



Medias et crises africaines : la figure des medias dans l'œuvre d'Ayi Kwei Armah.¹

Kone KLOHINLWELE

Département d'Anglais/Université de Cocody

Introduction

L'une des manifestations les plus brillantes du génie humain en ce siècle, ce sont les prouesses fulgurantes réalisées en moins d'un demi-siècle dans le domaine de la communication au point de faire de ce siècle celui du triomphe de la communication. Grâce à elle, le monde ancien avec ce qu'il implique de limites, de secrets et d'obscurantismes s'est effondré. Quand il s'est agi de combattre pour les libertés tant publiques que privées, les medias étaient là pour défendre les droits de l'homme et la démocratie. Elle a ainsi permis de rapprocher, comme le veut son idéal, les hommes, les cultures et ainsi de promouvoir la tolérance et l'ouverture à l'Autre, au Différent, à l'inconnu.

Mais voici que cette liberté s'accompagne, au fil du temps, d'un sentiment de malaise d'abord généralisé : malaise devant ce sentiment d'un envahissement dans cette liberté décuplée, angoisse face à un phénomène qui semble échapper à toute maîtrise. Les industries culturelles qui rendent possible cette liberté n'ont pas toujours les mêmes idéaux nobles de l'information et de la communication. Aujourd'hui, le sentiment de malaise a fait place à une accusation ouverte : les medias, s'ils ne sont pas la cause de la crise généralisée, sont regardés comme partie prenante dans les crises sociale, politique, institutionnelle, culturelle, ... que vit l'Afrique. Il s'agit pour nous de voir comment ce symbole du génie humain, cette promesse humaniste, cet idéal a pu se muer en son contraire. Comment la communication a divisé et appauvri l'humanité au lieu de la réconcilier avec elle-même, de la libérer de ses peurs et de l'obscurantisme.

A travers les créations artistiques contemporaines de l'Afrique, notamment l'œuvre romanesque du ghanéen Ayi Kwei Armah, nous verrons la figure que prennent les medias dans l'Afrique précoloniale, coloniale et postcoloniale. Cette étude sera menée à l'aune des théories de la communication telles que présentées par Dominique Wolton qui nous permettrons de réfléchir sur la correction à apporter à cette déviation pour que les medias

¹ Adapté d'une communication faite dans le cadre du colloque international sur « Medias et crises en Afrique » tenu à Abidjan les 11, 12, 13 Décembre 2007.



deviennent une chance et non une menace, un espoir et non une hantise après en avoir montré le caractère inéluctable.

I- La communication comme besoin anthropologique

1- La société traditionnelle et ses modes de communication

Toute société a besoin de communication et développe ses propres moyens pour atteindre cet objectif. Tout comme l'on ne peut concevoir une société sans hommes, il ne peut exister de société sans communication. C'est donc fondamentalement une expérience anthropologique qui est au fondement de toute expérience humaine : s'exprimer, parler avec autrui, partager avec lui ... Dans son étymologie même, le mot *media* implique communion, partage. Le deuxième sens est celui de transmission et de diffusion. C'est donc au carrefour de cette ambivalence d'idéal, de norme, de technique et d'instrument que se situent les *media* : idéal et instrument.¹ Parce qu'il n'est pas aisé d'aborder son prochain, la communication nous offre les armes pour savoir gérer cette relation ambivalente entre soi et les autres. Ainsi, chaque individu, à son humble niveau d'abord, et chaque société, élaborent ses règles et ses modes de communication. Produit d'hommes, elle est d'abord et toujours une réalité et un modèle culturel qui évoluent dans l'histoire. Il ne saurait donc exister de communication en soi sans liaison avec un modèle culturel. C'est pourquoi, il ne faut pas s'imaginer que l'on peut emprunter un mode de communication d'un peuple étranger de façon innocente et sans conséquence. Communiquer, c'est diffuser une culture, une idée, mais aussi agir sur l'autre. Le choix d'un mode de communication est donc un acte politique dont on n'est pas toujours conscient. Quand l'on emprunte à quelqu'un ses lunettes, l'on ne voit plus comme avec ses propres yeux ou avec ses propres lunettes.

Ces instruments de communication que développe chaque société sont le reflet du type de société de laquelle ils sont issus. La société traditionnelle fictionnelle de *Two Thousand Seasons* et *The Healers* a également ses moyens de communication. En raison de la nature de la société c'est-à-dire une société de relative homogénéité, de cohésion, de démocratie directe sans roi² et surtout de faible densité de population, ses moyens de communication demeurent modestes et à la dimension de la société. Ces moyens se résument au tamtam, «gongs [and] drums», aux crieurs publics, «official announcer», et d'autres communicateurs attirés

¹ Dominique Wolton, *Penser la communication*, Paris, Flammarion, 1997, p.36.

² Quand les Européens arrivent sur le sol d'Anoa et demandent à rencontrer leur roi, les populations ne peuvent que rire car la seule idée pour des êtres humains de se donner des rois leur est si étrange. « The people laughed and indicated to the white destroyers that they had enough respect for their souls not to need a king." *Two Thousand Seasons*, AWS, 1973, p.77 (désormais TTS)



comme Otumfur et Isanusi qui, en raison de la nature intégrative des tâches sociales, de la non spécialisation des activités professionnelles dans la société traditionnelle, servent à la fois d'idéologues, d'intellectuels et même d'artistes.

Parmi ces informateurs traditionnels, certains, comme Otumfur et les autres courtisans qui passent le plus clair de leur temps dans le palais royal, ont décidé de se mettre au service du roi corrompu qui se fait lui-même le complice de l'envahisseur étranger en échange de choses matérielles et d'espèces sonnantes. C'est à ces personnages que le narrateur fait allusion quand il écrit que "[m]en from the palace took the shiny things, the cloth and the barrels of new drink, and disappeared behind the king's walls."³ Loin de chercher à informer le peuple, ils le trompent et collaborent avec l'envahisseur en échange de biens matériels offerts par ce dernier.

Mais parmi ce groupe qui fait figure d'informateurs, il y a, heureusement, ceux dont la droiture est reconnue de tous. Isanusi est l'incarnation de cette classe d'informateurs conscients et honnêtes. De lui, il est dit que la vérité est sa nourriture, « ... truth [is] his food »⁴ Le but des Otumfur est de manipuler le peuple, de le tromper. Celui d'Isanusi est de lui révéler la vérité sur ce que trament le Blanc et ses acolytes locaux. Quand cette vérité est révélée à ce peuple, il se rebelle et entreprend de se défendre contre l'adversaire étranger et ses complices locaux. L'incident de l'assassinat du paysan Ngubane qui avait ravi Idawa au roi Koranche, cette femme qu'il aimait tant, nous fournit un bel exemple de ce l'on fait de l'information sous le règne de ce roi. Il fait annoncer au peuple par son informateur officiel, par la médiation du petit tambour en fer traditionnel, la mort du paysan : "The season after that Ngubane the farmer died. The king's official announcer beat the lesser iron gong and told the children assembled to go home with the news: Ngubane the farming fundi had fallen to a beast."⁵

Le pouvoir corrompu ne va pas sans une communication corrompue. D'ailleurs, tout le pouvoir du dictateur en dépend. Il est basé, nous dit explicitement le narrateur, sur la manipulation.

