

Communication en Question

www.comenquestion.com

n° 4, Juin / Juillet 2015

ISSN : 2306 - 5184

MEDIAS NUMERIQUES ET MONDIALISATION DE L'INFORMATION DANS L'ESPACE FRANCOPHONE : VERS UN AGENDA SETTING TRANSNATIONAL

*Digital media and globalization of information in the French speaking
world: towards a transnational agenda setting*

Jean-Jacques Maomra BOGUI¹

Maitre-assistant

Université Félix Houphouët-Boigny d'Abidjan

boguim@yahoo.fr

Myriam MONTAGUT-LOBJOIT²

Université Michel de Montaigne, Bordeaux 3

lobjoit@free.fr

Olga LODOMBE³

Université Michel de Montaigne, Bordeaux 3

lodombe@yahoo.fr

77

¹ Jean-Jacques Maomra Bogui est maître-assistant à l'Université Félix Houphouët-Boigny d'Abidjan (Côte d'Ivoire) et professeur associé au département de communication sociale et publique de l'Université du Québec à Montréal (UQAM). Ses intérêts de recherche portent sur les usages et l'appropriation des technologies numériques, l'internationalisation des communications et la réception des biens culturels.

² Myriam Montagut-Lobjoit est chercheure en sciences de l'information et de la communication au sein du laboratoire MICA de l'Université Bordeaux 3. Le fil conducteur de ses travaux concerne l'étude des changements sociotechniques propres au rapprochement entre médias et TIC. Elle s'intéresse notamment à l'évolution des médias et aux nouvelles pratiques associées au phénomène de mondialisation de l'information ainsi qu'à la communication audiovisuelle appliquée au développement durable.

³ Olga Lodombé est chercheure associée en SIC au sein du laboratoire MICA de l'Université de Bordeaux 3 et formatrice en français et en communication à ECOFAC Évolution du Mans (France). Elle est également membre du réseau européen EUTIC. Ses travaux portent sur les enjeux et usages des TIC. Elle est auteure et co-auteure d'ouvrages, Elle publie régulièrement dans des revues internationales.

RESUME

La récente ouverture des frontières aux contenus informationnels provoque une situation inédite d'accès à l'information. On oublie qu'il y a à peine trente ans il était très difficile pour un français d'accéder à une émission de télévision espagnole alors qu'il lui est désormais possible de réaliser une revue de presse des titres de n'importe quel pays. Là où les gouvernants pouvaient œuvrer pour une logique de protection de l'opinion publique ou « d'intérêts nationaux », il leur faut maintenant composer avec les yeux et les oreilles du monde. Compte tenu de cette diffusion transnationale de l'information d'actualité, une question peut se poser : est-ce que tous les citoyens du monde sont susceptibles de subir la même influence via les médias concernant l'actualité internationale, ou bien existe-t-il des spécificités en fonction des territoires? Nous analyserons dans notre étude la perception qu'ont de jeunes citoyens de l'espace francophone de l'actualité politique internationale. Bien que l'étude des opinions ne puisse pas se réduire aux seuls effets des médias de masse, l'objectif de ce travail est de mettre en évidence l'existence -ou l'absence- d'une forme d'agenda setting à l'échelle internationale. En somme, notre étude propose de répondre à la question suivante : Existe-t-il, du fait des nouveaux médias, une mondialisation des centres d'intérêt et des opinions?

78

Mots clés : Mondialisation, médias, TIC, opinion, agenda setting, citoyenneté

ABSTRACT

The recent opening of borders to information content causes an unprecedented situation of access to information. We forget that there are just thirty years it was very difficult for a French to reach a Spanish television broadcast so that it is now possible to perform a review of press headlines from any country. Where governments could work towards a logic of protection of the public or "national interests", they must now cope with the eyes and ears of the world. Given the transnational dissemination of news, a question may arise: is that all citizens of the world are likely to suffer the same influence over the media about international news, or does exist -it specificities depending on the region?

We will analyze in our study that have the perception of young people in the francophone area of international politics. Although the study of opinions cannot be reduced to the effects of mass media, the objective of this work is to highlight the existence-or the absence-a form of agenda setting in internationally. In summary, our study aims to answer the following question: Is it because of new media, globalization of interests and opinions?

Keywords: Globalization, Media, ICT, opinion, agenda setting, citizenship

Introduction

Le rapprochement entre les médias traditionnels et les technologies de l'information et de la communication (TIC) est à l'origine d'une mondialisation de l'information. Désormais, quasiment chaque individu dans le monde peut accéder à des contenus qui sont potentiellement accessibles à n'importe quelle autre personne, grâce à la démocratisation d'Internet et du satellite (si tant est qu'elle soit équipée du matériel de réception adéquat). C'est une véritable explosion des flux qui s'est opérée en moins d'une décennie et qui propose entre autres effets, une vitrine de l'actualité internationale aux citoyens des différents pays.

La récente ouverture des frontières aux contenus informationnels provoque une situation inédite d'accès à l'information. On oublie qu'il y a à peine trente ans il était très difficile pour un français d'accéder à une émission de télévision espagnole alors qu'il lui est désormais possible de réaliser une revue de presse des titres de n'importe quel pays. Là où les gouvernants pouvaient œuvrer pour une logique de protection de l'opinion publique ou « d'intérêts nationaux », il leur faut maintenant composer avec les yeux et les oreilles du monde. Compte tenu de cette diffusion transnationale de l'information d'actualité, une question peut se poser : est-ce que tous les citoyens du monde sont susceptibles de subir la même influence via les médias concernant l'actualité internationale, ou bien existe-t-il des spécificités en fonction des territoires?

