

GERMIVOIRE



www.germ-ivoire.net

Revue scientifique
de littérature,
des langues et
des sciences sociales

ISSN: 2411-6750



Université Félix Houphouët Boigny



www.germ-ivoire.net

**REVUE SCIENTIFIQUE DE LITTÉRATURE
DES LANGUES ET DES SCIENCES SOCIALES**



15/2021

Directeur de publication:

Paul N'GUESSAN-BÉCHIÉ
Université Félix Houphouët-Boigny Abidjan-Cocody

Éditeur:

Djama Ignace ALLABA
Université Félix Houphouët-Boigny Abidjan-Cocody

Comité de Rédaction:

Brahima DIABY (Université Félix Houphouët-Boigny Abidjan-Cocody)
Ahiba Alphonse BOUA (Université Félix Houphouët-Boigny Abidjan-Cocody)
Djama Ignace ALLABA (Université Félix Houphouët-Boigny Abidjan-Cocody)
Aimé KAHA (Université Félix Houphouët-Boigny Abidjan-Cocody)

www.germ-ivoire.net

Comité scientifique de Germivoire

Prof. Dr. Dr. Dr. h.c. Ernest W.B. HESS-LUETTICH
Stellenbosch University Private Bag X1

Dr Gerd Ulrich BAUER
Universität Bayreuth

Prof. Stephan MÜHR
University of Pretoria

Prof. Dakha DEME
Université Cheikh Anta Diop - Dakar

Prof. Serge GLITHO
Université de Lomé - Togo

Prof. Aimé KOUASSI
Université Félix Houphouët-Boigny (Abidjan)

Prof. Paul N'GUESSAN-BECHIE
Université Félix Houphouët-Boigny (Abidjan)

Prof. Kasimi DJIMAN
Université Félix Houphouët-Boigny (Abidjan)

Prof Kra Raymond YAO
Université Félix Houphouët-Boigny (Abidjan)

Prof Daouda COULIBALY
Université Alassane Ouattara (Bouaké)

TABLE DES MATIÈRES

Editorial	5
------------------------	----------

Allemand

KOUASSI Jean-Yves Die Krisenländer Afrikas in den Schlaglichtern der deutschen Presse am Beispiel der Côte d'Ivoire	6–18
--	------

KOUADIO Konan Hubert La littérature numérique et la question de la littérarité dans la littérature germanophone	19–37
--	-------

Anglais

DIOP Omar Le « F-Word » dans les sous-titrages, quelles stratégies traductionnelles?	38–52
--	-------

KOFFI Yssa Désiré Eclipse of the White Myth of Supremacy in Ernest Gaines' <i>A Lesson Before Dying</i>	53–64
--	-------

Espagnol

DJORO Amon Cathérine La retraducción literaria: ¿por qué volver a traducir lo ya traducido?	65–75
--	-------

KUMON Anougba Simplicie Les effets de l'espagnol sur le français parlé par les Ivoiriens résidant en Espagne	76–87
---	-------

KOUA Kadio Pascal <i>Huasipungo</i> de Jorge Icaza: ¿una obra indigenista o indianista?	88–98
--	-------

Géographie

ISSALEY Nana Aichatou / MAMADOU Ibrahim / ABDOU Rabiou / MATY MIKO / Mahamane Salissou Variabilité pluviométrique et vécus paysans dans le terroir villageois de Kotare-Mayahi dans la région de Maradi au Niger	99–116
---	--------

Lettres (Littérature / Langue)

AGBO James Kofi Étude de la prise de parole en classe de FLE chez les étudiants de niveau 400 au Département de français à l'Université du Ghana	117–133
---	---------

ADA ONDO Danielle Évolution ou involution de la condition de la femme en Guinée équatoriale au XXI^e siècle dans les romans <i>Tres almas para un corazón</i> (2011), <i>el llanto de la perra</i> (2005), <i>la bastarda</i> (2016) et <i>matinga, sangre en la selva</i> (2013)	134–147
--	---------

KOFFI Dagou Kanga Marie Albertine La compétence modale africaine disproportionnée dans <i>Sous le pouvoir des blakoros I</i> de Amadou Koné	148–164
--	---------

SARR Diokel *Le purgatoire* de Dante Alighieri : Quand l'authentique guide sensoriel relaye le figurant dans l'ascension spirituelle 165–181

GOUHE Ouattara *La poétique du corps dansant* chez Stéphane Mallarmé, Rilke, Jean Follain et Jean Tortel 182–195

KANGA Konan Arsène *Les interactions médiatiques dans l'écriture subversive* de Jean-Marie Adiaffi et de Werewere-Liking 196–208

KOITA Binta *Enseignement Bilingue au Mali : atout ou handicap pour les apprenants en milieu universitaire ?* 209–219

KAIZA Elias Kossi *Les contraintes syntaxiques d'emploi de la préposition « en » en français langue étrangère : le cas des étudiants de University of Ghana, Legon* 220–235

SALL Mouhamadou Moustapha *Poétique narrative et intergénéricité dans *Le Ventre de l'Atlantique* de Fatou Diome, *Le Petit prince de Belleville* de Calixthe Beyala, *Place des fêtes* de Sami Tchak et *Aux États-Unis d'Afrique* d'Abdourahman Waberi* 236–249

NABEDE Piyabalo *Paysages et saveurs d'Afrique dans *Gens de brume* de Nimrod et *Voyage au bout de la nuit* de Louis-Ferdinand Céline* 250–265

Philosophie

KANON Gbomené Hilaire *Le sens de Dieu chez Max Horkheimer* 266–276

AMEWU Yawo Agbéko *La Covid-19 et les vulnérabilités globales : Réflexion sur les nouvelles mutations de l'agir humain* 277–290

Sciences du Langage et de la Communication

KAHI Oulaï Honoré *Mutations des logiques d'organisation et de production dans les médias classiques en Afrique francophone subsaharienne à l'ère numérique* 291–308

KOUAME Khan / COULIBALY Daouda / OULAI Jean-Claude *Analyse discursive des interférences crissiques dans les adresses à la nation du 31 décembre 2019 de trois leaders politiques ivoiriens* 309–319

Éditorial

Il y a des avancées qui se font par bonds qualitatifs. Et Germivoire se situe – en tant que Revue – dans cet élan de la qualité qui vise des avancées positives. Mais ses bonds se font de manière trimestrielle. Ainsi il y a la parution de juin et celle de décembre. Et nous voici au numéro de décembre 2021. Un numéro qui annonce la clôture d'un parcours et l'entame d'un autre, à la fois.

Et ce numéro de Germivoire s'inscrit dans la tradition de son parcours. Revue scientifique ouvert sur les champs des humanités et des sciences humaines, elle accueille des contributions d'origines diverses, que celles-ci soient à suc littéraire ou sociétal. Dans cet élan, vous y trouverez, cher lectorat, une variété d'articles au goût des mondes germaniste, angliciste, hispano-ibérique, géo-historique, socio-linguistique ou communicationnel. C'est à une sorte de 'n'zassa' stylistique à la Jean Marie Adiaffi que vous propose ce numéro de Germivoire de décembre 2021. A vous le beau parcours fructueux entre ces proposées lignes aux entrecroisements divers !!

Pour ce qui est du parcours, nous profitons de l'occasion pour dire à nos esprits contributeurs à venir que nous allons, dorénavant, privilégier les langues allemande, anglaise et française comme vecteurs de diffusion, comme nous nous le sommes suggéré lors d'une réunion de rédaction. Ce, en raison du double regard de responsabilité et d'efficacité. Responsabilité vis-à-vis du contenu des articles. Et efficacité quant à la capacité des membres de la rédaction d'avoir un minimum d'appréciation sur le contenu général des contributions avant de les envoyer à l'instruction. Nous espérons une compréhension fructueuse de votre part !

Et que dire d'autre ? Rien de particulier, excepté nos souhaits de bonne lecture et de bonnes fêtes de fin d'année 2021 !

Bien à nous, bien à vous !

Hotep !i! Paix !i!