³ *TTS*, p.81.

⁴ *Ibid.*

⁵ *TTS*, op.cit. p. 71.



At important points he felt momentarily terrified at the flimsiness of the edifice, a structure neither resting on moral power nor on real material power, but mainly on mystification. After each such fright the king would return to consideration of the enormous, the infinite capacity of the people to be mystified, to be served the surface only and to be satisfied with it. Then he felt no threat to his security, for he was reassured it rested on solid, heavy, lasting matter – a people's gullibility.⁶

L'esprit critique du peuple, la faculté d'être sceptique et de douter des informations établies ou véhiculées demeurent donc un cauchemar pour toute royauté et reste la seule arme pour se prémunir contre la manipulation. Un peuple lucide, au regard critique, qui ne se fie pas aux valeurs superficielles, qui ne se laisse pas tromper facilement comme on le ferait pour un enfant, est pour ce roi de la manipulation ce qui peut arriver de pire à son règne. "In his worst nightmares the king imagined himself caught in a whole society of unimpressed eyes, sceptical ears, staring, listening, undeceivable. If ever the society became that way it would be impossible for him to remain king."⁷ Le pouvoir mensonger ne prospère donc que sur le terreau de la crédulité des populations. Contre ce type de pouvoir, seul le sens de la clairvoyance, de la perspicacité demeure la seule arme des populations.

Ce qui est en question ici, ce n'est certainement pas l'existence ou non de modes de communication. Il en existe dans toute société humaine car la communication est la base de toute vie en communauté. Ce dont il est question, ce n'est pas d'établir que la communication, ses modes et ses agents sont des êtres sans reproches, des éléments parfaits en accord avec les valeurs de vérité, d'harmonie : nous avons pu voir que même dans la société traditionnelle, l'on tente de manipuler l'opinion publique par la désinformation. Ce qui est essentiel, c'est de montrer que dans cette société traditionnelle, la société a, au moins, prise sur les instruments de communication ainsi que ses agents et a ses propres moyens de démasquer ces faux informateurs, de les confondre et de révéler les mensonges de la désinformation. Ainsi, dans la compétition entre Isanusi et Otumfur l'informateur et idéologue du roi, Isanusi a le bénéfice de la confiance populaire par sa droiture légendaire quand Otumfur est presque disqualifié par ses pratiques douteuses en complicité avec le roi. On verra plus en détail dans la deuxième partie de cette étude que l'anonymat qui entoure les medias modernes ainsi que ses agents rend cet exercice de l'esprit critique, cette possibilité de confondre et de démasquer les manquements du système de l'information d'autant plus difficiles que l'individu de la société moderne semble s'attaquer à un système dont il n'a connaissance qu'à travers ses effets.

⁶ *TTS*. Op. cit., p.72.

⁷ *TTS*., op. Cit. p.72.



L'information dans la société traditionnelle est plus directe en raison de la relative faiblesse de sa population, des limites des distances entre ces populations. En conséquence, il n'y a pas de nécessité d'inventer et d'avoir recours à des instruments sophistiqués. L'aspect fonctionnel de ces instruments et leur effet sont réduits au strict minimum nécessaire par ses populations homogènes. Que déjà dans la société traditionnelle, les rois Koranche (TTS), Ababio (TH), tentent de manipuler l'information et donc ceux à qui elle est destinée est déjà la manifestation d'une société en crise. Dans la société originale mythique d'Armah, tout était à la transparence. Ceux qui étaient chargés de diriger la société étaient des gens dont le sens du bien commun, de la probité, de l'engagement pour les valeurs d'harmonie sociale, de respect mutuel étaient établis. C'est une telle société perdue que les guérisseurs éponymes de TH revendiquent : ne jamais manipuler est l'un de leurs principes fondamentaux. Ils développent un véritable culte de la vérité, de respect de la personne humaine et de sa volonté. Damfo, leur chef, est décrit comme foncièrement opposé à la manipulation. Le narrateur qui a été un patient du guérisseur confesse que "[h]e could not imagine Damfo ever using force or fraud to get anyone to do what he wanted him to do."⁶ La persuasion et la patience sont leurs armes favorites. La communication au sens d'échange, de questions et de réponses, à la façon de la maïeutique socratique qui consiste en questions qui amènent l'interlocuteur à réaliser par lui-même les contradictions de son discours, y est à l'œuvre. Dans une telle société, il n'y a pas de « secret d'Etat », cet autre nom de légitimation et d'officialisation du mensonge et de la fraude d'Etat car l'Etat n'est pas cette abstraction mystérieuse et sans visage qui a des secrets et des intérêts en conflit avec ceux des membres de la société. La société des guérisseurs est donc une société de vérité, de respect du peuple, de responsabilité et de démocratie car il ne saurait exister de démocratie sans communication.

2- Société en crise et communication

Avec la crise de la société précoloniale et coloniale, intervient une société de communication en crise. La difficulté reste de déterminer lequel des deux éléments précède l'autre. Est-ce la crise de la société qui conduit à la crise de la communication ou la crise de la communication qui prépare la voie à une société en crise ? La question nous rappelle la quadrature de déterminer qui de la poule ou de l'œuf est à l'origine de l'autre. Il reste qu'il ne faut pas s'imaginer qu'une société peut entrer en crise sans que ses modes de communications ne

⁶ *The Healers*, AWS, 1978, p. 27 (désormais TH)



soient affectés. Ces modes refléteront cette crise, l'incarneront et la manifesteront. Il ne faut pas non plus s'imaginer qu'une communauté de crise peut cohabiter avec une communication saine et intègre comme si les deux éléments pouvaient avoir des destins parallèles et ne point s'affecter. Comme le langage du fou qui révèle son état psychologique, la communication révèle l'état de santé morale et même politique d'une société.

Dans l'univers traditionnel, il y a encore de la communication entendue comme échange entre les personnes engagées dans le processus de communication. Les héros communiquent avec les membres de leur communauté. Ceci n'est pas toujours sans problèmes mais ici, au moins, ils ne sont pas réduits à communiquer par la médiation de la radio, des livres, de la télévision, etc. comme c'est le cas des personnages des œuvres modernistes. L'on s'y parle, y tente de tromper l'autre comme l'on peut s'y attendre dans toute société. Dans ces œuvres du contexte traditionnel, il y a encore de la communication c'est-à-dire échange entre deux instances engagées dans le procès de communication. La meilleure illustration de la communication idéale est celle qu'incarnent les guides de *TTS* : il faut, en toute responsabilité, dire la vérité au peuple et lui laisser la liberté et la responsabilité de décider pour lui-même. Tel est aussi l'idéal des guérisseurs et des compagnons de l'ankh d'*Osiris Rising*. On remarquera que plus l'on avance dans l'histoire de cette fiction, plus l'on a de contacts avec le monde étranger, plus la communication se dénature et la population a du mal à suivre ses leaders tant politiques que ses informateurs habituels. Les 'experts' de *TTS* servent d'informateurs sur la nature de l'adversité à venir : l'homme blanc. Si les gens se laissent surprendre par la rapacité et la brutalité de l'ennemi, par la collaboration de certains esprits tordus, « ostentatious cripples » avec cet ennemi, ce n'est pas faute d'avoir été prévenus. C'est la générosité stupide de la population, sa naïveté coupable qui l'amènent à subir l'ennemi.