79

Cet article propose d'observer sous un angle essentiellement fonctionnaliste un des effets de cette « globalisation » de l'information sur la construction d'une opinion personnelle concernant les faits d'actualité. Dans la mesure où notre étude porte sur les effets de la diffusion d'information et de connaissances, nous nous appuierons particulièrement sur la théorie de l'agenda setting élaborée par Maxwell Mc Combs et Donald Shaw en 1972. Nous analyserons dans notre étude la perception qu'ont de jeunes citoyens de l'espace francophone de l'actualité politique internationale. Bien que l'étude des opinions ne puisse pas se réduire aux seuls effets des médias de masse, l'objectif de ce travail est de mettre en évidence l'existence — ou l'absence — d'une forme d'agenda setting à l'échelle internationale. En résumé, notre étude propose de répondre à la question suivante : existe-t-il, du fait des nouveaux médias, une mondialisation des centres d'intérêt et des opinions? Ce travail

s'appuie sur une recherche de terrain réalisée auprès d'étudiants français et ivoiriens. Il s'est agi de recueillir auprès d'eux des données sur leur façon d'accéder à l'actualité politique internationale, et la manière dont ils analysent celle-ci en termes de priorités et d'opinion.

Il convient de préciser dans cette introduction que les travaux présentés ici se positionnent comme une étude exploratoire sur le sujet. Le choix d'étudier les États français et ivoirien résulte de plusieurs facteurs qui sont liés à la variété de signification des territorialités : le territoire linguistique (les deux pays partagent la même langue, ce qui favorise grandement les échanges de contenus), le territoire culturel (par la relation coloniale historique liant ces deux nations tout en opposant culture africaine et culture occidentale) et enfin le territoire social (opposant le nord au sud du fait des différences de richesse constatées sur cet axe). À la fois donc liés et différents ces deux terrains peuvent offrir une première lecture de l'influence des médias sur la nouvelle composition des publics à la fois homogène, car utilisant les mêmes outils (techniques et sémantiques) et hétérogènes du fait des importantes variables culturelles liées au caractère transnational des échanges. Le travail proposé ici se présente comme une entrée à une étude plus complète sur l'analyse des effets de la mondialisation de l'information. Nous nous sommes donc appuyés sur une démarche globale fonctionnaliste, et avons fait appel à la théorie de l'agenda-setting pour soutenir l'observation d'effets communs qui sont liés aux notions d'intérêt et d'opinion.

Cet article sera composé de trois parties. Une première partie sera consacrée aux aspects théoriques de la communication de masse, et notamment aux études menées sur l'impact des médias sur la construction des opinions. Une seconde partie développera le concept d'agenda setting ainsi que les caractéristiques de cette théorie à l'heure du numérique. Enfin une dernière partie présentera le dispositif expérimental ainsi que les différents résultats et perspectives de cette étude préliminaire réalisée au cours du mois de février 2009. Nous concluons par un regard critique sur les phénomènes observés.

1. Approches théoriques de la communication de masse

L'apparition des médias de masse a fait fortement évoluer les processus de communication entre les individus. Depuis le milieu du 20^e siècle, des chercheurs se sont employés à comprendre les mécanismes à l'œuvre, pour mettre en évidence le rôle joué par les médias au sein de la société. Différentes approches théoriques ont été développées et correspondaient aux problématiques sociales et politiques du cadre de référence des chercheurs. En effet, les questions relatives aux interactions entre médias et société étaient très différentes selon que l'on se situe en Europe ou aux États-Unis. Car si chacun s'accorde à donner un « pouvoir » aux médias, l'analyse de celui-ci porte aussi bien sur leurs effets, sur la relation qu'ils entretiennent avec d'autres « pouvoirs », sur ce que le public en fait, en attend, en perçoit ou en pense. Il n'y a jamais véritablement eu de théorie globale sur la communication de masse, mais des points de vue qui correspondaient à des terrains particuliers, qu'ils soient géographiques, historiques, économiques, politiques ou sociaux.

Comme l'affirme Francis Balle (2005 : 519) :

« Depuis l'essor de la grande presse, la réflexion sur les médias a suivi toutes les fluctuations de l'opinion (...). Marquée par l'esprit du temps et les événements de l'actualité, chaque époque éclaire ainsi la réflexion sous un jour particulier (...). Loin de s'exclure, ces diverses approches s'enrichissent et se complètent les unes les autres : leurs diagnostics nous aident à penser le rôle et la place des médias dans la société »

81

Dans son ouvrage intitulé *Sociologie de la communication de masse*, Judith Lazar (1991 : 31-43) distingue dans cette multitude de travaux, trois grandes orientations théoriques dans l'étude des médias : l'approche fonctionnaliste, les approches critiques et d'autres aux contours plus étroits dont la théorie du déterminisme technique.

1.1. L'approche fonctionnaliste

Sur le principe, la théorie fonctionnaliste s'intéresse aux conséquences des effets des médias sur la société, en fonction des « besoins sociaux » exprimés (ordre, intégration, continuité, etc.).

