qui semblent accompagner la présence du groupe Wagner dans certains ordres politiques. Il n'est donc pas étonnant de constater que le lexique de certains titres d'articles insiste sur les réactions face à la montée en puissance de ce groupe. Entre « accusations » et « stratégie » pour « l'évincer » d'Afrique, plusieurs titres d'articles véhiculent des caractérisations négatives du groupe Wagner. Au regard des titres du monde, les Etats-Unis sont préoccupés par la présence de ce groupe et son influence grandissante, et n'hésitent pas, à ce titre, à mettre en garde les Etats qui collaborent avec lui : « Les Etats-Unis engagent une stratégie pour évincer d'Afrique les mercenaires du Groupe Wagner » (*Le Monde*, 20/02/2022) ; « Les Etats-Unis mettent en garde les putschistes au Burkina Faso contre le groupe russe Wagner » (*Le Monde* 05/10/2022).

Conjointement, les deux médias étudiés rapportent également des nouvelles sur les accusations de violence exercées par le groupe Wagner contre les civils, ce qui a tendance à renforcer, d'une certaine façon, les arguments en faveur de l'atténuation des marqueurs de sa présence. Le ton adopté ici est dramatique et recourt à des figures rhétoriques capables de faire du groupe Wagner et des marqueurs de sa présence, un sujet notable, digne d'attention, comme l'illustrent les titres suivants : « Mali : l'armée et Wagner accusés d'avoir commis un « massacre » à Moura » (*Jeune Afrique*, 04/04/2022) ; « Centrafrique : Human Rights Watch accuse les mercenaires russes du groupe Wagner de meurtres et de tortures sur des civils » (*Le Monde*, 03/05/2022).

La place accordée aux rapports des civils au groupe Wagner est particulièrement intéressante pour renforcer la tonalité dramatique dans la formulation des titres d'articles. Accompagnée de termes tels que « massacre », « tortures », « les ont violé », « charnier »¹, elle rejoint à s'y méprendre les stratégies rhétoriques souvent rapportées dans les procédures de journalistes pour enfler la visibilité des nouvelles (Villedieu, 1996). Les civils, présentés comme les premières victimes du groupe Wagner, contribuent ainsi à renforcer dans les titres les aspects moraux, et invitent au jugement, en mettant le focal sur

¹ Voir les titres d'articles cités.

les conséquences dramatiques de l'action de ce groupe. Il apparaît donc globalement comme une menace.

Dans l'ensemble, le lexique qui parcourt les titres de notre corpus laisse percevoir un regard médiatique qui tend à porter des jugements négatifs sur la présence du groupe Wagner dans les ordres politiques où il est présent. Le portrait que l'on pourrait dégager serait celui d'un groupe ambitieux, puissant, pour qui les moyens justifieraient la fin. En effet, face à la montée en puissance de cet acteur, dont l'apogée fut la tentative de rébellion contre le pouvoir russe le 23 juin 2023, les médias scrutent le groupe Wagner pour comprendre ses logiques et ses ambitions. Il est d'autant plus sous les feux de la rampe que dans les Etats où sa présence est signalée, il est appelé à évoluer conjointement avec les forces régulières ou sous leur ombre dans le secteur stratégique de la sécurité.

Conclusion

Cette recherche descriptive s'est fixée pour objectif de procéder à l'étude de la représentation du groupe Wagner à travers le discours de deux médias de référence, *Jeune Afrique* et *Le Monde*. Deux préoccupations ont été au cœur des investigations : l'ampleur du traitement médiatique de ce groupe et son image, véhiculée par l'une des vitrines des nouvelles médiatiques : les titres d'articles. Ainsi, quelques enseignements peuvent en ressortir. La première n'est que la confirmation de ce que le traitement médiatique consacré au groupe Wagner semble suivre la tendance générale privilégiée par les médias, consistant à accorder une attention aux marqueurs disruptifs faisant des évènements bruts, des évènements médiatiques. Parce que le groupe Wagner apportent des bouleversements dans le cours normal des choses au sein des sphères politico-militaires où il est présent ; parce qu'il pourrait s'inscrire dans le registre de la menace, reconnue comme un critère de sélection de l'information par certains auteurs (Mouriquand, 1997), les médias étudiés tentent à travers une mobilisation étalé dans le temps d'en rapporter l'essence, d'en d'écrire les causes, les conséquences et d'émettre des jugements. Ils donnent ainsi raison à la thèse de Gitlin (1980) suggérant que l'intérêt des producteurs des nouvelles médiatiques est guidé, entre autres, par la charge

évenementielle des nouvelles et, donc, ce qui leur octroie une telle qualification.