Que retenir de cette société traditionnelle par rapport aux sociétés de medias d'aujourd'hui? Les sociétés des medias sont des sociétés où les individus sont dans une attitude de quasi passivité devant les medias qui ne peuvent que les manipuler. Cette critique des medias a été l'une des thèses de l'école de Francfort. L'image la plus visible, c'est celle du cinéma et de la télévision devant lesquels l'on se met et vers lesquels toute l'attention et les regards sont tournés dans un silence total en vue de recevoir ce que ces medias ont à *communiquer* : on ne communique plus, on communique quelque chose à quelqu'un. Tel est le nouveau sens qu'a pris le verbe de communiquer. Avec ce nouveau sens, communiquer



signifie recevoir des informations d'une source qui n'attend pas de retour. C'est la communication à sens unique à supposer que cela veuille dire quelque chose selon le sens étymologique du terme. On aboutit à une société de spectateurs passifs, une culture de spectateurs en violation des principes de la société traditionnelle de participation. Et pourtant, comme on l'a vu plus tôt, à l'origine la communication devait reconstruire les liens sociaux, garantir une meilleure compréhension entre les hommes.

Si originellement et étymologiquement la communication est définie comme un « dialogue à armes égales entre des interlocuteurs qui mettent en commun ... ce qu' [ils] ont en commun à se dire, à échanger, à discuter, pour préciser leurs points d'accord ou de désaccord » et suppose « une alternance dans l'échange et une distribution égalitaire des messages (verbaux ou non) que ces personnes s'adressent au cours de leur interlocution »¹⁰, l'on est en droit de se demander s'il ne faut pas trouver un autre mot pour ce qui est donné à voir dans la société des medias et qu'on appelle pourtant communication. Cette communication authentique qui exige un climat minimum d'honnêteté intellectuelle est aux antipodes de la nouvelle définition. La communication est réduite aujourd'hui à un ensemble d'opérations publicitaires ou de relation publiques, produit des industries culturelles conçues avec toutes les techniques de manipulation des consciences que les sciences humaines ont contribué à développer et à mettre au service du marketing pour disposer les humains à acheter et consommer sans trop réfléchir.

Cela pose le problème théorique important du recours qu'a l'individu face à un système trop puissant quand ses droits sont bafoués comme avec la diffamation. Les journalistes, en définitive, tiennent les individus à leur merci : ils choisissent la réalité qui est, selon l'un de leur principe, « ce qu'on arrive à faire croire »¹¹, font de n'importe quoi un événement et s'ils insultent ou calomnient, il faut prendre son mal en patience et attendre des mois ou des années pour que la justice analyse votre plainte et les déclare, dans le meilleur des cas, coupables et leur inflige une amende d'un franc symbolique. Dans tous les cas, l'on ne peut leur répondre sur le champ. Le discours des medias est à priori incontesté. Ainsi, un seul a la possibilité d'imposer à tous son discours et son point de vue sans possibilité d'être contredit immédiatement. La seule issue qui vous reste, c'est d'éteindre votre téléviseur ou votre radio mais les autres auditeurs ou spectateurs ne le feront pas. Cela pose même un problème de

¹⁰ François Brune, *De l'idéologie aujourd'hui*, Paragon/VS, 2005, p.48

¹¹ François, Brune, op. Cit. p.30.



démocratie. Avec la société ancienne, l'on peut encore opposer le discours au discours mensonger et ainsi permettre au vrai et au convaincant de confondre le faux comme le fait Isanusi face à Otumfur. La promesse des medias s'est donc en définitive muée en son contraire et la société moderne que nous dépeint l'œuvre du contexte postcolonial d'Armah en est une parfaite illustration.

II- Medias et domination néocoloniale

1-Instrumentalisation des medias

Le développement des moyens de communication ne coïncident pas toujours avec une meilleure communication, un meilleur rapprochement entre les membres de la société. C'est le paradoxe de cet univers des medias. Plus il est facile d'entrer en contact avec l'autre où qu'il soit et quand on veut, plus l'on réalise les limites de la communication. Il ne suffit pas de déployer des moyens qui facilitent la communication pour améliorer le contenu de l'échange. Au lieu que les performances techniques rapprochent en rendant plus visibles les différents points de vue, elles rendent visible ce qui les distingue.

Le rôle des medias locaux et internationaux dans l'œuvre fictionnelle est loin d'être positif. Dans toutes les œuvres qui ont pour cadre l'Afrique détribalisée des zones urbaines, ces medias se font complices d'un ordre injuste au service duquel ils se mettent et qu'ils justifient. Le premier aspect de cette figure de la communication dans les œuvres modernes et postmodernes, c'est le remplacement des anciens modes de communication par de nouveaux canaux. Ainsi les annonceurs officiels et autres crieurs publics de la cour qui parcourent les ruelles des villages pour informer les villageois, les petits et grands tambours, les gongs de fer, ont fait place à des professionnels, des spécialistes de la communication qui, en raison de la division des tâches, n'ont que cela comme activité professionnelle. Ils vivent de cette profession, l'apprennent dans des institutions supérieures de formation et y consacrent toute leur vie. Ce n'est pas une tâche quelconque à laquelle on s'adonne quand on n'est pas au champ. Baako le héros de la deuxième œuvre (*Fragments*) d'A.K.Armah est allé aux USA et y a séjourné pendant près de 5 ans et en revient avec un diplôme sanctionnant ses études dans l'écriture de scripts pour films de télévision ou de cinéma. Il entend mettre son savoir au service de son pays. Les tambours nouveaux, ce sont la télévision, la radio, le cinéma, les journaux écrits, les maisons d'éditions et les œuvres artistiques comme les poèmes, les romans, ...Et comme trait de cette littérature des temps nouveaux, on y voit cohabiter des



modes de communications artistiques variés, et souvent divergents. Ainsi cohabitent poésie, théâtre, chansons, danses, prières dans ces œuvres.

On remarquera que la communication entre les membres de la communauté est quasiment inexistante. Les hommes sont réduits à entretenir entre eux des rapports d'agressivité, jamais de communion ou de solidarité en vue d'agir pour le bien commun. Les héros incompris des œuvres modernes comme l'homme, le maître, Baako, Modin, Solo n'ont plus qu'à se résigner à des instruments de médiation comme l'écriture, la radio, les livres, etc. Le personnage nommé l'homme comme le maître dans *l'Age d'or n'est pas pour demain* n'ont pour compagnon que leur poste de radio. Baako dans *Fragments* se résout à écrire des textes à sa propre intention. Cela ne peut que surprendre sa mère. Par quelque ironie tragique, lui, le communicateur, est condamné à se parler à lui-même ou à se taire : « the communicator doomed to silence », le sauveur incompris du peuple qu'il veut sauver. Malheureusement pour ces personnages de *l'Age d'or*, ces instruments auxquels ils s'accrochent ne saurait être une solution : ces medias sont dans le meilleur des cas des boites à sons et des caisses de propagande pour les dirigeants politiques. A longueur de journée, on n'y joue que de la musique quand l'on ne se contente pas de donner des informations sportives et de chanter les louanges du potentat local. Ceci reflète tout le fatalisme et le désespoir de la société ghanéenne moderne.