Avec sa célèbre formule « Qui dit quoi à qui par quel canal et avec quel effet? », Harold Lasswell (cité dans Armand et Michèle Mattellart, 1997 : 20) offre en 1948 un cadre conceptuel à cette approche en désignant autant de secteurs de recherche (analyse du contrôle, analyse du contenu, analyse des médias ou supports, analyse de l'audience et analyse des effets). Selon lui, les processus de communication remplissent trois fonctions principales dans la société, une fonction de surveillance de l'environnement (par le traitement de l'information), une fonction de mise en relation des composantes de la société, et une fonction de transmission de l'héritage social.

Paul Lazarsfeld et Robert Merton y ajoutent une quatrième, celle de divertissement, et complexifient le schéma en distinguant les fonctions (favorables) des dysfonctions (gênantes) de la communication de masse, ainsi que ses conséquences voulues (manifestes) ou latentes (involontaires) à partir des intentions de l'émetteur (Armand et Michèle Mattellart, 1997 : 21). Ces fonctions étant des dimensions ayant une valeur uniquement analytique, chaque cas étudié peut-être analysé en fonction d'une seule ou des quatre dimensions.

82

Charles Wright, même s'il considère cette approche comme un guide précieux, invitera les chercheurs à se méfier des « pièges » du fonctionnalisme, d'une part, en limitant l'étude aux conséquences qui semblent être importantes au niveau de la continuité et/ou du changement de la société ou de la culture et, d'autre part, en mettant en garde sur la confusion possible entre les fonctions / dysfonctions observées et les notions subjectives de bien et de mal (Judith Lazar, 1991 : 33).

Il est possible d'étudier les fonctions sur des groupes spécifiques (âge, origine ethnique, etc.) ou leur impact sur le système culturel d'une société : des informations apportées d'une autre société peuvent enrichir la culture locale, comme menacer un pouvoir ou l'intégrité de cette même culture locale par l'invasion d'une autre culture.

Alors que d'un côté la communication de masse facilite l'unification d'une société et augmente sa cohésion (par les fonctions), la présentation stéréotypée d'une culture de masse par les médias peut inversement conduire à la perte de la variété régionale ou ethnique (dysfonctions).

1.2. Théories critiques

L'approche critique regroupe quant à elle diverses théories inspirées du marxisme. Sur le principe, et en prenant le contrepied de l'idée selon laquelle la société sort gagnante de l'utilisation des médias de masse, elle considère qu'ils servent essentiellement à renforcer l'idéologie capitaliste. L'école de Francfort, fondée par Max Horkheimer, a théorisé à travers différents travaux, la « culture de masse » et s'est attachée à analyser les contextes dans lesquels se déroulent les communications, pour mettre en évidence une forme de dissimulation des pouvoirs sur les citoyens.

Herbert Marcuse (1968) a décrit l'aliénation résultant de cette manipulation sous-jacente en même temps que Jürgen Habermas (1987) dénonçait le déclin de l'espace public. Sans rentrer plus avant dans le détail, on pourra retenir que de ces approches essentiellement philosophiques, découle la nécessaire analyse du risque lié à la concentration des médias et par là même à la limitation de la diversité de l'opinion exprimée. Comme Serge Halimi (1997) l'a développé dans son ouvrage *Les nouveaux chiens de garde*, les hommes politiques et les journalistes entretiennent des liens consensuels du fait d'une base économique elle-même liée au système politique par le législatif et l'action des lobbies.

1.3. Du déterminisme technique à l'analyse des effets

La théorie du déterminisme technique et les autres théories s'éloignent de ces deux grandes approches fonctionnaliste et critique, en proposant des analyses sur les effets des médias de masse en isolant un facteur particulier. Le déterminisme technique propose de considérer le rôle de la nature technique du média dans la structuration de la pensée et par extension de la société. On retiendra particulièrement les thèses d'Harold Innis (1951) et Marshall McLuhan (1964) qui bénéficient d'un regain d'intérêt depuis l'avènement de la technologie numérique. On peut également citer les théories isolant la qualité de l'opinion des récepteurs et mettant en évidence la complexité des relations liant individus-médias-opinion publique : la « spirale du silence » de Elisabeth Noëlle-Neumann (1993) qui considère l'effet coercitif des médias sur la capacité des individus à exprimer un point de vue différent de celui de « la masse » dont sont représentatifs les médias, la « Théorie de la culture » de George Gerbner (1986) qui

étudie le rôle de la télévision dans les processus de construction de la représentation du réel, ou encore la théorie de l'« Agenda setting » de Donald Shaw et Maxwell Mc Combs (1972 et 1993) que nous développerons amplement ci-après.

2. La théorie de l'agenda setting et ses caractéristiques à l'ère du numérique

2.1. Principes

Lorsqu'ils ont développé leur théorie de l'agenda setting, Donald Shaw et Maxwell Mc Combs (1972) ont mis en évidence deux niveaux d'action des médias de masse sur le public : sur nos centres d'attention et sur notre compréhension des affaires publiques. La définition large qu'ils ont accordée à « l'effet d'agenda des médias de masse » est que ce qui est traité comme important par les médias est perçu comme important par le public. L'agenda des médias, en devenant agenda du public, conditionne l'importance à accorder aux différents faits d'actualité. Pour résumer les fondements de cette théorie, ces chercheurs ont analysé, d'une part, le traitement médiatique d'une information et, d'autre part, les préoccupations des citoyens au niveau de l'actualité.