Brahima DIABY

Mutations des logiques d'organisation et de production dans les médias classiques en Afrique francophone subsaharienne à l'ère numérique

KAHI Oulaï Honoré,
honorekahi@uao.edu.ci
Université de Bouaké, Côte d'Ivoire

Résumé

Le web avec ses dimensions multiples, oblige à reconstituer l'économie des médias traditionnels en Afrique francophone subsaharienne en termes de réorganisation des rédactions, d'évolution des activités de production et de reconfiguration des contenus informationnels. Cette étude interroge donc l'économie de production et les formes de contenus mises en œuvre dans les médias classiques en particulier la presse écrite, avec l'avènement du web. L'objectif est de spécifier les moyens techniques exploités pour développer et produire des contenus informationnels adaptés aux exigences des publics divers. Pour atteindre cet objectif, nous recourons à la recherche qualitative descriptive et interprétative et, à l'ethnographie du web. Le traitement des données collectées a permis de structurer la réflexion autour de deux axes: les transformations en lien avec l'économie de production et les transformations portant sur les formes de contenu. Somme toute, Internet et le web 2.0 sont des facteurs puissants de transformation actuelle des médias.

Mots clés : mutations, innovation, médias classiques, médias sociaux, économie des médias.

Introduction

Le web avec ses dimensions multiples, engendre des changements particuliers de la médiation journalistique. Nous citons entre autres : i) l'épuisement du modèle fondé sur l'intermédiation entre consommateurs de nouvelles et les annonceurs ; ii) l'absence d'écho dans les réalités de rédaction d'une déontologie collective régie par les valeurs de neutralité et d'impartialité ; iii) l'inexistence d'une identité journalistique en termes de capacité de se promouvoir comme porte-parole autorisé et crédible des événements de la vie réelle. Il en est résulté des repositionnements nécessaires du journalisme face aux transformations subies par la chaîne de production (Liautard, 2011). Les pratiques journalistiques, leur environnement et les contenus qui en sont issus connaissent de profondes transformations à l'ère du numérique (Laville, 2007). Nous citons entre autres : les blogs informationnels, les forums de discussion, les news Game, les sites internet de publication, les applications à journaux mobiles, les rédactions web, etc. (Carlino, 2017 ; Mercier et Pignard-Cheynel, 2016 ; Rebillard, 2010). Ces transformations affectent les médias classiques en Afrique francophone subsaharienne comme le montre les travaux de Sokhna (2017). Son ouvrage « permet d'inscrire l'avènement de la presse en ligne dans un mouvement temporel d'ancrage des technologies, mais aussi dans un contexte global de mutation des industries du contenu. ». L'auteure expose sur les nouvelles configurations qui se mettent en place dans l'espace médiatique numérique par le truchement du web 2.0. Dans le même souffle, Ouendji (2008) développe les enjeux du journalisme mobile –

réhabilitation et promotion de la photographie de presse par le GSM, collecte, traitement et transmission de l'information – en Afrique.

Faisant fond d'un tel contexte, cette étude interroge les moyens utilisés pour la production de contenus. L'objectif est de spécifier les moyens techniques exploités pour développer et produire des contenus informationnels adaptés aux exigences des publics divers.

Nous utilisons la théorie de la destruction créatrice de Joseph Schumpeter (1998) pour comprendre le volet "processus d'innovation" en cours dans les médias classiques en lien avec le numérique. Nous recourons ensuite au « modèle » de Charron et De Bonville (2004) qui montre que nombre de paramètres ou éléments variables et importants ont permis d'aboutir aux transformations du journalisme. En outre, nous nous servons des apports de Demers (2007) sur les transformations du journalisme sous l'angle de la « destruction-restructuration » et le processus de la destruction créatrice sus-mentionné appliqué aux médias. L'auteur mentionne : la transformation du modèle des affaires, la réorganisation des contenus des médias généralistes et, la dissociation des composantes de l'information. Notons enfin que les couches de la médiation journaliste –institutionnelles, professionnelles, non professionnelles et techniques – qui se juxtaposent dans la pratique du journalisme classique (Alzamora Arce et Salgado, 2014 cités par Tacyana et Tiago, 2017), connaissent également des transformations. À propos de ces transformations, Liautard et al. (2011) parlent de « crise multidimensionnelle » dont les ressorts sont en lien avec la perte de légitimité journalistique, le processus de marchandisation et l'émergence de la génération 2.0 de l'Internet du point de vue technique.

Notre lecture de ces modèles explicatifs et du contexte actuel de la nouvelle économie des médias à l'ère du web (Sonnac et Le Floch, 2013), induit l'hypothèse selon laquelle les outils numériques participent à la réorganisation aussi bien des nouvelles formes de structuration que des logiques de production de contenu dans les médias classiques en Afrique. La méthodologie mobilisée recourt à deux stratégies : la recherche qualitative descriptive et interprétative (Gallagher, 2007) et l'ethnographie du web (Barats et al., 2013). La première permet de comprendre la signification des phénomènes selon le point de vue des participants. Dans le cas de la seconde « il s'agit de se donner les moyens pour observer le plus finement possible l'action effective de la technique dans la société à travers une description précise des usages des objets techniques qu'en font les gens » (Breton et Proulx, 2006, p. 254). Ici, le web est envisagé, observé et analysé à la fois comme un lieu culturel, un site d'interaction pour explorer les relations médiatisées.

Le traitement des données collectées avec les outils précités, a abouti à des résultats qui ont permis d'organiser l'étude autour de deux axes: les transformations en lien avec l'économie de production et les transformations portant sur les formes de contenu.

1. Cadre théorique

Le cadre théorique vise à préciser les éléments à la base du questionnement de cette étude. Ainsi, dans un premier temps, nous explicitons les notions de « logiques d'organisation et de production », de « ère numérique » et enfin de « mutation » en tant qu'éléments significatifs du contexte de la transformation du journalisme en Afrique francophone subsaharienne.

1.1. Logiques d'organisation et de production de contenu

L'expression logique [d'action] en sciences sociale désigne un ensemble de raisons pouvant justifier le comportement des acteurs dans une situation donnée. Ici, c'est une logique d'action qui renvoie aux différentes stratégies, méthodes et modes d'organisations dans l'économie de production et la reconfiguration des formes de contenu. Deux stratégies organisationnelles fréquentes de la médiation journalistique à l'ère numérique sont explorées ici : la production de contenus par le Smartphone et les modalités de diffusion de types de contenus informationnels sur les plateformes numériques.

Depuis plus d'une dizaine d'années, les cellulaires sont utilisés comme instruments de travail par les journalistes en lieu et place des outils de captation audiovisuel traditionnels pour produire des contenus d'information. Dans ces travaux, Ouendji (2008) examine l'apport du GSM dans la pratique du journalisme. (...) ; l'auteur montre que le portable est devenu un outil de travail incontournable dans la collecte, le traitement et la transmission de l'information. Force est de constater que la généralisation actuelle des Smartphones, transforme les pratiques journalistiques ainsi que leur mode de production sur le terrain (Pignard-Cheynel et Lara, 2019). Les auteures utilisent le terme "mojo" (contraction de *mobile journalism*) pour désigner « cette pratique qui se caractérise par l'utilisation d'un Smartphone et d'un équipement léger pour produire des contenus journalistiques et la possibilité de créer et de diffuser ces informations de manière autonome, depuis le terrain ». Abordant dans le sens de ces modes d'organisation en médiation journalistique, Yaméogo (2020) écrit : « le mojo, (...), le multimédia et les plateformes interactives sont de nouvelles formes de pratiques journalistiques qui conduisent à une redéfinition identitaire de la profession ». Outre cette stratégie, une autre logique organisationnelle adoptée par les médias est l'enrichissement apportée par Internet sur la multiplicité des modalités de diffusion.

Rebillard (2006) spécifie la multitude d'espaces offrant de l'information journalistique sur Internet en sept catégories. Ces espaces ont été décelés à la suite du croisement de deux grilles d'observation entre « modalités de diffusion et types de contenus ». L'auteur les énumère ainsi : i) *presse en ligne* (extensions de journaux imprimés) ; ii) *agences de presses en ligne* (contenu thématisés et possibilités de contact avec consommateur finaux) ; iii) *webzines* (publications exclusivement Internet) ; iv) *blogs* (publications individuelles, exclusivement Internet) ; v) *portails* (composantes informationnelles de plateformes multiservices) ; vi) *agrégateurs* (regroupements automatisés d'informations d'actualités) ; vii) *bases d'archives* (services documentaires d'archives journalistiques).