Asante – Smith, le directeur de Ghanavision, a une mission claire pour les medias de son pays : célébrer les dirigeants qui auraient libéré le pays des mains des colonisateurs. Les pellicules sont pour les événements suivants : Founder's Day, Liberation Day, ... qui ne sont que prétexte pour glorifier les dignitaires du régime, de faire des photos du chef de l'Etat et des membres du gouvernement. Quand aux medias d'*Osiris Rising*, ils sont là pour justifier les assassinats des opposants au régime sous le fallacieux prétexte qu'ils mènent des entreprises subversives. Ainsi, c'est la télévision qui annonce que des agents subversifs ont essayé de faire un coup d'Etat. Asar est lâchement assassiné par la brigade de la sécurité présidentielle après que la télé ait préparé les consciences à ce crime en l'accusant de menées subversives encore que ces coups seraient parfaitement justifiés.

Mais ces medias sont surtout les instruments du nouvel ordre mondial de domination de l'occident. Ils servent de justification au mépris, au racisme et surtout au nouvel ordre néocolonialiste dont les pays du tiers-monde et particulièrement l'Afrique sont victimes. Ainsi



dans *Why Are So Blest ?*¹², les journaux justifient la supériorité du monde occidental par une sorte de supériorité congénitale issue de quelque élection divine des peuples du centre. L'éditorialiste du *Sunday Times* nous livre la source de la prospérité de l'Amérique et donc de l'occident : ce peuple est le monde élu des dieux, Olympe, quand les autres peuples de la périphérie sont Tartares condamnés à une misère et une souffrance éternelles et donc sans espoir d'être éradiquées. Modin tente de rappeler à son interlocuteur que c'est à leurs crimes contre les autres peuples, les vols des richesses et du travail de ces peuples qu'ils méprisent tant que les pays occidentaux et notamment les USA doivent leur richesse et leur puissance et non à quelque principe métaphysique. Les Indiens et les Noirs d'Afrique ont été sacrifiés à l'autel de la richesse matérielle de cet Olympe. Voici à quoi servent les journaux : convaincre du caractère naturel du sous-développement des pays du tiers monde et du développement de l'occident. Convaincu par une telle idéologie véhiculée par les médias, l'on ne peut qu'annihiler en soi toute volonté de se mettre au travail en vue de changer l'ordre du monde.

2- Médias comme instrument d'aliénation culturelle

Les médias apparaissent dans l'œuvre romanesque comme une arme efficace aux mains des puissances impérialistes pour poursuivre leur entreprise de néocolonisation quand la colonisation a dû être interrompue par quelque contingence de l'histoire. Dans sa volonté d'imposer un nouvel ordre mondial unifié qui nie les différences, surtout celles des peuples non-occidentaux, les médias sont aujourd'hui l'instrument privilégié de l'empire du centre. Ce sont les médias qui uniformisent la pensée et les valeurs, les croyances et les pratiques qu'elles soient d'ordre économique ou politique. Le nouvel ordre mondial n'est rien d'autre que l'ordre du monde dominateur. Ainsi dans *WAWSB ?*, la fête américaine de Thanksgiving comme nous venons de le voir, donne l'occasion à la presse écrite de célébrer la culture occidentale, de justifier sa domination des autres peuples non occidentaux, de célébrer même leurs crimes contre ces peuples. Le titre de l'œuvre *WAWSB ?* n'est rien d'autre que le titre d'un article autocélébrateur de la culture occidentale. Le personnage Naita dans la même œuvre résume le contenu des magazines comme de la propagande. Ces magazines qui parlent de projets de développement en Afrique et autres pays du tiers-monde ne véhiculent qu'une seule image : celle des peuples noirs pris en charge par les blancs qui parcourent les pays comme le Congo, la Jamaïque où ils se font photographier pour prouver au monde leur sens

¹² *Why Are We So Blest?* London, Heinemann, 1972, p. 97. (désormais *WAWSB?*)



de responsabilité à prendre en charge l'Afrique. On comprend que le jeune héros Modin soit si mal à l'aise avec le contenu de ces magazines.

Toutes les bourses accordées aux étudiants des pays du tiers-monde ne sont pour cette Africaine-américaine qu'un piège. Elle considère que ces riches qui se font passer pour des âmes généreuses ne sont que des escrocs. « So the crooks are out to take you over in a big way? »¹³ interroge t-elle. Malgré toutes ses mises en garde, Modin sera leur victime et ne le comprendra que trop tard. Le *Sunday Times* que Mike le fasciste apporte au réfectoire, comme les autres magazines, parlent, pour ce qui concerne les pays du tiers monde, de catastrophes qui frappent ces pays : les inondations en Thaïlande, les grèves des miniers au Chili, la guerre au Vietnam, le changement de régime au Laos. C'est à cela que l'on veut réduire le tiers monde dans les consciences. Aucune catastrophe n'est passée sous silence quand d'autres événements qui pourraient susciter espoir et dignité sont systématiquement tus. Pour Mike, cette actualité du tiers monde est monotone, un « *dull entertainment* »¹⁴ c'est-à-dire une distraction bien ennuyeuse. Comme ses autres compatriotes Américains, Mike veut des calamités moins ennuyeuses pour ces pays maudits, plus de variété dans l'occurrence des catastrophes. Il fait partie de ces privilégiés pour qui l'actualité est une distraction : il faut trouver le moyen de la rendre plus agréable c'est-à-dire de rendre les catastrophes agréables. Aussi paradoxal que cela apparaît, Mike ne s'indigne pas de ces catastrophes mais de leur caractère ennuyeux. Il aurait souhaité du nouveau dans le type de catastrophes qui frappent l'Afrique. Ce qui de toute évidence enchante Mike dans le *Sunday Times* n'est pas du goût de Modin l'Africain. Le journal dépeint les USA en termes élogieux: race et pays élus, perfection, grâce, civilisation, abondance, excellence spirituelle, pureté, Eden chrétien, etc. Les lecteurs sont invités à avoir ce regard négatif sur les pays du tiers monde et leurs habitants à se percevoir comme les oubliés des dieux.

Ainsi les medias, le *Sunday Times* particulièrement, véhiculent cette image idéologique d'une Amérique innocente, bénie, pure et élue des dieux. En conséquence, les autres peuples sont déchus, impurs, maudits, sans civilisation. Modin peut reprocher au journaliste son ton d'autosatisfaction : « He is terribly smug about America. »¹⁵ Mais Mike le fasciste le trouve juste et honnête. Modin lui rappelle les massacres et tentative d'extermination des Indiens d'Amérique ainsi que l'esclavage et la traite négrière contre une partie de la population de ce

¹³ WAWSB ?, op cit., p.109.

¹⁴ WAWSB ?, op cit., p.97.

¹⁵ WAWSB?, op cit, p.99.



pays. Voici comment la presse arrive à innocenter des criminels, à célébrer le vol, le viol, l'exploitation ... L'article est idéologique, pure mystification et cela est l'un des rôles des medias.