Dans un premier temps, concernant l'analyse du traitement de l'information, selon eux, deux niveaux d'observations peuvent être faits : d'une part sur le plan de l'information elle-même (ici c'est la manière dont elle est traitée dans la durée qui prévaut) et, d'autre part, au plan du média (fonction du choix du traitement de l'information et de la ligne éditoriale choisie). Dans un second temps, pour connaître les faits d'actualité importants pour les usagers, les différents groupes de recherche dirigés par M. Mc Combs, depuis la fin des années 60, ont simplement posé la question suivante : « Quelle est la chose la plus importante dans le pays en ce moment? » Les réponses recueillies étaient alors identiques aux résultats de l'analyse du traitement de l'information. Les effets de base de l'agenda setting concernent notamment l'attention portée par le public aux questions d'ordre public, aux personnalités, mais également à des sujets tels que le sport ou les entreprises. Deux niveaux d'action de cet effet ont été relevés, au niveau des objets (nos centres d'attention) et au niveau des caractéristiques de ces objets (notre compréhension des affaires publiques). Pour ce dernier point, il est à noter que les médias mettent en avant seulement certaines caractéristiques des

objets, ce qui fausse l'aspect de l'objet dans sa globalité et notamment lorsqu'il est présenté isolément de son contexte. L'effet d'agenda ainsi mis en évidence montre la manière dont les médias de masse deviennent contributeurs de l'opinion publique. Pour eux, cet effet répond à un « besoin d'orientation » du public, même si une limite existe et qui consiste en un « droit de veto ».

2.2. La nouvelle donne numérique

L'agenda-setting est étudié depuis plus de 40 ans, mais depuis l'arrivée d'internet de nouvelles questions se posent : les nouveaux médias, compte tenu de la diversité des thèmes traités, font-ils de l'agenda setting? Voit-on arriver la fin de celui-ci et par là même la fin d'un certain consensus social? Pour Maxwell Mc Combs, la réponse à la première question est oui, l'influence des médias sur l'opinion publique se fait de la même manière. La seconde question est pour lui plus subtile. La nouvelle donne médiatique liée à la multiplicité des sources d'information pose la question de la fin de l'agenda-setting et donc du consensus social qui y est lié. Ses dernières études montrent toutefois plus une évolution qu'une échéance à cet effet. Trois facteurs pourraient à priori contribuer à la fin de l'effet d'agenda et du consensus social qui y est lié : un accès large à internet, l'utilisation de nombreuses sources sur internet et des « agendas » différents entre ces sources. Pour lui, ces trois conditions sont à remplir pour voir la fin de l'agenda-setting. La question qui se pose est « est-ce que ces trois conditions sont remplies aujourd'hui? ».

85

La première condition serait remplie : le nombre d'internautes est en croissance constante, mais le conditionnel reste de mise dans la mesure où les usagers de l'internet sont sensiblement différents de l'ensemble des usagers des médias de masse « traditionnels » (persistance relative des inforiches / infopauvres). Concernant la seconde condition, comme pour la télévision par câble aux États-Unis, seules quelques sources donnent les informations qui sont diffusées (permanence du rôle majeur des agences de presse) et d'autre part, malgré l'atomisation des références, la concentration sur quelques médias reste forte (James T. Hamilton, 2006). Par exemple, les cinq premiers sites web de journaux américains comptent pour 41,4 % des liens trouvés sur internet vers les cent premiers journaux, ce qui est une concentration encore plus forte que pour les journaux papier.

La troisième condition, qui interroge la réalité de l'atomisation des différents agendas entre les médias, est également à relativiser. En effet, de nombreuses similitudes existent entre eux et seraient dues à l'existence de valeurs et de normes au sein de la profession de journaliste. On pourrait compléter cette appréciation par la pérennité du travail des agences de presse auprès de médias de plus en plus nombreux. Pour illustrer cette permanence de l'effet d'agenda, Mc Combs et Shaw se sont également appuyés sur le degré de corrélation existant entre les traitements médiatiques de différents médias sur son étude de 1968 et une autre de 2004. En 1968, entre cinq journaux et deux chaînes de télévision, le coefficient de corrélation était très important ($r=0.81$) et montrait une similitude dans le traitement de l'information entre les supports.

En 2004, en analysant trois types de sources d'information en ligne : portails (Yahoo et Google news), journaux en ligne (New York Times et Washington Post), télévision en ligne (CNN et MSNBC), là encore le coefficient de corrélation reste important avec $r=0.68$ pour les pages d'accueil et $r=0.78$ pour les trois premiers titres! En résumé, les médias d'information à l'ère numérique font encore de l'agenda-setting (ceci est d'autant plus logique que les médias traditionnels sont souvent propriétaires des sites internet). Selon lui, on ne peut donc pas encore parler de la fin de cette large influence des médias sur la construction de l'opinion publique par l'agenda setting. Nous assistons plutôt à l'heure actuelle à une période de transition, d'évolution des médias de masse et de leurs effets.