Ces logiques d'organisation et de production nécessitent une réorganisation des équipes en interne. Aussi bien en Côte d'Ivoire qu'au Burkina Faso, des postes de journalistes web, de développeurs, de Community Manager... sont de plus en plus créés. Ces nouvelles fonctions dans les médias ont conduit à la notion de « spécialisation thématique ». Yaméogo (2020 : 161) relativise la situation pour le Burkina Faso : « le constat fait *in situ* montre une appropriation technique, par ces médias, de nouveaux outils numériques (...) ».

Les logiques organisationnelles explorées ici se déclinent en mécanismes qui sous-tendent la production des contenus médiatiques mais aussi échangent de contenus médiatiques... (Farid, 2017). Ces nouveaux modes d'organisation, de production, de transition, de transfert et de consommation des biens et services médiatiques résultent des mutations numériques.

1.2. L'ère numérique

L'ère numérique est marquée par des mutations technologiques successives et rapides en lien avec la connectivité internet : Smartphone, tablettes, ordinateurs portables et bien d'autres objets dits connectés. L'interconnexion des humains et autres objets techniques via les technologies diverses a transformé la société en matière d'interaction. Par le web2.0, chacun contribue, partage et diffuse de l'information. Les nouveaux appareils précités intègrent de multiples fonctions de travail : transfert de documents, de vidéos, d'images, enregistrement, stockage de données, conférences, gestion d'agendas... (Folon, 2015). Des outils comme Google news, Blog Search, Google alerte et YouTube, sont des ressources primordiales pour la pratique journalistique dans la chaîne de production d'information. Toujours selon Folon (2015), ils permettent respectivement : d'avoir un accès immédiat aux actualités publiées et à des liens vers les organes de presse ; de trouver des blogs consacrés à des sujets spécifiques ; en outre, être tenu au courant de ce qui est publié sur un sujet donné et d'accéder à des contenus vidéographiques mis en ligne par des contributeurs. Le numérique a entraîné une rupture dans les modes de traitement de l'information, des manières de travailler dans les rédactions : accélération du traitement de l'actualité, mise en ligne d'applications, terrains virtuels, récits multimédias... Enfin, la « plateformisation de l'information » (Poell et al., 2017 cité par Rebillard et Smyrnaio, 2019) au sens d'infomédiation a instauré une dynamique « coopération/compétition » entre les éditeurs de médias et les plateformes. Les titres de médias qui ont des pages Facebook, Twitter sont lus sur les Smartphones et autres supports s'adaptant aux interfaces techniques et spécificités ergonomiques. Ce qui précède montre que l'ère numérique a impacté les caractéristiques des produits médiatiques, la manière de les produire ainsi que les modes de transfert.

1.3. Mutations

La mutation ou métamorphose et le changement normal sont les deux composantes qui caractérisent l'évolution ou la transformation du journalisme. Cette évolution est la résultante d'interactions entre une pratique professionnelle, une institution économique et leur contexte social. Selon le modèle de Charron et De Bonville (2004), nombre de paramètres ou éléments variables et importants permettent d'explicitier l'évolution ayant abouti aux transformations du journalisme. Il s'agit: du texte journalistique et journalique (numériquement multiforme), du journaliste (statut de rapporteur dilué par des quidams contributeurs en ligne), des médias et des sources d'information (supports virtualisés et serveurs de bases données). Ces facteurs divers ont influé sur la transformation du journalisme en général. La mutation du journalisme est un changement qui épouse la logique de la métamorphose. Les modifications précitées reconfigurent durablement la pratique qui acquiert une cohérence significativement différente du système initial en cours dans la production journalistique.

Par ailleurs, Liautard et al. (2011) parlent de « crise multidimensionnelle » dont les ressorts sont symboliques, économiques et techniques. La dimension symbolique réfère à la perte de légitimité que subit l'autorité journalistique ; c'est une perte de sa primauté dans la médiation du fait des réseaux sociaux qui ont entraîné la « désintermédiation ». La dimension économique quant à elle, renvoie au processus de marchandisation de l'information, aux actifs économiques et à la qualité. Enfin, la dimension technique renvoie aux potentialités techniques de tous les étages de la chaîne de production : condition de collecte, analyse de l'actualité et diffusion des informations. Dans le même souffle, Demers (2007) analyse les transformations du journalisme sous l'angle de la « destruction-restructuration » et le processus de la destruction créatrice appliquée au domaine des médias. L'auteur mentionne la transformation du modèle des

affaires, la réorganisation des contenus des médias généralistes et, la dissociation des composantes de l'information. Du modèle d'affaires émergent les quotidiens gratuits, les informations continues des Télévisions et l'Internet. La réorganisation des médias généralistes réfère à la dissociation des médias spécialisés (publicités, informations, divertissements) de l'hybridation sur le même support. La dissociation des composantes renvoie à la production de l'actualité par les professionnels et les commentaires en ligne par les journalistes citoyens.

Notons enfin que les couches de la médiation journaliste – couches institutionnelles, couches professionnelles, couches non professionnelles et couches techniques – qui se juxtaposent dans la pratique du journalisme classique (Alzamora Arce et Salgado, 2014 cités par Tacyana et Tiago, 2017), connaissent également des transformations. Les auteurs citent entre autres : l'épuisement du modèle fondé sur l'intermédiation entre les consommateurs de nouvelles et les annonceurs, l'absence d'écho de la déontologie collective régie les valeurs de neutralité et d'impartialité, et enfin la disparition de l'autorité journalistique. La dernière citée réfère à la désintermédiation résultant des réseaux sociaux ; ce qui permet aux citoyens et aux acteurs sociaux de produire et diffuser par eux-mêmes de l'information. Le Ray (2017) écrira à ce sujet : « du web journaliste professionnel au web journaliste citoyen ou les gens ordinaires comme message et comme sens : *people is a message* ». Avec les nouvelles possibilités offertes par l'environnement Internet, il est désormais possible à des quidams de publier des contenus journalistiques sur le web.

Face à cette transformation du journalisme, les médias sont contraints d'adapter leurs rédactions, leur organisation et leur fonctionnement aux nouvelles pratiques. En conséquence, les opérateurs mettent en place de nouvelles formes éditoriales, des types de contenus adaptés aux besoins des divers publics.

2. Objectif

Expliciter les types de mutation en termes de métamorphoses et de « changement normal » à l'œuvre dans les médias classiques en Afrique subsaharienne. Il s'agit de spécifier les nouvelles orientations prises dans les pratiques journalistiques. Nous explorons pour ce faire, les nouvelles logiques d'organisation et de production en cours dans les organes de presse écrite investigués en ligne et hors ligne en Côte d'Ivoire et au Burkina Faso. Nous avons retenu deux axes caractérisant la médiation journalistique: l'économie de production et la reconfiguration des formes de contenu. Pour atteindre cet objectif, nous recourons à la méthodologie ci-après décrite.

3. Aspects méthodologiques

La méthodologie mobilisée recourt à la recherche qualitative descriptive et interprétative (Gallagher, 2007) et à l'ethnographie du web (Barats et al., 2013 ; Hine, 2015). Il s'en est suivi une analyse de contenu thématique des extraits d'échanges classés en verbatim et enfin l'analyse qualitative des "posts" sur les dispositifs numériques retenus. Les éléments du contexte qui ont dicté la sélection des participants et la collecte des données sont : les habitudes de titrologie en ligne sur Abidjant.net et les sites des organes de presse ; la fréquence des abonnements aux titres en ligne ; les propositions de vente de titres au format PDF ; les habitudes de consultation des informations en ligne sur les Smartphones, les ordinateurs et les tablettes et enfin, les habitudes de publication en ligne par des non spécialistes en journalisme.

La méthode utilisée pour la sélection des participants est la technique d'échantillonnage en boule de neige qui consiste à « opérer un contact initial avec des informateurs clés, qui pointent à

leur tour vers des cas riches en information » (Pickard, Branco et Kidd, 2006 : 65). Ces informateurs clés sont les gestionnaires des cybercafés et les journalistes de la presse écrite locale. Nous avons retenu un échantillon volontaire de 15 répondants soit 5 à Bouaké et 10 à Abidjan. 4 appartiennent à des organes de presse publiant des titres uniquement au format numérique ; 7 appartiennent à des organes de presse publiant partiellement en ligne et au format papier et 4 appartiennent à des organes de presse publiant uniquement au format papier. Ces journalistes sont considérés comme cas riches en information, ceux dont on peut apprendre beaucoup sur la publication en ligne et sur les modes d'utilisation des objets techniques. Ces journalistes peuvent exprimer une diversité d'opinions significatives sur les nouvelles pratiques transformatrices du journalisme avec l'usage des outils numériques. La même technique a été utilisée pour constituer un échantillon composé de gestionnaires de cybercafés : 10 répondants pour 5 quartiers soit 2 par quartier. Leur choix repose sur le fait qu'ils assistent leurs clients qui consultent les portails de presse et les sites des organes de presse. Ils sont donc à mesure de fournir des informations sur la fréquentation des pages des journaux en ligne par leurs clients.