Dans *Fragments*, au lieu de se préoccuper des problèmes sérieux du pays, de chercher les vraies causes du désordre social, un éditorialiste s'en prend à deux hommes dont l'arrestation, pour lui justifiée, est motivée par le fait que les images et les mots qui apparaissent sur leurs T-shirts sont de nature séditeuse et perturbatrice de l'ordre et de la paix publics : « Too bold, an editorial the following day had called the T-shirts and the words on them. What purpose, demanded the editor, could such images and words have, save to trouble the peaceful minds of hardworking citizens with a view to subverting the nation as a whole? »¹⁹

Ici comme ailleurs dans *TBO*, les supports de la communication sont les minibus et les cars de transport public sur lesquels sont placardés des dessins et des slogans empreints de la philosophie populaire. Dans *TBO*, c'est l'inscription qui est sur le minicar de transport qui donne son titre à l'œuvre quand dans *Fragments*, l'on a des sigles comme SMOG c'est-à-dire Save Me Oh God et la maxime Obra ye ko pour signifier que la vie est une bataille. De tout ce que nous venons de dire, nous pouvons conclure à une trahison par les medias de l'idéal originel d'échange et de liberté et l'asservissement de ceux-ci par les politiques et les industriels. Ils ont réussi à en faire des instruments d'aveuglement. Comme la langue d'Esopé, cet outil n'est qu'un instrument et peut servir, quand il est contrôlé, administré, dirigé, des idéaux divers comme l'asservissement et même la mort.

3- La publicité, nouveau visage de l'aliénation

Le traitement qu'Armah fait de la publicité la révèle comme le nouvel instrument d'aliénation des consciences. C'est le nouveau visage de l'idéologie colonisatrice après la phase active de la période d'avant les indépendances. La publicité est importante pour le nouvel ordre mondial qui aspire à l'universalité. Mais cette universalité ne consiste pas en une intégration harmonieuse des cultures et des modes de vie mais en la dévalorisation et destruction systématiques des différences et des apports originaux des peuples non occidentaux.

Les multinationales envahissent les pays africains avec les produits de consommation et les affiches publicitaires qui les vantent. Partout les grandes artères des villes comme Accra dans *Fragments* ainsi que d'autres supports comme les calendriers servent à inculquer des

¹⁹ *Fragments*, London, Heinemann, 1974, op. cit., p.24.



nouveaux goûts et désirs à des populations dont le mimétisme consommatoire est aiguisé à dessein. Elle investit tout l'espace domestique avec les calendriers dans les maisons et l'espace public comme l'aéroport et les rues avec les affiches publicitaires. Ainsi, à l'aéroport, les hôtesses de la compagnie arborant l'enseigne Air Afrique n'ont rien d'africain : une blonde et une noire affublée d'une perruque. C'est cela le nouvel ordre universaliste. Pour les Africaines qui n'ont pas la bénédiction d'avoir la même chevelure que les descendants d'Albion, une solution a été trouvée : des perruques.

Le nouvel ordre, c'est aussi, pour ces Noirs d'Afrique, la nécessité d'acheter, en tout cas pour ceux qui en ont les moyens, tout ce dont ils ont besoin en Occident. Brempong qui est du bureau de la productivité est fier et particulièrement heureux d'acheter voiture, congélateur, briquets et autres gadgets en Occident. Chaque voyage dans cet empire de la production est occasion de rapporter ces choses qu'il ne peut avoir au pays, que la majorité de ses compatriotes ne peut rêver d'avoir. Il est métonymiquement réduit à son costume de laine et sa femme à sa perruque. L'aéroport d'Accra accueille ses visiteurs avec la publicité de produits des multinationales à l'image des cigarettes State express 555. Pour les Africains que la nature a maudit en leur donnant une peau noire, les disqualifiant à l'humanité universaliste qui consiste à avoir la peau blanche, une pommade éclaircissante a été fabriquée. La publicité de cette pommade dont le slogan est « Ambi-extra skin-lightning » veut réconcilier l'homme à la peau noir avec le nouvel homme mondial qui doit avoir la peau claire à défaut de l'avoir blanche. Sur la photo publicitaire, un groupe d'Africains à la peau très foncée se tient malheureux et en admiration devant le spectacle d'autres Africains à la peau d'un jaune forcé, résultat de cette tentative de blanchissement de sa peau. "The calendar itself was a small thing suspended from a very large color picture advertising something called AMBI EXTRA skin – lightening cream. In the center foreground stood a couple of Africans with successfully bleached skins looking a forced yellow-brown. Around them several darker Africans stood in various poses, all open-mouthed with admiration of the bleached pair."²⁰ Même Efua, la mère du héros, qui est d'un âge qui devrait lui inspirer plus de sagesse et de retenue sur ces pratiques de blanchissement de peau, est en admiration devant ce spectacle publicitaire fantastique. Si aucun espace n'échappe à la publicité, avec ce dernier exemple, l'on réalise qu'aucune catégorie de la population ne lui échappe : les personnes âgées comme Efua sont

²⁰ *Fragments*, op cit., p.87.



ses disciples, les enfants, les femmes avec les perruques et les produits de beauté, les hommes avec les cigarettes et la boisson.

On court ainsi le risque d'être regardé comme un sous homme ou un paria si l'on refuse de se conformer à cette uniformisation de la consommation. La seule façon de vivre et de façon authentique, c'est d'être de son temps', de 'suivre son temps'. Baako est regardé comme un homme peu ordinaire par Brempong, Fifi William et par ses parents simplement parce qu'il ne pense pas comme tout le monde, n'a pas les mêmes désirs et rêves que l'ensemble de ses compatriotes.

Ce n'est certainement pas une vie d'ascète que nous revendiquons mais il se trouve que quand l'on utilise diverses stratégies psychologiques pour conditionner l'homme à avoir des désirs sans lui fournir les moyens de les satisfaire, il ne faut point s'étonner que la morale s'effondre et que la violence s'installe en des proportions insoupçonnées. C'est le paradoxe de cette société de la publicité qui aiguise les appétits et prédispose à la consommation mais exclut une bonne partie de la population de ces biens de consommation. Ceci suscite des frustrations et rancœurs de la part de ceux qui en sont privés. D'ailleurs, souvent de votre capacité à consommer, de votre pouvoir d'achat dépend votre degré d'humanité, « a man's value could be as high as the cost of the things he could buy »²¹ Plus l'on consomme, plus l'on est humain comme le révèle ce discours inavoué :

Je consomme, donc je suis. Je consomme davantage que les autres, donc je suis « plus » qu'eux. Tu ne possèdes pas, donc tu n'existes pas. Moi, je possède et je consomme, donc j'existe plus que toi. Il faut que tu consommes comme moi, mais moins que moi, pour que je me sente fort d'un bonheur supérieur au tien. Vive les démunis, donc le spectacle me prouve bien que je suis un nanti. Je me sens d'autant plus exister dans l'acte de consommer que j'écrase par mes moyens d'existence ceux qui n'ont pas les mêmes moyens que moi.²²

La rhétorique publicitaire a la faculté d'occulter la dimension politique qui est liée à la consommation. Le produit n'est pas simple matière : c'est une réalité économique, sociale qui a aussi une dimension culturelle. Encourager un peuple à consommer du fromage au lieu de ses bananes braisées locales n'a rien d'innocent. C'est un acte hautement politique, économique et social. Or, la publicité invite à consommer sans chercher à produire, sans comprendre le processus de production ni les vraies conséquences de ce choix. C'est cet aspect de la consommation que la vieille Nana fustige quand elle se plaint de cette fâcheuse

²¹ TBO., p.115.