3. Du global au local : étude et analyse comparée des opinions sur l'information d'actualité entre les territoires français et ivoirien

3.1. Méthodologie

Considérant le rapprochement qui s'est opéré entre médias traditionnels et TIC (internet et télévision par satellite notamment) et la mondialisation des flux d'information qui en a découlé, nous nous sommes posé la question des effets que pouvait avoir ce phénomène sur les opinions des récepteurs situés sur deux territoires différents. Ce questionnement est d'autant plus à propos que nous avons assisté à une concentration des médias et à un rôle

croissant des agences de presse dans la production des sources informatives. Est-ce qu'au bout de cette chaîne éditoriale « mondialisée », les opinions sont susceptibles de le devenir? Est-ce que le spectre d'une homogénéisation culturelle devient une réalité?

Autant de questions, qui sans appeler de réponses formelles du fait de la complexité des relations sociales et culturelles, invitent à l'observation des perceptions des individus (sur l'objet « information d'actualité ») à travers l'étude de territoires culturels distincts d'une même sphère linguistique.

Pour ce faire, nous avons choisi comme objet d'étude les perceptions qu'ont les jeunes ivoiriens et français de l'information d'actualité. Cette cible nous a permis de respecter les contraintes suivantes : cultures différentes, territoires différents, partage d'une même langue (français), et mêmes canaux d'information. Nous avons opté pour un recueil de données par le biais d'un questionnaire dont les différentes questions ont été traitées pour deux d'entre elles quantitativement et pour une autre qualitativement.

Nous avons constitué un échantillon aléatoire de 215 individus parmi nos étudiants français et ivoiriens. Rappelons ici que cette étude est préliminaire à un travail plus vaste portant sur cette thématique de la mondialisation de l'information dans l'espace francophone. Cet échantillon n'a donc pas vocation à être représentatif d'une population, il n'est utilisé ici qu'à titre exploratoire. Ont été interrogés, des étudiants de niveau Bac+1 à Bac+3, âgés de 18 à 25 ans, provenant des établissements universitaires suivants : l'Institut des Sciences et Techniques de la Communication (ISTC) et l'Université Catholique d'Afrique de l'Ouest (UCAO) pour la Côte d'Ivoire ; l'IUT A de l'université Paul Sabatier de Toulouse et l'Institut de Communication et des Technologies numériques (ICOMTEC) de l'université de Poitiers pour la France.

Concernant les modalités, le questionnaire a été administré au cours du mois de février 2009 aux enquêtés dans leurs salles de cours, en présence de l'enquêteur qui prenait soin de proscrire tout échange verbal entre les enquêtés pouvant porter atteinte à la sincérité des réponses et biaiser les résultats. Il s'agissait pour eux de répondre à 3 questions (avec plusieurs modalités) :

- question 1 : indiquer les trois sujets d'actualité internationale qui ont le plus marqué leur esprit durant les douze derniers mois (sujets d'actualité),
- question 2 : donner les raisons de cet intérêt pour le sujet qui aura fait l'objet de leur premier choix (opinion sur les sujets),
- question 3 : préciser leurs préférences médiatiques pour s'informer sur l'actualité internationale (pratiques médiatiques).

3.2. Les sujets d'actualité : vers une information mondialisée?

Concernant la première question, les résultats de notre enquête nous montrent que les deux sujets d'actualité internationale traités par les médias en 2008 qui ont particulièrement marqué les enquêtés sont (dans l'ordre) : l'élection présidentielle aux États-Unis et la crise économique mondiale. Cependant, si l'élection américaine a été de très loin le sujet qui a le plus intéressé les jeunes ivoiriens (65,9 % de citations contre 29,7 % pour la crise économique mondiale), l'écart concernant ces deux premiers sujets d'actualité est beaucoup plus réduit chez les étudiants français (71,5 % pour le premier sujet contre 62,6 % pour le second). Concernant l'ensemble des réponses, le rapprochement des 51 sujets évoqués au total en 2 sujets (cités le plus fréquemment) et 10 grands thèmes fait apparaître le tableau suivant :

	Etudiants ivoiriens	Etudiants français	Total
Election B. Obama	65.9 %	71.5 %	69.3 %
Crise économique mondiale	29.7 %	62.6 %	48.4 %
Evènements sportifs internationaux (9)	29.7 %	36.6 %	33.5 %
Politique et évènements d'actualité en Europe (10)	8.8 %	39.8 %	26.5 %
Politique et évènements d'actualité en Afrique (10)	58.3 %	0.8 %	24.7 %
Conflits au Moyen-Orient (3)	15.4 %	17.9 %	16.7 %
Ressources énergétiques / environnement (5)	6.6 %	6.5 %	6.5 %
Polémiques autour de Benoît 16 (2)	0.0 %	7.3 %	4.2 %
Politique et évènements d'actualité aux E.U. (2)	4.4 %	2.4 %	3.3 %
Sciences et nouvelles	1.1 %	3.3 %	2.3 %

technologies(3)			
Politique et événements d'actualité en Asie (3)	2.2 %	2.4 %	2.2 %
Evènements culturels (2)	3.3 %	0.0 %	1.4 %
Total	100 %	100 %	100 %

Tableau 1 : Thèmes d'actualité internationale cités
(% = nombres de sujets cités par thème entre parenthèses)