En plus des participants, des blogs et sites –sources du corpus constituée d'archives en ligne– ont été sélectionnés. Ainsi avons-nous choisi comme base empirique les titres les plus fréquentés, leurs pages Facebook et leurs comptes Twitter (tableau 3 et 4) pour deux pays (Côte d'Ivoire et Burkina Faso).

La collecte des données s'est faite au moyen de deux stratégies : l'entretien semi-directif et l'observation ethnographique sur le web.

L'observation ethnographique a été effectuée sur des pages Facebook, des comptes Twitter, des blogues citoyens entre 1er novembre 2019 et le 30 avril 2020. Grâce à des comptes créés, nous avons observé quotidiennement, chaque semaine et chaque mois, les variations du taux de fréquentation des différents titres en ligne et de leurs pages sur les réseaux sociaux. De plus nous avons collectés des contenus publiés par des contributeurs sur la thématique actuelle de la Covid_19. Nous avons obtenus 250 verbatim en ligne. Les sites de mesure de fréquentation en ligne tels que *Internetworldstats.com*, *similarweb.com*, *alexa.com* et *socialbakers.com* nous ont permis de disposer de statistiques actualisées. Ces statistiques ont concerné beaucoup plus les titres les plus lus en Côte d'Ivoire et au Burkina Faso.

Nous avons participé à des discussions avec des profils très actifs. Un corpus des échanges a été sélectionné et constitué ; nous avons obtenus 25 verbatim en ligne. Cette observation virtuelle a permis des échanges intenses avec des correspondants de presse en ligne sur quatre mois. Le but est d'obtenir des informations détaillées sur les moyens techniques utilisés pour l'économie de production et d'arriver à une compréhension approfondie des pratiques de publications en ligne ainsi que des formes de contenus.

Les entrevues semi-dirigées en présentiel ont été menées à partir du mois de novembre 2019 jusqu'en février 2020 ; soit sur une période de 4 mois. Nous avons contacté directement les journalistes de la presse écrite locale afin d'explorer en profondeur leurs expériences d'exploitation des outils numériques et de production de contenu en ligne. Un guide d'entretien a permis d'obtenir des réponses approfondies et d'explicitier leur perception des nouvelles pratiques journalistiques. Les moyens techniques exploités et types de contenus ont été les deux principaux axes d'entretien. Un corpus de 50 verbatim a été obtenu.

Nous avons effectué une analyse du contenu thématique qualitatif (Bardin, 2007 ; Mucchielli, 2006) des extraits d'entretiens obtenus et organisés en verbatim. Cette même technique a également été utilisée pour les "posts" mis en ligne par les contributeurs sur les

plateformes numériques retenues pour les besoins de cette étude. Les variables isolées sont : les objets techniques utilisés en production, les plateformes numériques exploités, les pures players, la restructuration interne des rédactions, l'extension du territoire du journalisme, les formes de contenus, l'utilisation du nouveau modèle économique...

Ces indicateurs caractérisent les transformations dans la médiation journalistique en Côte d'Ivoire et au Burkina Faso et sont opérationnalisés dans le développement ci-après.

4. Transformations dans la médiation journalistique en Côte d'Ivoire et au Burkina Faso

Les résultats sont structurés autour de deux axes de transformation : les transformations en lien avec l'économie de production et les transformations portant sur les formes de contenu.

4.1. Transformations en lien avec l'économie de production

Ces transformations renvoient aux stratégies de reconfiguration qui se mettent en place dans l'espace des médias locaux par le truchement du numérique : le journalisme mobile, les outils de consultations et de mise à disposition des actualités et plateformes de diffusion des informations.

4.1.1 Recours aux Smartphones en production

Notons au premier abord un abandon progressif des outils de collecte d'information au profit des outils de transmission de ces mêmes informations. Les dictaphones et les appareils photo maintenant numérisés cèdent la place aux Smartphones et aux tablettes. D'après les journalistes de la presse écrite locale et les animateurs radio (nationale et de proximité), les outils techniques de collecte sont pour la plupart des objets dits connectés.

L'animateur "LX" à Radio Phénix Bouaké en Côte d'Ivoire, et correspondant dans un organe de presse écrite, décrit sa pratique : *« les auditeurs appellent en utilisant leur Smartphone ; moi-même, j'utilise le même type d'appareil pour faire des enregistrements, prendre des photos, capter des scènes et les transmettre à mon service (quand je suis sur le terrain). Quant à "Plume plus", chez un quotidien local "La voie originelle", il ajoute : « j'ai délaissé l'utilisation du dictaphone et de mon appareil photo numérique; c'est seulement le Smartphone que j'exploite. J'ai également une tablette pour le traitement des articles sur le terrain ».*

Comme nous le constatons, l'innovation technique met en place un environnement sociotechnique avec la profusion du wifi 3G et 4G et son corollaire d'objets connectés de plus en plus performant. Le fonds technique modifie les conditions de collecte de données et amène le journaliste à redéfinir son rapport aux sources ; les objets techniques lui font perdre progressivement sa relation directe aux fournisseurs d'information.

Une correspondante d'un quotidien local, "Le temps" nous confie : *« j'ai pu réaliser une interview rien que par l'usage de note vocale WhatsApp avec un interlocuteur. C'était super ! Ce dernier a pris son temps pour parler calmement et donner des précisions de taille ». Le correspondant a ajouté : « Bien que ce fut long, mon interlocuteur a dit à la fin de l'interview : "aujourd'hui, je n'ai pas été sous la pression d'un journaliste et il n'y a pas eu une interruption de mes propos". ».*

La disponibilité d'une masse critique de téléphones cellulaires et l'amélioration de leurs fonctionnalités en termes de présence sociale ont transformé la pratique journalistique en Côte d'Ivoire et au Burkina Faso. Soulignons que la destruction créatrice au sens de Schumpeter,

(1998) a contribué à l'enrichissement des pratiques en matière de collecte, de traitement et de transmission d'information factuelle. Par ailleurs, à propos des autres usages de l'objet technique qu'est le Smartphone en médiation journalistique, Yaméogo (2020) décrit l'utilisation qui en est faite dans certains organes de presse et par les journalistes au Burkina Faso :

« Le constat fait in situ montre une appropriation technique par ces médias, des nouveaux outils : édition de messagerie mobile à travers des plateformes d'alerte SMS (cela fonctionne à Sidwaya, à L'Observateur Paalga, à la radio Omega FM, au lefaso.net) des abonnés de la téléphonie mobile de recevoir instantanément, sur leur téléphone portable, des fragments d'information d'actualité nationale et internationale, forum de discussion permettant des échanges virtuels entre internautes, entre internautes et journalistes (...) relais instantané des nouvelles fraîches sur les plateformes socionumériques (Facebook, Twitter, YouTube, etc.) »
(Yaméogo, 2020 : 161).

Cette utilisation du Smartphone dans la production journalistique (identification de fait, vérification, collecte des données et des images, production de texte et distribution de contenu) est devenue courante en Côte d'Ivoire et au Burkina Faso. Les autorités des médias de ces pays font organiser des formations techniques en journalisme mobile. Un journaliste de la presse écrite locale, participant de cette étude, a été sélectionné pour une formation d'initiation aux techniques du journalisme mobile ; cette formation a été organisée par SOREAD 2M à Casablanca au Maroc en avril 2008. Selon l'interviewé, les 9 journalistes issus des six pays de l'Afrique francophone subsaharienne, dont la Côte d'Ivoire et le Burkina font partie, ont reçu un renforcement de capacité en journalisme mobile et audiovisuel. Il rapporte : *« Nous avons appris que le mojo va au-delà de nos attentes ; tout un ensemble de matériel accompagne l'utilisation du Smartphone et nous sommes bien mobiles sur le terrain »*.

En Côte d'Ivoire et au Burkina Faso, le Smartphone est également devenu l'outil principal d'accès aux informations aussi bien pour les journalistes que pour les citoyens.

