

Acteurs et représentations de la communication de développement

Michael Chuddy Onu

Michael Chuddy Onu est docteur en Sciences de l'information et de la communication. Domaines d'intérêt en recherche : communication et développement ; programmes de communication interactive pour la modification des comportements.

Plan

Le contexte mondial

Le contexte national

Références bibliographiques

La thèse de doctorat dont on lira ici les conclusions est une évaluation multidimensionnelle des implications politiques, économiques et universitaires du concept de communication de développement (1). En nous appuyant méthodiquement sur des analyses documentaires, des observations personnelles, ainsi que sur des entretiens directs et semi-directs, nous avons procédé à une étude contextuelle des acteurs de la communication de développement, et découvert que la théorie de la communication de développement est sollicitée et mise en pratique dans la gestion des transitions démocratiques.

L'idéologie de la communication de développement est donc impliquée dans la gestion des mutations politiques telles que les indépendances des pays d'Afrique, la guerre froide, la chute du mur de Berlin et la tendance actuelle vers la mondialisation. On tend à l'utiliser pour maintenir le *statu quo* ou l'hégémonie des pouvoirs politiques. Ce sont aussi ces transformations politiques qui ont en fait conduit à une évolution de la communication de développement.

Tenant également compte des difficultés liées à l'identification des approches principales de la communication de développement, nous avons établi trois catégories d'approches : politiques, économiques et sociales. En général, ces trois catégories d'approches reflètent trois objectifs incitateurs des actions de la communication de développement. Elles se conforment aussi à trois dimensions de la communication, la communication comme idéologie, la communication comme technologie et la communication comme valeur relationnelle. De ce fait, les approches sont complémentaires. La nouvelle stratégie de l'Unesco dans le domaine de la communication internationale sert d'exemple pour démontrer cette complémentarité. En effet, nous proposons une relecture de l'émergence du concept de communication de développement qui permet aussi de distinguer trois catégories d'acteurs : les initiateurs du développement ; les relayeurs du développement et les bénéficiaires du développement.

Ces acteurs sont repérés et étudiés en rapport avec deux contextes de la communication de développement : le contexte national et le contexte mondial. En découvrant le sens que les acteurs prêtent à leurs propres actions, nous constatons que les fonctions du

.....

1. Michael Chuddy Onu, *Éléments pour l'évaluation de la communication de développement au Nigeria*, Thèse de doctorat de sciences de l'information et de la communication, université Stendhal-Grenoble 3, juillet 1998.

concept de communication de développement sont plus implicites qu'explicites. Insistons enfin sur le fait que l'évaluation du concept doit prendre en compte la spécificité des contextes nationaux et mondiaux dont il tire sa signification et sa valeur.

LE CONTEXTE MONDIAL

Ce contexte représente le champ de l'émergence et de l'élaboration intellectuelle de la théorie de communication de développement. Cette théorie relève d'une vision occidentale élaborée dans le domaine de la communication internationale comme une prescription au sous-développement du Tiers-Monde. Il s'agit donc d'une exportation du concept aux pays en voie de développement. Les facteurs qui déterminent son origine sont étudiés dans leurs contextes intellectuels, politiques et sociaux. Ce sont en fait les facteurs politiques qui dominent.

Dans le contexte social, deux transformations principales de la société moderne semblent fonder la mise en rapport communication-développement. Il s'agit de l'émergence des nouvelles nations indépendantes du Tiers-Monde dans les années soixante qui coïncide avec l'explosion de la communication dans les pays industrialisés. Le fait que ces pays industrialisés soient aussi les pays où se concentrent les technologies de la communication conduit à penser que les pays du Tiers-Monde ont besoin de cette technologie occidentale pour sortir du sous-développement. Ces transformations sociales ont fait naître deux phénomènes : l'impératif communicationnel et l'impératif du développement national, les tentatives consistant à penser les rapports entre la communication et le développement.

Dans le contexte politique, l'importance du concept de communication de développement s'affirme dans les politiques des relations internationales dès les années cinquante. Les liens du concept avec la Guerre froide, l'occidentalisation des pays en développement et la hiérarchisation du pouvoir mondial sont démontrés.

Nous affirmons aussi que le concept de développement dont la définition est restée pendant des siècles une prérogative occidentale est une manifestation du pouvoir dominant. Ainsi, tout progrès social qui ne s'évalue pas selon les critères occidentaux n'est pas considéré comme générateur du développement social. Nous avons découvert également que ce raisonnement est au cœur des travaux intellectuels sur lesquels se fonde la communication de développement. Everett Rogers, l'un des auteurs pionniers, ne considère pas les triomphes culturels et historiques de l'Égypte ou de la Chine comme un développement, tout simplement parce qu'ils ne se mesurent pas en dollars :

« India, China, Persia and Egypt were old, old centers of civilisations... Their rich cultures had in fact provided the basis of contemporary western cultures... their family life displayed a warmer intimacy and their artistic triumphs were greater, that was not development. It could not be measured in dollars and cents. » (2)

Beaucoup d'autres penseurs sociaux ont modelé la notion de développement dans cette logique quantitative occidentale. C'est le cas d'auteurs tels que Daniel Lerner et Wilbur Schramm. Aussi, l'aide internationale pour le développement de la communication devient une stratégie d'influence sur les pays en voie de développement. Les États-Unis

.....