On notera, pour compléter nos observations que les réponses communes se font autour de 6 grands sujets et thèmes fédérateurs (> 10 %) avec néanmoins une polarisation sur des sujets concernant géographiquement l'Afrique pour les ivoiriens et inversement pour des sujets concernant l'Europe pour les Français. Les conflits au Moyen-Orient (notamment le conflit israélo-palestinien) ont été quant à eux cités sensiblement dans les mêmes proportions entre nos deux groupes. La citation de sujets sur des faits se déroulant en Asie, en Australie, en Russie, en Amérique du Sud, en Amérique centrale aura été infime ou nulle. Cela signifie qu'un effet d'agenda transnational est constaté en même temps qu'un effet culturel identitaire reste pérenne. Alors que certains grands sujets fédèrent les centres d'intérêt à l'échelle internationale, une place est laissée à l'actualité de terrains géographiquement proches (58,3 % des Ivoiriens et 39,5 % des Français ont cité au moins un sujet relevant de leur continent d'origine).

89

D'autres sujets, comme le conflit israélo-palestinien ou de grands événements sportifs comme la Champions League, suscitent l'intérêt dans des proportions similaires. On peut attribuer ces résultats à deux facteurs : soit la permanence du traitement de l'information dans le temps (Palestine), soit la forte décharge émotionnelle suscitée (sport). Si on s'attache aux thématiques, trois grands thèmes sont plébiscités par le public quel que soit le territoire d'origine : Les faits politico-économiques des États-Unis (l'origine de la « crise mondiale » étant très souvent imputée à une conséquence du système libéral américain), les faits politiques et sociaux de pays du continent d'origine et les grands rendez-vous sportifs (CHAN, Champions League, Jeux olympiques).

On remarquera que les premiers et troisième thèmes sont communs aux deux territoires et illustrent l'effet d'agenda alors que le second thème y déroge. On observe ici une sorte d'équilibre sur l'ensemble des centres d'intérêt informatifs opérant entre le

global et le local, avec d'une part, une prééminence commune des grands faits internationaux en rapport avec la politique des USA, et d'autre part une quasi-absence d'intérêt en termes de priorités pour le reste du monde et les questions religieuses.

3.3. La question des opinions : entre consensus universel et ancrage culturel

Pour la seconde question, c'est un traitement qualitatif qui a été opéré. Nous avons analysé les aspects sémantiques des réponses pour en faire ressortir les grandes tendances. Comme nous avons demandé aux étudiants de s'exprimer uniquement sur le sujet cité en premier choix, l'essentiel des commentaires a porté sur l'élection d'Obama et la crise mondiale pour les deux populations interrogées. Les étudiants français ont également commenté les JO de Pékin dont la médiatisation a rendu visible de « petits pays » et mis en avant les « valeurs sportives », tout en reconnaissant tout simplement « aimer le sport ». Les étudiants ivoiriens ont quant à eux mis l'accent sur l'instabilité politique qui règne dans plusieurs pays d'Afrique, les « problèmes de gouvernance » auxquels il faut faire face sur ce continent sont évoqués.

L'analyse des opinions des enquêtés sur l'élection américaine laisse apparaître que si le « symbole d'égalité entre les races », « d'espoir pour le peuple noir longtemps marginalisé, voire sous-estimé » selon certains répondants, de « changement de mentalité » et de « maturité démocratique du peuple américain » est très présent dans les réponses des personnes interrogées, ce sentiment est surtout partagé par les étudiants ivoiriens.

Ces derniers n'hésitent pas à voir l'ascension de Barack Obama comme un espoir pour la jeunesse africaine, comme une preuve que la compétence n'a pas de couleur. Si les étudiants français partagent en partie cette même opinion, force est de constater que bon nombre d'entre eux ont mis l'accent dans leurs réponses sur la « nouvelle ère politique » qu'ils espèrent voir s'ouvrir pour le monde. C'est également « la fin du régime républicain » qui est évoqué, régime symbolisé par George W. Bush au sujet duquel ils expriment de nombreuses critiques. Ils ont également souvent insisté dans leurs réponses sur la « nécessité d'une nouvelle politique internationale des États-Unis ». Une discussion avec ces étudiants, postérieure à l'enquête, aura fait exprimer le fait que pour nombre d'entre eux, les appréciations relatives à la couleur de

peau ou à l'origine ethnique posent problème et qu'il est donc difficile de les coucher sur papier.

L'expression orale aura permis de rejoindre les opinions exprimées par les étudiants ivoiriens sur la valeur symbolique forte, pour toute personne dans le monde, que véhicule le fait qu'un noir soit à la tête de la première puissance mondiale, puissance fortement imprégnée dans l'opinion de son passé ségrégationniste. Par ailleurs, « l'extraordinaire médiatisation » de cette élection présidentielle américaine aura également marqué les esprits, un certain nombre de répondants ivoiriens et français ont indiqué avoir trouvé les médias « partisans et particulièrement favorables au candidat démocrate », même si « l'obamania » leur convenait sur le plan des idées.