Cet intérêt pour l'événement «Wagner» se traduit dans cette étude, par une régularité de la production de nouvelles sur ce groupe, soutenue la plupart du temps par les enjeux évolutifs gravitant autour de sa présence. Les deux médias semblent insister sur le caractère politique de ces nouvelles, dévoilant ainsi l'importance qu'ils leur accordent. Il a été possible de constater qu'au cours de la période de temps couverte par cette étude, une moyenne de quatre (04) articles par mois sur le groupe Wagner a été produite par les deux médias. Quel que soit le média, et c'est là le deuxième enseignement de cette étude, ces productions médiatiques marquent une attention particulière à la présence du groupe Wagner en Afrique, accordant de ce fait une faible attention à sa contribution dans le cadre de l'offensive russe. Expliquer une telle réalité dépasse l'ambition de cette étude descriptive et nécessiterait une analyse portant sur les critères de sélection des informations par les rédactions des deux médias. Cependant, quelques pistes de réflexion peuvent être avancées, au regard des sujets saillants traités par les deux médias, gravitant pour l'essentiel autour du pouvoir multidimensionnel attribué au groupe Wagner. L'insistance sur la présence du groupe Wagner et ses ressorts en Afrique découleraient de ce que c'est dans cette région du monde que les pouvoirs de projection, d'action et de nuisance de ce groupe sont les plus visibles, les plus saillants, du moins dans la période temporelle étudiée. La capacité d'agir de ce groupe, aussi bien au sommet de l'Etat qu'au niveau de la production des biens de sécurité, en passant par le déploiement d'ambitions économiques remarquables, fait de sa présence en Afrique un sujet digne d'attention. Elle élargit considérablement les perspectives et les fenêtres de cadrage des journalistes, bien au-delà de l'aspect strictement militaire. Les médias peuvent ainsi, au-delà des aspects déjà évoqués, porter une attention sur les réactions à cette présence et ses conséquences. Cela leur ouvre la voie à la possibilité d'émettre des jugements, dont ils ne se privent pas, puisque sans forcer le trait, le groupe Wagner apparaît sous un trait péjoratif, ou à tout le moins un trait n'évoquant aucune forme de sympathie à son égard. C'est donc une lecture large du groupe Wagner que nous

offre les deux médias étudiés. Une telle perspective contribue à diversifier l'information et à préserver la charge évènementielle de la présence de ce groupe, soulignant donc son caractère exceptionnel.

Au-delà de ces résultats spécifiques, cette étude met en lumière un enjeu plus large : le rôle des médias dans la construction publique des acteurs armés non étatiques. En sélectionnant, hiérarchisant et cadrant les nouvelles autour du groupe Wagner, les médias contribuent à lui conférer une identité médiatique particulière – celle d'un acteur doté de capacités politiques, militaires et économiques, opérant dans une zone grise entre le public et le privé. Ce cadrage journalistique participe ainsi à façonner l'image d'un acteur non étatique, dont la visibilité et la portée dépassent largement son statut formel. L'étude montre que les médias participent à la construction symbolique et à la perception publique de ces acteurs hybrides, influençant, ce faisant, les représentations que s'en font les citoyens, mais aussi potentiellement les décideurs politiques.

Bien que cette étude apporte un éclairage intéressant sur la représentation médiatique du groupe Wagner, elle présente plusieurs limites. La taille relativement restreinte du corpus, limitée à 56 titres, ainsi que le choix de se concentrer exclusivement sur les titres d'articles, restreignent la profondeur de l'analyse. De plus, le focus sur seulement deux médias francophones (Jeune Afrique et Le Monde) et sur une période relativement courte (du 1er février 2022 au 28 février 2023) limite la généralisation des résultats à d'autres médias, langues ou périodes. Ces contraintes doivent être prises en compte dans l'interprétation des conclusions. Ces contraintes ouvrent néanmoins la voie à d'autres pistes de recherche, par exemple en élargissant le corpus, en incluant le contenu des articles ou en comparant différents types de médias sur une période temporelle plus conséquente.

Bibliographie

▪ Ouvrages et Articles

ARQUEMBOURG, Jocelyne (2011). *L'événement et les médias. Les récits médiatiques des tsunamis et les débats publics (1755-2004)*. Paris : Édition des Archives contemporaines.

ARQUEMBOURG, Jocelyne (2006). De l'événement international à l'événement global : émergence et manifestations d'une sensibilité mondiale. *Hermès, La Revue*, 3, n°46, 13-21. <<https://doi.org/10.4267/2042/24050>>.

BARTHELEMY, Michel (1992). Événement et espace public: l'affaire Carpentras. *Quaderni*, n°18, 125-140. <<https://doi.org/10.3406/quad.1992.975>>.

BERTRAND, M. (2021). Bouleversement géopolitique en Afrique : vieilles gloires, nouveaux acteurs. *Sécurité globale*, n° 27, 91-101. <<https://doi.org/10.3917/secug.213.0091>>.