²² François Brune, op cit., p.88.



tendance à consommer ce que l'on n'a pas pris la peine de produire, «... the great haste to consume things we have taken no trouble to produce. »²³ Comment est produit cet article ? De quoi est-il fait ? Quelles conséquences sociale et médicale à court et long terme y a-t-il à le consommer ? Voici autant de questions que l'on devrait se poser avant de se lancer dans l'orgie consummatrice de la société actuelle mais que la publicité ne peut accepter sans risque de perdre tout son effet.

4- Edition et littérature

L'art entendu comme création romanesque ou poétique est devenu une foire où sont sacrifiés les talents artistiques les plus prometteurs du pays. Ils sont devenus des marchandises pour Akossua qui entend se faire de l'argent sur le dos des vrais créateurs du pays. Les meilleurs défenseurs de cet art des littérateurs, ses mécènes les plus généreux, ce sont les ambassades des pays occidentaux précédemment colonisateurs. Il ne faut donc pas s'attendre à voir émerger un art original et au service des intérêts du pays africain, intérêts qui ne coïncident pas avec ceux des pays prédateurs des richesses des pays de la périphérie.

Le dilemme des artistes c'est que, n'ayant pas les moyens de se faire publier à compte d'auteur, ils sont à la merci du pouvoir de l'argent et doivent donc sacrifier leur art et son contenu politique aux goûts et intérêts d'un monde dont la volonté de domination est évidente et se vit au quotidien. Le seul artiste dans *Fragments*, c'est Ocran qui crée seul et n'a besoin de l'aide de personne. Baako sera confronté à l'incompréhension de ses supérieurs hiérarchiques, de sa communauté et de sa famille. Son art n'intéresse pas grand monde car presque tous trouvent qu'ils a des préoccupations assez singulières, abstraites même et donc sans rapport avec le vécu politique et culturel quotidiens. Ces pratiques consistent pour les médias d'Etat à célébrer la liberté que l'on présente comme l'œuvre de l'élite dirigeante actuelle. Cela revient à la célébrer elle-même. Mais Baako, lui, voit l'esclavage là où les autres voient et célèbrent de la liberté. Il ne pourra pas réaliser son rêve de faire des films destinés à l'éducation des masses et ainsi participer à l'émancipation de son peuple, la vraie émancipation.

Dans *Osiris Rising*, la politique éditoriale d'*Occident* impose à l'auteur de créer à satisfaire les attentes des lecteurs blancs, à les conforter dans leurs préjugés racistes et simplistes. De cette façon, il tourne le dos aux problèmes réels de sa communauté. C'est

²³ *Fragments*, op cit., p.199



l'impasse à laquelle conduit cet art devenu marchandise. Il vend son âme et celle de son peuple, ses idéaux originaux, au dieu argent. Au lieu de célébrer la liberté, il célèbre la perpétuation de l'esclavage de son peuple. Le parcours artistique d'Ayi Kwei Armah nous montre bien qu'il a compris la logique des maisons d'édition. Quand il se contentait de célébrer le nihilisme de la vie du colonisé et le désespoir ambiant dans l'Afrique des indépendances à travers ses premières œuvres dans des maisons d'édition comme Heinemann, il fut célébré et porté au faite de la grandeur artistique. Mais quand il changea de cap et se mit à écrire des œuvres plus militantes et moins désespérantes, l'on se mit à douter de sa capacité à écrire un roman après ces premières œuvres.²⁴ Depuis *Osiris Rising*, Armah a décidé de ne plus se compromettre avec ces maisons étrangères qui imposent à l'écrivain son discours. Cette audace et ce revirement idéologique lui ont valu, selon notre lecture, ce black out, ce silence qui est l'équivalent d'une tentative d'assassinat ou d'assignation au silence pour discours artistiquement et politiquement incorrects. Ainsi l'on peut passer du statut de brillant écrivain à celui d'artiste dont le statut de romancier est carrément mis en doute. Pour éviter toutes ces manipulations, depuis *Osiris Rising*, Armah a décidé, avec des amis, de créer une maison d'édition, Per ankh, qui lui laisse, on s'en doute, la liberté de ses choix idéologiques. Le personnage écrivain dans la fiction ne suit pas son chemin et a d'autres allégeances.

L'auteur de « *Journey to the Source* » se fait l'agent du dénigrement et de l'auto-dénégation des valeurs de sa race. Il se nie et nie l'histoire de son peuple pour faire plaisir à un éditeur et un lectorat repus de ses crimes et qui n'est pas d'humeur à se faire rappeler des choses qui pourraient lui donner mauvaise conscience. D'ailleurs, ces idées trouble-fêtes pourraient servir des motifs de rébellion à quelques esprits encore insatisfaits de l'ordre du monde. En falsifiant son récit original qui était l'histoire pathétique d'une esclave qui tenta par six fois de s'évader pour rejoindre son Afrique natale et finit à la septième tentative par se faire arracher les yeux par ses cruels maîtres, l'auteur satisfait aux injonctions de son éditeur au nom lourd de menace d'Occident : « The editor at Occident found the project promising. He would fund it and publish the resulting book if the author made certain changes in the outline. He offered detailed suggestions based on a realistic appraisal of the magazine's readership. The key to a successful launch would be accurate knowledge of audience

²⁴ voir R. Fraser, *The Novels of Ayi Kwei Armah*, London, Heinemann, 1980, p.77; Bernth Lindfors, "Armah's Histories", *Critical Perspectives on Ayi Kwei Armah*, Three Continents Press, 1992.



sensibilities, preferences and aversions. ... The author accepted these premises.»²⁵ Mais l'écrivain se fait surtout complice de l'idéologie qui perpétue la mentalité de dominé de son peuple pour des motifs mercantilistes et pécuniaires. L'éditeur remarque que la vérité historique ne peut qu'émousser l'effet littéraire. « *The editor at Occident* » nous dit le narrateur « pointed out that historical truth, followed too faithfully, could blunt literary effect. » Il faut donc faire des arrangements de nature à créer une fiction plaisante aux lecteurs, ce que notre écrivain mercantiliste accepte aussitôt. La question "[d]id it upset you to have to make so many sacrifices to get the book out?"²⁶ que pose Ast est une critique de cet art de compromission.

Ainsi, en divers domaines, les medias nous apparaissent non comme une promesse et un espoir mais comme un véritable mal. C'est pourquoi, il est raisonnable de se demander s'il y a des raisons d'espérer quelque chose des medias.