Concernant la crise économique, pour les étudiants français comme pour les étudiants ivoiriens c'est « la dimension internationale de la crise » « venue des États-Unis » qui aura marqué les esprits. La gestion calamiteuse des subprimes est très régulièrement citée. Les conséquences de celle-ci sur le chômage, et sur le quotidien sont des préoccupations essentiellement citées par les Français. A la lecture des réponses, même si certains tentent une justification à ce choix, l'impression qui domine est que cette crise mondiale n'a pas de contours très précis pour une grande majorité des répondants. Elle se dessine comme le spectre d'un avenir sombre, quelque chose d'assez vague, mais suffisamment prégnant malgré tout pour être cité par 48 % des personnes. Elle résulte probablement d'une inquiétude généralisée à l'égard d'un avenir proche que ne ressemblera à rien de connu, dont l'absence d'antériorité angoisse, et dont la cause est la mondialisation au sens large (aux plans de la géopolitique, de l'information, de l'économie,...).

3.4. Pratiques médiatiques : la télévision plébiscitée au nord comme au sud

Concernant la troisième question, la télévision est incontestablement le média le plus utilisé par l'ensemble des étudiants pour suivre l'actualité internationale (79,1 % chez les Ivoiriens et 88,6 % chez leurs homologues français). Cependant contrairement aux répondants ivoiriens dont la radio (avec 70,3 % des citations) est le second média préféré pour s'informer sur

l'actualité internationale, les personnes interrogées sur le territoire français font d'Internet leur second choix (81,3 %).

	Média préféré		Choix 2		Choix 3 ou plus		Total	
	France	CIV	France	CIV	France	CIV	France	CIV
Télévision	51.2 %	62.6 %	25.2 %	11 %	12.2	5.5 %	88.6 %	79.1 %
Internet	22.8 %	9.9 %	33.3 %	20.9	25.2	32.9 %	81.3 %	63.7 %
Radio	4.1 %	6.6 %	18.7 %	24.2	44.7	39.5	67.5	70.3 %
Presse écrite	3.3 %	0 %	10.6 %	18.7	48.7	46.1 %	62.6 %	64.8 %
Pas d'intérêt pour les actualités	12.2 %	1.1 %	0 %	0 %	3.2 %	1.1 %	15.4 %	2.2 %

Tableau 2 : Choix préférentiel des médias pour s'informer

La chaîne de télévision française d'information internationale en continue *France 24* et la chaîne de télévision généraliste francophone internationale *TV5*, sont avec respectivement 78 % et 29,9 % de citations, les deux chaînes les plus utilisées par les enquêtés ivoiriens pour obtenir des informations internationales. Cette dernière arrive juste devant la première chaîne de la télévision publique nationale ivoirienne (26,4 %). En France ce sont les deux chaînes nationales de télévision : la publique France 2 (50,4 %) et la privée TF1 (39,8 %) qui ont la préférence des enquêtés pour l'actualité internationale. En ce qui concerne la radio, Radio France Internationale (RFI) est de loin la chaîne de radio la plus utilisée par les enquêtés ivoiriens pour s'informer sur ce qui se passe hors des frontières de leur pays (61,5 %), loin devant la chaîne nationale de Radio Côte d'Ivoire (16,5 %). Les étudiants interrogés en France ont cité en majorité la radio France Inter (24,4 %). Enfin, pour ce qui est de la presse écrite c'est le quotidien national *Fraternité Matin* (51,6 %) qui vient largement en tête chez les enquêtés ivoiriens, loin devant le mensuel panafricain *Jeune Afrique* (8,8 %).

Les répondants français originaires pour la plupart de la région toulousaine s'informent principalement à travers le quotidien régional *La dépêche du midi* (20,3 %) et le quotidien national *Le Monde* (18,7 %). Une discussion proposée en cours avec une partie des étudiants français, portant sur les principaux résultats de l'étude, fera toutefois apparaître qu'aucun d'entre eux n'achète de journaux. Sur la toile c'est le moteur de recherche Google qui a la faveur des Internautes ivoiriens (33 %) suivie de Yahoo (22 %).

En France, c'est plutôt le site Internet du quotidien le monde, lemonde.fr qui est le plus cité par les enquêtés pour recueillir de l'information internationale. Les résultats, concernant l'usage de l'internet pour accéder à des informations d'actualité, auront particulièrement retenu notre attention dans la mesure où les sites émanant de médias traditionnels subissent une concurrence importante des moteurs et annuaires de recherche. En Côte d'Ivoire, ces derniers sont même devenus les médias de référence.

	Etudiants ivoiriens	Etudiants français
Portails internet de « médias traditionnels » (presse écrite, Télévision, radio)	24.2 %	58.5 %
Sites de moteurs de recherche et annuaires du net	63.7 %	42.3 %
Sites d'information et portails du net (sites dédiés)	8.8 %	13.8 %
Agences de presse en ligne	0.8 %	0.0 %
Total	100 %	100 %

Tableau 3 : Sites internet visités pour accéder aux informations d'actualité

Deux médias sont donc partagés par les ivoiriens et les français et sont les outils de l'effet d'agenda transnational constaté : la télévision et internet. Si l'on ne considère donc que ces deux-là, il est intéressant de voir comment le média neuf qu'est Internet s'est imposé dans le monde de l'information dans ces pays. Il est encore plus étonnant de voir la place prise par les fournisseurs d'accès et concepteurs software dans ce paysage. Leur grande force est d'avoir une visibilité systématique auprès des usagers (les titres d'information s'imposent à eux et sont strictement similaires dans un même espace linguistique) contrairement à la télévision (qui nécessite une action de la part des téléspectateurs).