BOULANGER, Philippe (2014). Chapitre 8 - Médias et conflits armés . In Philippe Boulanger (éd), *Géopolitique des médias. Acteurs, rivalités et conflits* (pp.225-262). Paris : Armand Colin. <<https://doi.org/10.3917/arco.boula.2014.01.0225>>.

CHAMPAGNE, Patrick (2011). Le coup médiatique. Les journalistes font-ils l'événement ? *Sociétés & Représentations*, 2, n° 32,25-43. <<https://doi.org/10.3917/sr.032.0025>>.

CHARAUDEAU, Patrick (1983). *Langage et discours, Eléments de sémiolinguistique (Théorie et pratique)*. Paris : Édition Hachette.

CONESA, Pierre (2003). Groupes armés non étatiques : violences privées, sécurités privées, *Revue internationale et stratégique*, 1, n° 49, 157-164. <<https://doi.org/10.3917/ris.049.0157>>.

DA SILVA, Thomas (2021). Le combattant irrégulier à l'épreuve des guerres post-soviétiques, *Revue d'études comparatives Est-Ouest*, n°1, 209-227. <<https://doi.org/10.3917/receo1.521.0209>>.

DE BONVILLE, Jean (2002). *L'analyse de contenu des médias*. Bruxelles : De Boeck Université

DUCHENE, Nadia (2017).Présence et image de l'Espagne dans les titres de presse français, *El Argonauta español* [Online], 14 |, mis en ligne le 30 mai 2017, consulté le 14 août 2023. <<http://journals.openedition.org/argonauta/2577>>

EVENO, Patrick (2004). *Histoire du journal « Le Monde » 1944-2004*. Paris: Albin Michel.

FEHER, Michel (2005). Constance déroutante, *Vacarme*, 2 n° 31,96-101. <<https://doi.org/10.3917/vaca.031.0096>>.

FLAMINIO, Silvia. (2016). Ruptures spatio-temporelles dans les représentations médiatiques des barrages (1945-2014), *L'Espace*

géographique, 2 Tome 45, 157-167.
<<https://doi.org/10.3917/eg.452.0157>>.

FURET, Claude (1995). *Le titre, pour donner envie de lire*. Paris : Centre de formation et de perfectionnement.

GARCIN-MARROU, Isabelle (1996). L'événement dans l'information sur l'Irlande du Nord. *Réseaux*, vol 14, n°76, 47-60.
<<https://doi.org/10.3406/reso.1996.3708>>.

GILBERT, Claude & EMMANUEL, Henry (2012). La définition des problèmes publics : entre publicité et discrétion, *Revue française de sociologie*, 1, Vol. 53, 35-59. <<https://doi.org/10.3917/rfs.531.0035>>.

GITLIN, Todd (1980). *The Whole World is Watching: Mass Media in the Making & Unmaking of the New Left*. Orlando: University of California Press.

KLAUS, Enrique (2010). Une presse en campagne : la « presse nationale » et l'élection présidentielle égyptienne, *Égypte/Monde arabe*, 7, 157-183. <<https://doi.org/10.4000/ema.3004>>.

LAGARDETTE, Martin Jean Luc (2005). *Le guide de l'écriture journalistique*. Paris : La Découverte.

MERCIER, Arnaud (1996). *Le journal télévisé. Politique de l'information et information politique*. Paris : Presses des Sciences Po.

MEYER, Bernard (1998). *Les pratiques de communication, De l'enseignement supérieur à la vie professionnelle*. Paris : Armand Colin.

MICHAÏLOF, Serge (2023). Plaidoyer pour une nouvelle politique africaine, *Revue Défense Nationale*, 5, n°860, 33-39.
<<https://doi.org/10.3917/rdna.860.0033>>.

MOLOTCH, Harvey, MARILYN, Lester (1974). News as purposive behavior: on the strategic use of routine events, accidents and scandals, *American Review of Sociology*, vol. 39, 101-12.

MOIRAND, Sophie (2007). *Les Discours de la presse quotidienne. Observer, analyser, comprendre*. Paris : PUF.

MOIRAND, Sophie (2016). L'événement « saisi » par la langue et la communication, *Cahiers de praxématique* [En ligne], 63 | 2014. Consulté le 14 aout 2023. <<http://journals.openedition.org/praxematique/2362>>.

MOUILLAUD, Maurice, TÉTU, Jean François (1989). *Le journal quotidien*. Lyon : P.U.L.

PÁDRAIG, Carmody (2016). *The New Scramble for Africa* (2e éd.). Cambridge: Polity Press.