La révolution numérique est une technologie disruptive ayant fortement influencé l'environnement sociotechnique. La composante socioculturelle s'observe par de nouveaux comportements dont le principe est fondé sur le tryptique : l'interactivité, le partage et la gratuité. (Sonnac et Le Floch, 2009). Ces trois éléments fondamentaux sont rendus aisés par la disponibilité des Smartphones et des plateformes d'échange permettant à chaque citoyen de passer du statut de simple récepteur à celui d'émetteur-récepteur. C'est dans ce contexte de reconfiguration des pratiques que les médias traditionnels en Côte d'Ivoire et au Burkina Faso s'inscrivent. Ces transformations interrogent une nouvelle organisation des industries médiatiques, donnent naissance à de nouvelles pratiques et offrent de nouveaux modes d'accès aux médias. Il s'agit de l'exploitation des outils de syndication, des blogs et microblogs et de la mise en ligne de certains journaux de la presse écrite, jusqu'à un certain moment donné au format physique ou papier.

4.1.2. Exploitation des outils d'agrégation d'informations et des blogs

Le web entraîne une perte progressive de la relation directe aussi bien aux sources qu'au public par « un mouvement de déplacement du terrain physique en une forme de terrain virtuel ». Dans cette étude, nous référons aux agrégateurs d'informations et aux blogs ainsi qu'aux médias

sociaux (Twitter, Facebook et WhatsApp). Opéra News est l'agrégateur d'actualités nationales et internationales de tout genre en temps réel, en vogue depuis plusieurs mois en Côte d'Ivoire.

Ces nouveaux outils logiciels s'appuyant sur le web, transforment les manières de travailler des journalistes. "Laflèche" chez le quotidien "Nouveau Courrier" a abordé dans ce sens : « *Avant, pour les dossier, économie ou politique, on allait en bibliothèque ou écoutait les émissions documentaires des grandes radios mondiales pour écrire nos articles. Maintenant, avec internet ce n'est plus le cas* ». Son confrère, "Le dur" chez le quotidien "Inter", renchérit : « *je suis chargé des brèves dans mon organe de presse. Je ne me fatigue plus. Je vais sur Google news et Google alerte. Je vais dans les banques d'image, je vais partout et je trouve ce qu'il faut pour rendre ma rubrique attrayante. Je ne suis plus obligé de me lever très tôt pour écouter BBC ou autre radio* ».

Il ressort de ces énoncés que la profusion informationnelle est une opportunité pour la médiation journalistique. Les journalistes ont donc accès à des sources d'adresse pointues et actualisées. Les spécialistes disent à ce propos : « *ces sources "pointues" adossées à des domaines d'expertise très prisés permettent d'accroître l'efficacité dans la médiation de certains sujets complexes, incontournables dans le débat public* » (Liautard et al, 2011 :114).

Ce rapport aux sources se fonde sur les potentialités du web 2.0. Ces potentialités permettent d'accéder à une multiplicité de sources. Elles dispensent le journaliste de se rendre à des endroits précis pour la collecte des données informationnelles. Le numérique transforme donc les anciennes méthodes de collecte et de transmission des données dans la médiation journalistique. La "virtualisation des carnets d'adresses", les "récits multimédias" et "l'immédiateté" en sont les traits dominants (Charon et De Bonville, 2011) qui par ailleurs, sont opérationnalisés par les outils technologiques de plus en plus innovants. Une partie de l'innovation est à la fois créatrice (le nouveau) et destructrice (de l'ancien) pour améliorer les performances. Dans ce nouvel environnement conditionné par la révolution numérique sur fond de destruction créatrice, une profusion des sources est non seulement une opportunité pour la profession journalistique mais également une perte progressive de sa relation directe au public.

Ajoutons également les outils d'alerte qui permettent la veille informationnelle ou la mise à disposition de tout ce qui est publié dans un domaine donné. Ces opportunités sont maintenant saisies par les médias classiques dans deux pays comme le montre le tableau suivant.

Tableau 1 : Titres en ligne sur les plateformes de trafic/données

Nom	Adresse	Audiences
allafrica	https://fr.allafrica.com/misc/tools/rss.html	40 027
Africanews	https://fr.africanews.com/page/widgets/	20 819
Alert-info	https://www.alerte-info.net/	15 801
Koaci.com	https://www.koaci.com/	43 102

Source : enquête en ligne, données du mois d'avril 2020.

Des statistiques disponibles sur des sites spécialisées (*Internetworldstats.com, similarweb.com, alexa.com, alexa.com/siteinfo et socialbakers.com*), montrent que les revues web sont des succès d'audience. Les plateformes de trafic/données permettent d'avoir un accès immédiat aux actualités publiées et à des organes de presse en ligne. C'est une innovation qui s'observe également dans la médiation journalistique en Côte d'Ivoire et au Burkina. Force est de constater que les organes de presse font de leur mieux pour obtenir plus de trafic en ligne ainsi que le

maximum de données liées aux visiteurs de leurs plateformes numériques. Cette transformation a fait dire à Badillo et Bourgeois (2018) qu' « il est en train d'émerger un nouveau modèle économique que nous appelons le modèle "publicité-traffic-données" (...). Ce nouveau modèle s'inspire du système économique qui sous-tend Google et c'est la raison pour laquelle nous parlons de "googlisation" des médias. » (Badillo et Bourgeois, 2018 : 291) Le nouveau modèle diffère de l'ancien par les multiples services informationnels qui sont susceptibles d'attirer des ressources publicitaires et des publics spécifiques. Le nouveau modèle montre que « les médias sont désormais en mesure de définir et de modifier un concept éditorial afin d'obtenir un trafic » avec la flexibilité numérique (Badillo et Bourgeois, 2018 : 292).

Il ressort donc que développer le trafic de données et produire des informations à forte audience sont les activités dominante des médias. Que ce soit une plateforme d'échange ou plateforme d'audience, les internautes cherchent à être au courant et optent pour la gratuité ; ce que promeut la révolution numérique. Ces plateformes renvoient aux réseaux socionumériques et leur objectif est la mise en relation pour des transactions sociales diverses. Chaque type de dispositif sociotechnique a un modèle économique propre tenant à sa capacité à structurer ses utilisateurs en groupe d'amis ou de suiveurs et à proposer des services et des outils qui facilitent les interactions en ligne. On notera sur ces plateformes, des espaces occupés par les organes de presse ou des groupes sociaux organisés.

Les plateformes Facebook et Twitter sont plus fréquentées que les blogs indépendants créés à partir des logiciels de gestion de contenu. Comme le montre le tableau suivant, la quantité de "j'aime" et des "abonnés" traduit l'intensité des échanges. Ces échanges sont peuplés de contenus de nature diverses : vidéos courtes, vidéos textuelles, photo textuelles, photos composites, photos simples, commentaires de photos, commentaires de vidéos et commentaires de commentaires.

Tableau 2: Blogs en ligne sur Facebook et Twitter

Nom	Adresse	J'aime	Abonnés
First magazine	https://web.facebook.com/firstmagzine/	2 171 670	2 597 684
Ivoironautes	https://web.facebook.com/LesIvoironautes/	107 529	111 528
Le faso.net	https://twitter.com/lefaso_net?lang=fr	132 250	103 300
connectionivoirienne.net	https://www.facebook.com/Connectionivoiriennenet	66 780	67 477
Balai citoyen	https://web.facebook.com/CitoyenBalayeur/	57 233	57 346
LeBanco.net	https://www.facebook.com/LeBanco	42 251	42 236
ivoirebusiness.com	https://www.facebook.com/ivoirebusiness	37 127	38 735

Source : enquête en ligne, données du mois d'avril 2020.

Nous retenons donc que face à la concurrence des acteurs de la désintermédiation dont le nouveau modèle du journalisme repose sur les plateformes d'échanges et les plateformes trafic/données, les organes de presse ont innové dans leurs pratiques. Ainsi en Côte d'Ivoire et au Burkina Faso, des organes de presse disposent de site web même s'ils sont toujours adossés à une publication papier.