III- Medias comme une chance pour l'Afrique

Si le développement prodigieux des medias est une marque de la société moderne et se confond à elle, que deviendrait une société qui serait hésitante à se libérer des limites de toutes sociétés traditionnelles ? D'où l'engouement pour la communication qui fait corps avec la modernité. A ces medias sont liées les valeurs fortes de notre contemporanéité : libertés, droit à l'information, à la connaissance, ouverture des frontières tant géographiques, culturelles que mentales. A cela, il faut ajouter le confort et le savoir que procurent les medias dont les avancées technologiques simplifient la vie. C'est pourquoi il ne parait pas judicieux de préconiser de jeter le bébé avec l'eau du bain.

1- Médiation pour « la voie »

L'Afrique, même traditionnelle, comme toute communauté humaine, n'est pas étrangère aux instruments de communication. Elle est donc préparée à accepter cette médiation si quelques adaptations sont faites pour être en accord avec sa vision du monde, « la voie. » D'ailleurs les medias modernes comme la télévision, la radio, le cinéma nous réconcilient avec la tradition de l'oralité par rapport à l'omniprésence de l'écriture dans tous les rapports de communication de la société de tradition de l'écriture. En dépit donc de ces aspects négatifs des medias qui

²⁵ *Osiris Rising*, Popenguine, Per Ankh, 1995, p.3-4

²⁶ *Osiris Rising*, op cit., p15



ont été dépeints, qui participent à la crise généralisée de la société africaine, l'écrivain ghanéen nous laisse des signaux qui permettent d'entrevoir ces medias comme une chance pour l'Afrique nouvelle. La longue tradition d'oralité et de communication verbale bien établie ici y a déjà préparé les populations. Ces médias seront donc facilement acceptés par des populations majoritairement non initiées au décodage des signes linguistiques qu'impliquent l'écriture et la lecture de l'école classique de type occidental qui domine le monde actuel.

Ce qui en définitive est à déplorer dans ces medias de la parole et de l'image, ce n'est pas l'instrument de médiation. Ce sont les images présentées et la parole qui y est dite qui sont généralement contraires aux intérêts des peuples africains. Il suffirait, par exemple, de parler la franca lingua que les Africains auront choisi de se donner, de montrer des images qui reflètent les intérêts, problèmes et valeurs du monde noir pour que ces medias nous parlent en parlant de nous. Cela impose de maîtriser la science de ces nouveaux modes de communication. C'est là tout le sens du séjour étudiant de Baako aux USA, voyage aux accents de séjour initiatique et prométhéen pour acquérir les armes de la libération de son peuple. L'art du cinéma, de l'écriture des scripts pour films au message éminemment politique apparaît à notre héros comme le moyen le plus efficace de sauver son peuple. Ce personnage se méfie des mots. Il fustige cet art écrit en langue étrangère qui s'adresse à une minorité instruite et exclut la majorité du peuple analphabète. Parce que les images parlent à chacun et à tous ceux qui ont des yeux, des oreilles et un minimum d'intelligence, elles apparaissent comme la solution idéale à l'exclusion et la mystification des autres medias de communication basés sur l'écriture.

Baako revient de son séjour initiatique avec la foi d'un missionnaire désireux de communiquer sa vision à son peuple. Sa mission vise à l'unité sociale, à l'éducation des masses pour qu'elles prennent conscience de la condition d'esclavage dans laquelle les maintient le néocolonialisme, à les libérer de l'aveuglement idéologique dans lequel elles sont savamment maintenues par les nouveaux dirigeants pour perpétuer leur pouvoir néocolonial.

Les armes de cette éducation et de la prise de conscience subséquente, c'est l'information avec ses instruments que sont la télévision, la radio et les films. Ce sont là les armes de la communication avec les masses. Le choix de ce medium ne s'est pas opéré sans réflexion. Baako était logiquement destiné à devenir écrivain. Mais il décida de se former à l'art éminemment politique de l'écriture de scenarii car la première forme d'art lui apparut



inappropriée par rapport à son combat de délivrance non d'une élite mais de tout le peuple. Il exprime ici le paradoxe de l'écriture en Afrique où les écrivains écrivent au nom et pour les masses qui ne peuvent les lire à cause de l'analphabétisme. Même ceux qui sont instruits se refusent à le faire. Ils écrivent dans des langues que la majorité de leurs concitoyens ne lisent pas. Baako veut échapper à ce paradoxe et le résoudre par les images qui sont accessibles à tous. Avantage supplémentaire, il n'y a pas obligation d'utiliser une langue étrangère incompréhensible. Les images, contrairement aux mots anglais, parlent à tous et leur sont accessibles : « Films get to everyone, » ... « In many ways, I've thought the chance of doing film scripts for an illiterate audience would be superior to writing, just as an artistic opportunity. It would be a matter of images, not words. Nothing necessarily foreign in images, not like English words.»²⁷ Ainsi, ce n'est pas l'aspect fonctionnel des médias qui est le problème mais plutôt le contrôle de ces moyens de communication par des groupes humains dont les idéaux ne coïncident pas du tout avec les promesses humanistes originelles du développement prodigieux des instruments de l'information et de la communication.

2- Instrument au service de la conscience nationale

La société africaine moderne qu'il s'agit de construire hérite d'une tradition de communication orale. Dans sa volonté de construire une conscience nationale, l'écrivain se heurte à la difficulté de divulguer par écrit des expériences humaines exprimées originellement sur le mode de l'oralité. Contre ce handicap, les médias de l'oralité comme la radio, la télé et le cinéma apparaissent comme une solution. Toutes les tentatives pour indigéniser les langues des anciennes puissances coloniales comme l'ont tenté des écrivains postcoloniaux comme Ahmadou Kourouma en Afrique francophone, Gabriel Okara, Chinua Achebe en Afrique anglophone, ne sont que des armes de vaincus, des béquilles à défaut d'un médium totalement africain. Contre ces limites, les nouveaux médias de l'électronique sont une nouvelle opportunité à saisir.

Par ailleurs, la notion de nation en Afrique n'est pas sans poser quelques problèmes car la question de la conscience nationale ne se réduit qu'à cela. Dans ces pays qui surgissent d'un monde tribalisé, clanique, comment construire une conscience nationale dans des états multiethniques, multiculturels et fortement hétérogènes. L'on comprend la perplexité d'Achebe devant la difficulté à définir ce qu'est la communauté pour l'écrivain moderne.

²⁷ *Fragments*, op cit., p.81



« [W]ho is my community? » s'interroge l'écrivain nigérian Chinua Achebe avant de poursuivre: « ... In the very different, wide – open, multi cultural and highly volatile society known as modern Nigeria, for example, can a writer even begin to know who his community is let alone devise strategies for relating to it? »²⁸

Les medias peuvent servir pour la pédagogie d'une conscience nationale. Que ce soit pour l'adoption d'une langue africaine nationale, ces medias joueront un rôle pédagogique de premier plan. Que ce soit pour inculquer la notion de nation à des populations à la mentalité tribale ou clanique, ces medias seront à l'avant-garde de cet exercice de pédagogie de masses. Par leur capacité à s'adresser aux citoyens à la fois comme individus et comme collectivités, les medias comme la radio, la télévision, ... les disposent à se sentir citoyens les uns des autres, membres d'une même communauté sociale et nationale. Par cette même capacité à intégrer l'espace privé à l'espace public, ils sont éminemment politiques et consacrent l'appartenance de chaque auditeur et téléspectateur à la cité. Quoi de plus normale que le politique cherche à les contrôler: il est conscient de ce pouvoir qu'ils ont de créer des liens sociaux qu'il voudrait maîtriser. Il s'agira donc de les débarrasser de leurs tares que leur ont assignées les idéologies impérialistes. La dualité structurelle des medias à savoir la norme et la fonction nous offre un choix. Il ne faut pas nier que toute communication, comme d'autres pratiques sociales, implique des rapports de domination mais pas d'aliénation irréversible. L'on ne saurait donc préconiser de s'en passer au nom de quelque frilosité d'authenticité ghettoïque car les produits de l'intelligence et du génie humain ne sont l'apanage d'aucune race ou culture particulière. Il faut donc se faire maître de cet outil des medias, s'appropriation son fonctionnement et le domestiquer à son tour dans son propre intérêt. Il appartient aux Africains de politiser à leur intérêt les fruits de la technique.