PONTICELLI, Nathanaël (2018). La France a-t-elle encore un rôle à jouer en République centrafricaine ? *Revue internationale et stratégique*, 4 n° 112, 20-31. <<https://doi.org/10.3917/ris.112.0020>>.

PORTEOUS, Tom (2003). L'évolution des conflits en Afrique subsaharienne. *Politique Étrangère*, vol. 68, n°2, 307-20. <<https://doi.org/10.3406/polit.2003.1208>>.

POUVREAU, Ana (2019). La stratégie de la Russie en Méditerranée, *Revue Défense Nationale*, 7 (822), 112-119. <<https://doi.org/10.3917/rdna.822.0112>>.

REMOND, Emile, USEILLE, Philippe, HACHIMI, Abba (2016). Le développement de l'éducation numérique en Afrique : les MOOC au prisme des discours de Jeune Afrique, *Communication, technologies et développement* 3. <<https://doi.org/10.4000/ctd.1034>> [Consulté le 17 août 2023].

RICHMOND, Oliver (2001). A Genealogy of Peacemaking: The Creation and Re-Creation of Order. *Alternatives* 26 (3), 317-48. <<https://doi.org/10.1177/030437540102600304>>.

RIEFFEL, Remy (1993). Pour Une Approche Sociologique Des Journalistes de Télévision. *Sociologie Du Travail*, vol. 35, no. 4, 373-87. <<https://doi.org/10.3406/sotra.1993.2135>>.

THOMPSON, Janice (2003). Le mercenariat comme forme socio-historique de coercition privée. *Cultures & Conflits* 52. <<https://doi.org/10.4000/conflits.985>> [Consulté le 24 août 2023].

ROBINET, Francois (2013). La fabrique médiatique des événements internationaux : Afrique, un continent en marge (1994-2008) ? *Le Temps des médias*, 1, n°20, 152-167. <<https://doi.org/10.3917/tdm.020.0152>>.

ROSE, Gillian (2012). *Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials*. London: Sage Publishing.

SULLET-NYLANDER, Francois (1998). *Le titre de presse. Analyse syntaxique, pragmatique et rhétorique*. Stockholm : Cahiers de la Recherche.

SOMMIER, Isabelle (2002). Du « terrorisme » comme violence totale ?, *Revue internationale des sciences sociales*, 4 n° 174, 525-533. <<https://doi.org/10.3917/riss.174.0525>>.

TRIQUET, Éric (2023). La pandémie de COVID-19, événement planétaire. *Communication*, 38 (1). <<https://doi.org/10.4000/communication.14009>> [Consulté le 18 août 2023].

VERON, Éliseo (1981). *Construire l'événement : Les médias et l'accident de Three Mile Island*. Paris : Éditions de Minuit. <<https://doi.org/10.3917/minui.danaj.1981.01>>.

VILLEDIEU, Yanick (1996). Le sensationnalisme et le journalisme scientifique. *Québec Français*, n°102, 68-69.

VOIROL, Olivier (2005). Les luttes pour la visibilité : Esquisse d'une problématique, *Réseaux*, 129-130, (1), 89-121. <www.cairn.info/revue--2005-1-page-89.htm>.

ZARTMAN, I. William (2000).Ripeness: The Hurting Stalemate and Beyond (pp.225-250). In edited by P. Stern and D. Druckman (Eds) International Conflict Resolution after the Cold War. Washington: National Academy Press.

▪ **Journaux**

THE TIMES, (2022). Volodymyr Zelensky: Russian mercenaries ordered to kill Ukraine's president. <<https://www.thetimes.co.uk/article/volodymyr-zelensky-russian-mercenaries-ordered-to-kill-ukraine-president-cvcksh79d>> [Consulté le 14 août 2023].

DAILYMAIL (2022). Putin's "thugs for hire" militia with orders to kill Zelensky: Shadowy Wagner mercenaries who have been flown in from Africa with 23-strong hit list including Ukraine's president and the Klitschko brothers. <<https://www.dailymail.co.uk/news/article-10559811/Putins-militia-orders-kill-Zelensky-Blood-thirsty-mercenaries-Wagner-Group-revealed.html>> [Consulté le 14 août 2023].



Revue Africaine de Communication

La Revue Africaine de Communication (RAC), qui s'adresse, entre autres, aux chercheurs, enseignants-chercheurs, doctarrants 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, l'analyse du discours, le management, le marketing et la culture dans sa diversité. 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, en particulier, le progrès scientifique, en général, est évident.

Ce numéro spécial de la **Revue Africaine de Communication** se donne, entre autres, pour objectif de réfléchir sur la manière dont les crises contemporaines multiformes modifient profondément les relations dynamiques entre les gouvernants, les acteurs des médias et les citoyens.

UNIVERSITÉ CHEIKH ANTA DIOP DE DAKAR