4.1.3. Exploitation des titres en ligne

Ces titres en ligne comprennent les portails, les webzines ou pures players et des blogs et titres imprimés partiellement en ligne. C'est le cas du titre "*Fraternité-Matin*" (Côte d'Ivoire), et des portails nés sur Internet comme "*Fasonews*" (Burkina Faso), "*Abidjan.net*" et "*Lefaso.net*". Aussi bien au Burkina Faso qu'en Côte d'Ivoire, le nouveau contexte du numérique et ses défis a

entraîné la mise en ligne de certains titres. Il y a des journaux entièrement au format numérique et d'autres partiellement en ligne selon le modèle "freemium" (une part gratuite et une part payante par abonnement). Les modes de paiement se font par le truchement des structures de téléphonie mobile. Des organes de presse, outre la possibilité de l'accès en ligne, proposent l'achat de fichiers au format PDF, téléchargeables. L'abonnement à ces fichiers est également identique à la formule d'achat : réception des fichiers PDF en pièce jointe par mail sur la période convenue (un mois, deux mois ou un trimestre). Nous spécifions dans les deux tableaux suivants, les titres disponibles en ligne et les plus consultés.

Tableau3 : Les sites médias burkinabé les plus visités au Burkina Faso.

Nom	Adresse	Nombre de visites
Lefaso.net	https://lefaso.net/	1 457 000
Netafrique	https://netafrique.net/	521 348
Burkina 24	https://www.burkina24.com/	231 154
Le pays	https://lepays.bf	223 830
aOuaga.com	http://www.aouaga.com/	132 515
Burkinaonline	http://www.burkinaonline.com/bf/	24 156

Source : similarweb.com, données du mois d'avril 2020.

Tableau 4: Les sites médias ivoiriens les plus visités en Côte d'Ivoire

N°	Nom	Adresse	nombre de visites
Pures Players ou webzines			
	Lepointsur.com	http://lepointsur.com/	2 794 227
	Journal d'Abidjan	https://www.jda.ci/	1 187 925
	Yecllo	https://www.yecllo.com	174 024
	Connectionivoirienne	https://www.connectionivoirienne.net/	149 345
	L'infodrome.com	http://www.linfodrome.com/	67 393
Portails			
	Ivorian.net	https://www.ivorian.net/actualites/	2 626 196
	pressecotedivoire.ci	http://pressecotedivoire.ci/titrologie	165 883
	Abidjan.net	https://www.abidjan.net	12 083
Titres imprimés papier et partiellement en ligne			
	Intelligent d'Abidjan	https://www.lintelligentdabidjan.info/news/	1 159 745
	La voie originale	https://monkiosk.com/home.php	927 220
	Fratmat	https://www.fratmat.info/	511 363
	Soir Info	http://www.soirinfo.com/	26 704
	Nouveau courrier	http://nouveaucourrier.net/	17 300
	Le nouveau réveil	http://www.lenouveaureveil.net/	13 016

Source : similarweb.com et alexia.com, données du mois d'avril 2020.

La création d'une plateforme (site web) abritant un titre pour un organe de presse est suivie automatiquement par l'ouverture d'un compte Twitter ou d'une page Facebook. C'est "ne pas être en ligne" qui surprend et non le contraire. C'est un nouvel environnement concurrentiel matérialisé par des plateformes numériques d'échange et des plateformes numériques trafic/données. Les organes de presse ont tenu compte des mutations liées au numérique pour innover dans ce domaine. Ainsi les réseaux sociaux numériques ont été exploités concomitamment avec les sites web. Les journaux, jadis au format papier sont désormais au

format électroniques : pdf, epub, html... Les rédactions se sont restructurées pour produire et distribuer des contenus adaptés et adopter des modèles économiques mixtes.

A la question de savoir comment les organes de presse organisent les rédactions pour produire du contenu et satisfaire les lecteurs, la réponse qui revient le plus souvent est : « *La plupart des sites que vous verrez en ligne sont créés par des informaticiens ; ce sont eux qui publiaient les contenus élaborés par les journalistes en ligne. Avec le temps, les rédactions ont commencé à avoir en leur sein, des spécialistes en gestion de contenu ; d'autres, des développeurs utilisant des logiciels variés. C'est mieux d'avoir ses webmasters disponibles que de les louer chaque fois* ». Un groupe de presse a jugé bon de faire former ses journalistes aux logiciels adéquats. Un chef de services dans un média explique : « *Nous avons décidé de former des journalistes déjà engagés ici comme webmaster, webdesigner, "Community manager", gestionnaire de bases de données. Cela nous a coûté de l'argent mais, le retour sur investissement est très bénéfique à l'entreprise* ».

Les organes de presse ont donc décidé de redéfinir la médiation journalistique pour repositionner leur pratique face au nouveau modèle économique. L'économie du journalisme s'intéresse à l'activité journalistique et à la production des contenus, l'environnement socioculturel dans lequel les journalistes exercent leur métier et les mutations liées à internet. Ces mutations d'ordre technologique, économique et social (Liautard et al., 2011) se traduisent par une multiplication de l'offre de contenus en ligne via une multiplicité des producteurs. Soulignons que la transformation du journalisme a également concerné le processus de marchandisation de l'information en ligne et à la profusion des supports numériques en ligne. Par ailleurs, l'attrait privilégié du web chez les consommateurs et les annonceurs est fortement corrélé aux objectifs d'audience prioritaire et à la concentration des supports médiatiques.

Il faut, par ailleurs, remarquer qu'en Côte d'Ivoire, le réseau des professionnels de la presse en ligne (REPPRELCI), l'observatoire des médias numériques de Côte d'Ivoire (OMENCI) et le Groupement des éditeurs de presse de Côte d'Ivoire (GEPCI) ont été mises en place pour inviter les webjournalistes à bâtir des modèles économiques cohérents. Pour le GEPCI, il faut réagir au gré des opportunités offertes par la révolution numérique pour faire face aux difficultés inhérentes à la distribution des journaux sur l'ensemble du territoire. Quant à l'OMENCI, il a pour mission de veiller à l'éthique et à la déontologie, au monitoring, à la mise en place d'une grille de lecture, à son application, à l'interpellation, aux sanctions, à la sensibilisation et, à la formation ainsi qu'à la médiation. Enfin, le REPPRELCI se charge d'organiser et de contribuer à réglementer la presse en ligne en Côte d'Ivoire, tout en soutenant la liberté de la presse.

Outre les transformations en lien avec l'économie de production, le numérique sous-tend les stratégies d'adaptation des organes de presse et conditionne également les pratiques scripturales en ligne des contributeurs divers.

4.2. Les transformations portant sur les formes de contenu

La place et le rôle des citoyens en Côte d'Ivoire et au Burkina Faso ont considérablement évolué au cours de cette dernière décennie dans la participation au débat public. Cette participation s'observe dans la presse écrite locale et sur les médias sociaux en ligne : réaction aux articles par des commentaires qui complètent parfois l'information ou suscitent des pistes d'information. Par leurs interventions, ces usagers des médias sociaux s'octroient le statut de

journaliste. C'est ce qu'écrit Sénéchal (2014 : 117) en ces termes : « La démocratisation des moyens de production et de diffusion de l'information a transformé chaque individu singulier en producteur d'information en puissance, concurrent direct, ami parfois, des sources journalistiques installées ». Pour Papacharissi (2009, cité par Assogba, 2016) qui a étudié l'évolution du degré de porosité des frontières entre les journalistes et les citoyens depuis le 20^e siècle, « the citizen is the message ». La révolution numérique a amplifié le phénomène et permet potentiellement à toute source d'information d'être son propre diffuseur de textes et d'images. La nouveauté ici tient à la « dé-médiation » (Tétu, 2008 ; Tétu et Touboul, 2014 cités par Assogba, 2016) des organes de presse facilitée par le numérique. Cette dé-médiation favorise l'extension du territoire du journalisme qui s'enrichit des possibilités de commentaires et de la participation citoyenne en ligne. De plus, cette dé-médiation permet des formes discursives localement adaptées en ligne.

4.2.1. L'extension du territoire du journalisme

La mutation des pratiques journalistiques a entraîné des pratiques d'auto-publication dans la logique des formes de coopération, de mise en relation des individus et de contenus aux fins de mobilisation. Ces pratiques sont faites par des nouveaux acteurs en marge du journalisme professionnel sur des blogs. À propos de ces auto-publications, les participants interrogés ont des réactions mitigées. Pour Brou chez "AIP", « *les commentaires sur les réseaux socionumériques sont utiles ; les débats sont ouverts ; tout le monde participe avec les apports différents ; tout se complète ; les contradictions sont instructives.* » Elvire chez "Infodrome", estime qu'il faut nuancer les choses : « *certains commentaires gâchent le sérieux des idées par les moqueries, l'agressivité ; il ne faut pas publier les propos illicites.* »

Il ressort de ces interventions, la nécessité d'une modération des commentaires sur les espaces d'échange. Les spécialistes de la publication en ligne suggèrent la modération « à priori » que la modération « à postériori ». Avec le web participatif, le slogan « chaque citoyen est un journaliste » pourrait être celui de la « nouvelle économie de la publication qui s'instaure lorsque disparaît tout contrôle éditorial préalable. » (Cardon, 2011 : 38). Les plateformes d'échange facilitent la prise de parole sur l'espace public numérique où professionnel et quidams ont désormais les mêmes statuts.