Pour ce qui est des limites de ces medias à savoir la passivité dans laquelle elle installe les hommes et l'impossibilité de répondre que nous évoquions, il reste qu'il n'est pas toujours évident que répondre immédiatement soit toujours le signe d'une meilleure communication. Il semble qu'une certaine durée entre le moment de la réception et celui de la réponse permet d'échapper aux limites de l'émotion. Cette interactivité différée est préférable à l'interactivité immédiate car elle permet aux locuteurs de mobiliser leurs intelligences, de filtrer ce qu'il

²⁸ «The Writer and His Community» *Hopes and Impediments: Selected Essays 1965 – 1987*, Oxford - Ibadan, Heinemann, 1988, p.40



reçoit, de le nuancer et de le relativiser.²⁹ Combien de conflits seraient évités avec cette interactivité différée !

Quant aux autres formes comme la presse écrite et la littérature, ils ne sont pas en reste. C'est en substance ce que nous dit Benedict Anderson pour qui "the novel as a literary form, like the newspaper, was one of the conductors of, and remains part of, the essential chorus for the rise of nations and nationalism."³⁰ Pour C. Wright Mills, la littérature, l'édition et les journaux font partie de ce qu'il appelle les appareils culturels, "the cultural apparatus"³¹ qui font la nation. Un document de l'Unesco en 1980 pose que le combat à mener n'est pas contre les médias mais leur contrôle par des puissances étrangères et montre qu'une maîtrise et un contrôle de ceux-ci est une condition pour l'existence de nations viables. « There can be no genuine, effective independence without the communication resources needed to safeguard it. The argument has been made that a nation whose mass media are under foreign domination cannot claim to be a nation."³² On sait le rôle joué par la littérature pour la conscience d'une identité nationale africaine en rupture avec les valeurs de la métropole colonisatrice. Ainsi l'on a pu parler d'une littérature nigériane, ghanéenne bien avant la constitution politique de ces entités comme nations par les images, l'histoire sociale et politique véhiculées par cet appareil culturel. On connaît aussi le rôle joué par la presse dans le combat nationaliste avec des journaux à l'avant-garde du combat. C'est par cette presse et autour de ces journaux que l'élite nationaliste assurait son unité. Le caractère politique de cette presse n'échappe à personne avec cette volonté de l'autorité coloniale de la contrôler. Des journaux comme le Lagos Weekly Record créé en 1890, the Sierra Leone Weekly News en 1884, le Gold Coast Independent en 1865 ont marqué les consciences et ont été des éléments déterminants dans la naissance et le développement du nationalisme surtout dans les colonies britanniques. C'est d'abord ces journaux qui se faisaient l'écho des griefs des colonisés, posaient leurs revendications devant les autorités coloniales, fustigeaient l'oppression tout en stimulant la création littéraire. En rapportant aux Africains colonisés les expériences d'autres peuples colonisés ailleurs dans le monde, ils maintenaient la flamme de l'espoir même si cela se

²⁹ D. Wolton, op cit., p.55

³⁰ *Imagined Communities*, London – New York, Verso, 1991, p.68

³¹ in Timothy Brennan, « The national longing for form » *Nation and Narration*, London New York, Routledge, 1999, p.60.

³² *Many Voices, One World* (Macbride Commission Report) New York: UNESCO, 1980) in Ibid.



faisait aux dépens de leur rentabilité financière.³³ Ainsi ces medias peuvent devenir une chance pour l'Afrique si l'Afrique sait en faire des instruments à son propre service.

Conclusion

Si les nouveaux modes de communication ont pu apparaître à un moment donné de l'histoire comme un outil pour libérer l'homme des pesanteurs et limites des sociétés traditionnelles et le réconcilier avec lui-même en détruisant les barrières de culture et de géographie, ils apparaissent aujourd'hui comme des instruments au service de buts qui contredisent ces idéaux originels. Ils se révèlent comme des canaux de modèle culturel expansionniste et négativiste des différences. Du désir idéal d'échanger, de partager et de comprendre, l'on est passé à la domination, la manipulation et à la négation des valeurs authentiques de divers peuples du tiers monde. Cela dit, la communication et les medias qui la véhiculent ne sont pas une force monstrueuse qui échapperait au contrôle de son créateur. Par son libre arbitre et sa capacité critique, il appartient à l'homme africain de les plier à ses exigences et à ses idéaux. Si elle a pu conduire à des effets négatifs comme l'aliénation culturelle, la division et souvent même à des crises sociopolitiques, ils pourraient aider à la naissance et au développement de la conscience nationale dans un continent qui se construit et construit ses nations.

Bibliographie

1- corpus

The Beautiful Ones Are Not Yet Born, London, Heinemann, 1968.

Fragments, London, Heinemann, 1974.

Why Are We So Blest?, London, Heinemann, 1974.

Two Thousand Seasons, A.W.S., 1973.

The Healers, AWS, 1978.

Osiris Rising: a Novel of Africa Past, Present and Future, Popenguine, Per Ankh, 1995.

2- Autres

Adorno, Th., "L'industrie culturelle", *Communication*, n°4, 1963.

Anderson, B., *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*,

³³ Webster, J.B & A.A. Boahen, *The Growth of African Civilisation: The Revolutionary Years West Africa Since 1800 (new edition)*, London, Longman, p 245



revised edition, London New York, Verso, 1991.

Ascroft, Bill & G. Griffiths & H. Tiffin, *The Empire Writes Back: Theory and Practice in Post-colonial Literatures*, 2nd edition, London – New York, Routledge, 2005.

Barthes, R., *Mythologies*, Paris, Seuil, 1980.

Bhabha, Homi K., (ed.), *Nation and Narration*, London - New York, Routledge, 1990.

Brune, F., *De l'idéologie aujourd'hui: analyses parfois désobligeants du discours médiatico-publicitaire ...*, Parangon/Vs, 2005.

Chinua Achebe, "The Writer and His Community" *Hopes and Impediments: Selected Essays 1965- 1987*, Oxford – Ibadan, Heinemann, 1988.

Webster, J.B., A.A.Boahen, M.Tidy, *The Growth of African Civilisations: Revolutionary Years West Africa Since 1800*, new edition, London, Longman, 1980.

Wolton, D., *Penser la communication*, Paris, Flammarion, 1997.