Conclusion

En guise de conclusion, et pour observer une approche plus critique du sujet, on peut dire que le phénomène soulève de nombreuses questions et autant d'inquiétudes. De prime abord, les résultats de notre étude confortent la thèse de Maxwell Mc Combs et Donald Shaw sur le fait que les médias ont de fortes influences sur la formation de l'opinion publique. Ceux-ci attirent l'attention de l'audience sur certains événements et en négligent d'autres. À défaut de pouvoir influencer sur la manière de penser du public, ils ont la capacité d'indexer l'information et de restituer ainsi une

forme « d'air du temps ». C'est donc le principe de l'agenda-setting, que confirme au moins partiellement ce travail. Le choix de l'élection présidentielle aux États-Unis et de la crise économique mondiale comme sujets ayant le plus retenu l'attention au cours des douze derniers mois précédent l'enquête, aussi bien par les étudiants ivoiriens que par les étudiants français en est une illustration. On peut donc à juste titre penser que le développement des technologies numériques a pour conséquence effective une homogénéisation de l'effet d'agenda setting à l'échelle internationale. Toutefois, ce constat n'est pas sans dysfonctions (effectives ou probables) au plan culturel, et soulève de nombreuses questions. Concernant la liberté de la presse liée au statut des journalistes, plusieurs réflexions émergent. Tout semble indiquer un « pouvoir » accru des médias du fait de cette influence transfrontière, en même temps que les médias par leurs regroupements se placent comme des valeurs économiques. Dans un système où les multinationales s'adressent à un multi-public, avec des préoccupations essentiellement économiques et des contraintes politiques différentes parfois opposés, quelle place peut trouver l'expression journalistique et le journalisme d'opinion? D'autre part, l'impact culturel pro-occidental et notamment anglo-saxon se présente comme une évidence, faut-il dès lors s'inquiéter un peu plus des effets possibles d'une homogénéisation culturelle ? Cette question n'est pas nouvelle, mais elle se voit néanmoins remise à l'ordre du jour au regard de la circulation actuelle des flux informatifs. Alors on peut toujours adopter le regard de Jean-Pierre Warnier qui, de sa perception d'ethnologue, voit se transformer les sociétés tout en préservant leur particularité. Néanmoins, lorsque l'on tente de prendre du recul, la France ressemble de plus en plus fâcheusement au modèle aseptisé de société proposé par « l'american dream », il suffit de regarder quelques images de l'INA datant du début des années 1970 pour s'en convaincre.

Est-ce que nous nous dirigeons, via l'action des médias, vers un système social normatif universel et dont les espaces publics auraient fusionné avec des espaces linguistiques plutôt que géographiques? Bien que prospectives et à l'heure actuelle quelques peu fantaisistes, ces questions illustrent les problématiques qui se posent désormais autour de la circulation inédite des flux d'information sur la planète, et qui ouvrent autant de pistes de réflexion.

Bibliographie

Abeles, M. (2008). *Anthropologie de la globalisation*, Paris : Payot

Akoun, A. (1997). *Sociologie des communications de masse*, Paris : Hachette supérieur

Balle, F. (2005). *Médias et sociétés*, Paris : Montchrestien

Castells, M. (2001), *la galaxie Internet*, Paris : Fayard

Gerbner, G.; Gross, L.; Morgan, M.; Signorelli, N. (1986), "Living with television: the dynamics of the cultivation process", in J. Bryant & d. Zillman (dir.), *Perspectives on media effects*, Erlbaum, Hillsdale, pp. 17-40;

Habermas J. (1987), *Théorie de l'agir communicationnel*, Paris : fayard

Halimi S. (1997), *Les nouveaux chiens de garde*, paris : liber-raisons d'agir ;

Hamilton J. T. (2006), *How the news that's fit to sell : how the market transforms information into news*, princeton: princeton university press;

Humi p., (2003), « mondialisation et information », conférence utls, paris, 16 juillet 2003 .

URL :https://www.canalu.tv/video/universite_de_tous_les_savoirs/mondialisation_et_information.1347 (Consulté le 20 août 2015)

Innis H. (1951), *The bias of communication*, Toronto: university of toronto press;

Lazar J. (1991), *Sociologie de la communication de masse*, paris : armand colin ;

Marcuse H. (1968), *L'homme unidimensionnel*, paris : éditions de minuit ;

Mattelart A. et Mattelart M (1997), *Histoire des théories de la communication*, paris : la découverte ;

Mc Combs, M.; Shaw, D. , (1972), ” The agenda-setting function of mass media”, in *Public Opinion Quaterly* (36), 2; pp. 176-187;

Mc Combs, M.; Shaw, D. (1993), . “The evolution of agenda-setting : twenty-five years in the market of ideas”, in *Journal of communication* (43), 2.

Mc Luhan M., 1970, *Pour comprendre les média*, HMH, Montréal, (édition originale en anglais publiée par New York, McGraw-Hill, 1964)

Miege B. (2007), *La société conquise par la communication*, Grenoble : pug ;

Noëlle-Neumann E. (1993), “public opinion: the spiral of silence, public opinion— our social skin”, chicago: university of chicago press.

Warnier J-P, (2003), « les sociétés face à la mondialisation des flux culturels », conférence utls, paris, 13 juillet 2003.

URL :https://www.canalu.tv/video/universite_de_tous_les_savoirs/les_societes_face_a_la_mondialisation_des_flux_culturels.1344 (20 août 2015)