Ces nouveaux acteurs œuvrent pour combler le fossé qui s'est creusé entre les médias et les citoyens. Ils produisent une information citoyenne sur les réseaux sociaux qui permettent aux quidams de devenir producteur et diffuseurs d'informations. Kalouguine et Merlant (2017) élargissent cette notion d'information citoyenne à toutes les pratiques de « co-production » entre les professionnels de l'information d'une part et simples citoyens et acteurs sociaux d'autre part. Le journalisme citoyen a un contenu éducatif et critique. Il produit à moindre coût et vend au plus grand nombre. Ce type de journalisme se donne une responsabilité sociale par son implication dans la vie de la cité et dans le débat public. Dans cette étude, les pratiques du journalisme citoyen, sont une dimension de la transformation du journalisme classique.

En Côte d'Ivoire et au Burkina, par l'intermédiaire des blogs citoyens cité ci-après, ce journalisme fait cultiver l'esprit critique, incite à l'action et construit le débat public. Certains blogs, parmi tant d'autres en cours d'activité sont :

Balai citoyen Burkina, (<https://web.facebook.com/CitoyenBalayeur/>); *le bancoci*

(<https://www.facebook.com/lebancoci>) ; *Ivoirebusiness*

(<https://www.facebook.com/ivoirebusiness/>).

Ces blogs exploitent les caractéristiques fonctionnelles suivantes en termes de diffusion des informations des réseaux sociaux numériques : immédiateté, récits multimédias, participation, mise en relation multiple, intensification des échanges. Les blogs renforcent la transparence de l'information, permettent la contestation de l'action citoyenne. Les opérations suivantes justifient l'attraction sur les blogs citoyens et la distance prise vis-à-vis des médias traditionnels : faire participer le public à la construction de l'information (démocratie) ; mobiliser autour d'un projet (action citoyenne pour l'intérêt de la collectivité) ; stimuler le débat, la contestation (publicité habermasienne) et transformer la contestation en action concrète (changement social).

Comme on le voit, avec les réseaux sociaux numériques, le journalisme classique est transformé et prend d'autres dimensions dont la participation citoyenne parmi tant d'autres tels que le data journalisme, webdocumentaire, le journalisme mobile.

4.2.2. Nouveaux modes discursifs de production en ligne

Les quidams, promus au rang d'amateurs, utilisent des formats d'expression qu'ils peuvent adopter. Dans le contexte de la nouvelle économie de publication qui s'est instaurée sur le web, tout contrôle éditorial disparaît (Cardon, 2011) et le recours à la communication numérique est de mise. Dans cette communication, le langage SM, le langage électronique (émoticons, émojis), les emprunts et les combinaisons plurilinguismes ont la part belle. La pratique discursive du journalisme reposant sur les "canons rédactionnels" usités s'en trouve profondément transformée. Les technomots et autres symboles divers en usage dans le langage Twitter, WhatsApp, Facebook, sont couramment utilisés dans les pratiques d'écriture des amateurs. Leur langage électronique et la plurisémiotique sont totalement en déphasage avec les modes de traitement linguistique utilisés par les professionnels de la presse écrite. Explorons à ce propos, quelques verbatim de notre corpus des publications faites par les preneurs de parole en ligne (représentés par leurs pseudonymes), sur la pandémie du coronavirus. Ces derniers, réagissant aux messages en rapport avec les mesures barrières et les règles d'hygiène publiées par le Ministère de la santé et de l'hygiène publique, écrivent ce qui suit chacun selon son registre

Verbatim 60 :

« C'est vous qui avez dit que y a coronavirus maladie mortel sans remède se laver la main c'est l'une des seules manières de se protéger. Chaque jours vous crier dans la télé lavez-vous les mains. Mais quand on se reveille matin que l'eau est coupée jusque l'heure la on va se laver les mains comment ? a plus forte raison notre kui... comment coronavirus va pas nous tuer s'il y a pas deau... c'est pas coronavirus qui est dans dangereux... cest vous qui etes dangereux. » Skelly Targe en réponse à @Gouvci

Ce contributeur exprime ses sentiments de frustration dans un registre d'oral/écrit ou graphisme/parlé. Il utilise le "français populaire ivoirien" ; un mélange de son et d'écrit (*kui = anus et fesses et l'heure la = à cette heure*). Dans un style fluide, il exprime son ressenti, ici, la colère du fait des coupures d'eau dans le réseau de distribution, ce qui ne lui permet pas de respecter les mesures d'hygiène. Il charge alors les autorités civiles : *« c'est vous qui etes dangereux. »* Il ressort ici que les espaces numériques de publication autorisent des modes d'expression inédits, jadis impossibles.

Verbatim 68 :

« *J'espère que vous êtes fier de vous. Ce virus est très démocratique. C'est son seul côté positif. Il fait des tris entre les classe et les autres.* » *dosty@sextusdelano* en réponse à *@Gouvci*.

Ici, un quidam parle des personnalités ; cela montre que l'élargissement de la visibilité a permis à cet amateur d'ironiser les personnalités et le mode de propagation de la pandémie. La transformation numérique de l'espace public autorise de nouvelles manières de parler en public avec un style particulier, ignorant l'éthique journalistique.

Verbatim 73 :

« *les malades kon ne voi jamais ki est contaminé nt cest mm pas ki est mort oxii pff ministre la mm nt le voir jamais sur son lieu de travail cad ou il ya des cas pff pauvre cÔte d'ivoire.* » *Jo_by* en réponse à *@Gouvci*

Le style SMS, l'oral-écrit et toute autre forme d'abréviations constituent la trame de cette publication. Bien que ce texte n'obéisse pas à la norme standard de l'écrit journalistique, il reste compréhensible et interprétable à des degrés variables par un public spécifique. Il montre une créativité et un écart à la norme (*kon = que on ; ki = qui ; mm = même ; oxii = aussi ; cad = c'est-à-dire ; pff = dedain, indifférence*) qui illustre la dimension identitaire véhiculée par le discours. Le langage texto est prédominant sur les nouveaux lieux de discussion qui changent la façon d'utiliser la langue officielle ; les contributeurs adaptant leurs pratiques discursives pour convenir aux nouvelles normes.

Verbatim 75 :

« *on est tous en drap du mouvement qui donne pas nom dans le glôglô du monde, c'est un weh qui donne pas nom testé resté, on le welé coronavirus, déjà même ça commencé chez la Chine populaire, actuellement ça djoufa beaucoup d'italien, de français, d'espagnol, aujourd'hui c'est arrivé en côte d'ivoire.* » *@rama* en réponse à *@Gouvci*

Ce post met en exergue une autre variante du discours numérique : le multilinguisme et le pluriculturalisme. Le preneur de parole utilise ici : le français, une langue locale (*welé = appeler, désigner*), un code culturel propre à la génération des jeunes (*glôglô = endroit, localité, région, coins et recoins*) et un code religieux (*djoufa = décès impudique*). Le recours à une telle multiplicité de termes est un véritable écart volontaire à la norme standard de l'écrit journalistique. Une telle pratique discursive n'a été possible que la massification des usages du web qui permet aux amateurs de s'exprimer sans soumettre leurs propos aux filtres éditoriaux.

Verbatim 100 :

@IsraelGuebo. Nous n'en ferons jamais assez. Contre le #Coronavirus, continuons de rappeler les recommandations. C'est essentiel, c'est important. #StopCovid19 ; #Covid19 ; #CivSocial ; #Social #SantéPourTous ; #Solidarité ; #Union ; #CivSanté.

Verbatim 102 :

@criducoeur3.#Social#Partage#DonnerSansRienAttendreEnRetour#AppelsAuxDons#CIV225#Civ Social Nous comptons sur vous, afin de leur éviter une contamination

On note ici la présence des groupes syntaxiques dont la forme souligne le sens : #StopCovid19, #SantéPourTous, #AppelsAuxDons. Ce sont des mots-dièse qui inscrivent le message dans le contexte de la pandémie. Ce sont des outils textuels multimodaux propres à Twitter et qui s'intègrent aujourd'hui dans le discours journalistique. Ces outils servent à interpeller, souligner des propos ou augmenter la visibilité du message et les possibilités de sa reprise par d'autres usagers. #Covid19civ par exemple a été utilisé 5 252 fois dans la semaine du 5 au 11 avril 2020.

La production de formats d'expression en congruence avec les principes du discours numérique tels, le style texto, la plurisémiotité, le plurilinguisme et le pluriculturalisme, constitue l'une des mutations majeures de la pratique journalistique. L'extension du territoire du journalisme (commentaires en ligne et journalisme citoyen) et l'arrivée des quidams amateurs qui publient des contenus divers en (mutation) sont la preuve.

Conclusion

Avec l'avènement du web, des formes d'organisation et des modes de production de contenu journalistique sont mises en œuvre dans les médias classiques en Côte d'Ivoire et au Burkina. Par ailleurs, de nouvelles modalités de l'économie des médias ainsi que les reconfigurations des types de contenus en ligne ou hors ligne ont été adoptés. Ces transformations résultent de la participation des outils web à la réorganisation des nouvelles formes de structuration et logiques de production de contenu. Cette assumption a été mise à l'épreuve avec la stratégie de recherche qualitative et interprétative combinée à celle de l'ethnographie du web ; le traitement des données collectées a abouti à des résultats structurés en deux axes de la transformation journalistique : les transformations en lien avec l'économie de production et les transformations portant sur les formes de contenu. Les transformations en lien avec l'économie de production réfèrent aux stratégies d'adaptation et à la restructuration des organes de presse. Les transformations portant sur les formes de contenu. Une nouvelle économie des médias fondée sur la transformation numérique est donc à l'œuvre dans les pratiques journalistiques en Côte d'Ivoire et au Burkina.

Références bibliographiques

- Assogba H. (2016). « Quand des dispositifs numériques font des publics, des "producteurs" d'information ». *Actes du colloque international. Médias numériques et communication électronique* Les 1^{er}, 2 et 3 juin 2016. Le Havre : UMR IDEE, pp. 497 – 507.
- Badillo, P-Y. et Bourgeois, D. (2018). « Les mutations des médias : quel modèle de destruction « créative » ? Analyse théorique et étude du cas des médias suisses ». Paris : SFSIC, *Colloque; Création, créativité et médiations*. Actes vol. 2 : modèles et stratégies d'acteurs, pp 282-303.
- Breton, P. et Proulx, S. (2006). Usages des technologies de l'information et de la communication in *L'explosion de la communication. Introduction aux théories et aux pratiques de la communication*. Paris : La Découverte, Collection « Grands Repères, p. 251-276 (quatrième édition augmentée : 2012).
- Cardon, D. (2011). *La démocratie Internet, Promesses et limites*. Paris : Éditions du Seuil et la République des Idées.
- Cardon, D. (2019). *Culture numérique*. Paris : Presses de Sciences Po.
- Carlino, V. (2017). « Le newsgame, une écriture journalistique à part entière ? », Université de Lorraine, Centre de recherche sur les médiations, En ligne, URL :
- Charon, J.-M., (2011). Les médias à l'ère numérique, in *Les Cahiers du Journalisme*, n°22/23, pp. 14-27. https://www.cahiersdujournalisme.net/pdf/22_23/01_CHARON.pdf. Consulté le 20/09/2020
- Charron, J. et De Bonville, J. Brin, C. (2004). *Nature et transformations du journalisme. Théories et recherches empiriques*. Québec : Les presses de l'Université Laval.

- F. Demers, 2007, Vol. 1, n°1 | 2007 : De TIS à tic & société : dix ans après, « Déstructuration et restructuration du journalisme », *Tic et société*, N. 1, Vol. 1, En ligne, URL : <https://journals.openedition.org/ticetsociete/298> (Consulté, le 5/5/2019).
- Folon, J. (2015). *Le printemps numérique, comment la révolution digitale a modifié la société de l'enseignement et les entreprises*. Paris : Edition, Pimento corporate.
- Gueham, F. (2017). L'industrie des médias à l'ère numérique, in *Technologies*, URL : <https://www.contrepoints.org/2017/03/17/284241-lindustrie-medias-a-lere-numerique>, consulté le 12/11/2020.
- https://hal.univ-lorraine.fr/hal-01497630/file/newsgame_écriture.pdf (Consulté le 12/08/2020).
- Kalouguine, T. et Merlant, P. (2017). *Informers sans être journaliste, Guide pratique et éthique en 50 questions*. Alliance-journalistes.net, Collection Journalismisme responsable. Hors-série.
- Laville, C. (2008). Journalismisme : former au changement. Comment les formations se saisissent des transformations du journalisme, *Médiamorphose*. N°24, pp 92-96. Consulté le 20 janvier 2020. URL <http://documents.irevues.inist.fr/handle/2042/28292>
- Le Ray, E. (2017). *Le journal sans les journalistes ou le cinquième pouvoir des gens ordinaires*, éditions Libertés numériques, EPC@ELN, Montréal.
- Liautard, D. et al. (2011). Les nouvelles frontières de la médiation journalistique à l'heure du web 2.0. *Médiamorphose*. N°24, pp 113-118. Consulté le 20 janvier 2020. URL http://documents.irevues.inist.fr/bitstream/handle/2042/28295/MediaMorphoses_2008_24_113.pdf?sequence=1
- Mercier, A. et Pignard-Cheynel, N. (2016). Mutations du journalisme à l'ère du numérique : un état des travaux. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, SFSIC, < 10.4000 / rfsic.1097>. <hal-01310987>
- Ouendji, N. (2008), *Les journalistes à l'heure du téléphone portable : usages et enjeux dans les médias camerounais : réflexions à la lumière de l'expérience française*, thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, Université Bordeaux 3.
- Pignard-Cheynel, N. et Dievoet, L. (2019). *Journalisme mobile : usages informationnels, stratégies éditoriales et pratiques journalistiques*, Deboeck supérieur, Bruxelles.
- Rebillard, F. (2006). « L'information journalistique sur Internet, entre diffusion mass-médiatique et circulation réticulaire de l'actualité », in Broudoux E., Charton G., (dir), *Document numérique et société – Actes du colloque DocSoc*, Paris : ADBS Editions, 2006, pp. 213-226.
- Rebillard, F. et Smyrnaio, N. (2019), « Quelle "plateformisation" de l'information ? Collusion socioéconomique et dilution éditoriale entre les entreprises médiatiques et les infomédiaires de l'Internet. », *tic&société*, vol. 13, no 1-2, p. 247-293.
- Rebillard, F., Smyrnaio, N. (2010). « Les infomédiaires, au coeur de la filière de l'information en ligne. Les cas de Google, Wikio et Paperblog », *Réseaux*, N. 160-161, Vol. 2-3, pp. 163-194, En ligne, URL : <https://www.cairn.info/revues-reseaux-2010-2-page-163.htm> (Consulté le 20/03/2020).
- Schumpeter, J. (1999). *Théorie de l'évolution économique. Recherches sur le profit, le crédit, l'intérêt* : Editeur : Editions Dalloz - Sirey; Édition : Rééd. (3 décembre 1999). Réimpression de la 2e édition de 1935
- Sénéchal, C. (2014). *Médias contre médias : la société du spectacle face à la révolution numérique*. Les prairies ordinaires. Paris.
- Sokhna, F. (2017), *La presse en ligne en Afrique francophone. Dynamiques et défis d'une filière en construction*, Paris, éditions L'Harmattan, 236 p.

Sonnac, N. et Le Floch, P. (2013). *Économie de la presse à l'ère numérique*. Paris : La Découverte. Col. Repères

Tacyana, A. et Tiago, S. (2016). La crise du journalisme à l'ère du numérique : mise à l'épreuve pour le prouver. *Actes du colloque international. Médias numériques et communication électronique* Les 1^{er}, 2 et 3 juin 2016. Le Havre : UMR IDEE, pp. 645 – 654.

Yaméogo, L. (2020). « Journaliste de rang ou journalistes touche-à-tout : l'identité du journalisme spécialisé au Burkina Faso », in *Journalismes spécialisés à l'ère numérique*, Presses de l'Université de Laval, 2020, pp. 147-166.