2. Everett Rogers, *Communication and development*, Sage, Beverly Hills, 1976, p. 124, cité par Jan Servaes *et al.*, *Integrated approaches to development communication, A study and training package*, Paris, (Unesco, 1991, p. 11).

« L'Inde, la Chine, la Perse et l'Égypte sont des centres anciens de civilisations... Leurs riches cultures ont en fait servi de base aux cultures occidentales contemporaines... l'intimité de leur vie de famille était plus chaleureuse et leurs triomphes artistiques étaient aussi plus grands. Tout cela n'était pas du développement. On ne pouvait pas le mesurer en dollars ou en cents ». (Traduction de l'auteur).

ont systématiquement employé l'aide au développement comme une stratégie de la guerre froide en plus du déploiement massif des armes de dissuasion, l'établissement des alliances militaires et l'utilisation des sanctions économiques afin d'affaiblir l'idéologie communiste. L'observation fournie par Daniel Lerner en 1949 montre que le motif principal d'associer la communication au développement est de rendre la stratégie de développement plus efficace comme moyen de promouvoir l'hégémonie américaine face à l'ancien bloc soviétique :

« *In its "cold war" with the Soviet Union... the United States is offering mainly dollars (...) to produce more "good things of life" (...) Should it turn out that (...) the good things we offer are not adequate competition against the "better world" offered by the Soviets, we shall need some new policy decisions (...). Here we shall need to consult the intelligence specialists (the propagandist) – rather than or in addition to the diplomat, the economist, and the soldier.* » (3)

La communication de développement s'est en fait conceptualisée dans le cadre de la communication internationale. C'est en 1952 qu'un groupe de chercheurs américains (American Association for Public Opinion Research, l'AAPOR) a inauguré la recherche dans ce domaine (4). Cette nouvelle orientation de la recherche s'est donné pour objectif principal l'étude de l'opinion publique internationale en rapport avec les médias américains. Leo Lowenthal décrit cet axe de recherche comme une nouvelle science issue de l'expérience du transfert de la technologie ainsi que de l'intéressement des gouvernements aux médias :

« *This infant science was born of practical expediency. Two trends have fostered it : the spreading of the technological means of communication into the non-industrialized areas of the world, and the expanding activities of governments in spreading their information and propaganda through the world, utilizing various communication methods in a more or less systematic way.* » (5)

Cette description de l'origine de la communication internationale permet d'observer le motif politico-commercial sur lequel elle se fonde. En fait, elle est une tentative pour assigner à la communication un rôle propagandiste en faveur de l'idéologie capitaliste dans le processus de la Guerre froide. Les remarques de Harold Lasswell portent quelques précisions quant à la nature et à la fonction de la recherche en communication internationale :

« *We can see in communication research a positive factor in the laborious time-consuming process by which the non-Soviet world is being transformed into a unified body politics... Research on communication has its most direct function to fulfil by modifying the attention structure in the non-Soviet world at strategic points... A common frame of world attention...*

.....

3. Roham Samarajiwa, « Murky beginnings of Devcom », in *Rethinking development communication*, Neville Jayaweera *et al* eds., Singapour, Amic, 1987, p. 6-7. « Dans leur guerre froide avec l'Union Soviétique... les États-Unis offrent principalement le dollar (...) afin de produire plus de "bonnes choses de la vie" (...). Si éventuellement (...) les bonnes choses que nous offrons ne sont pas adéquates pour concurrencer "le monde meilleur" offert par les Soviétiques, nous aurons besoin de nouvelles décisions politiques (...). Pour cela nous aurons besoin de consulter les spécialistes du service secret (les propagandistes) – au lieu de ou en plus du diplomate, de l'économiste et du soldat. » (Traduction de l'auteur).

4. Leo Lowenthal, ed. *Public Opinion Quarterly*, vol. 16, n° 4, 1952, p. 705.

5. *Ibid.* (Introduction) « Cette nouvelle science est née d'une expérience pratique. Elle est issue de deux tendances : la croissance de moyens technologiques de communication dans les pays non industrialisés et l'intéressement accéléré des gouvernements à l'utilisation plus ou moins systématique de différentes méthodes de communication pour diffuser des informations et des propagandes. » (Traduction de l'auteur).

will clarify the identity of genuine allies and enemies in the actual and potential alignments that arise in the building of a united body politic for the free world ». (6)

C'est dans ce même esprit que le livre de Daniel Lerner, *The passing of traditional society*, a été écrit (7). Ce livre est une référence classique dans le domaine de la communication de développement. Or, analyser le début de la communication de développement dans ces contextes permet de constater que le développement auquel s'associe la communication est, d'une part, déterminé davantage par des paramètres politiques que par les paramètres sociaux ; d'autre part motivé davantage par les intérêts des pays acteurs que par les problèmes des pays bénéficiaires ; enfin qu'il est un événement dû plus à des causes exogènes qu'à des causes endogènes.

Les initiateurs de l'action sont en général les pays occidentaux et les organisations internationales de développement, notamment l'Unesco. Les gouvernements des pays en voie de développement sont alors pris pour des relayeurs de l'initiative occidentale dans leur pays. L'accent est mis sur la croissance médiatique comme structure de base et condition préalable au développement national. Les pays en voie de développement sont ainsi incités à accroître leur capacité médiatique en s'ouvrant à la fois au marché de la technologie moderne et à la libre diffusion des informations dominées par la culture occidentale.

Sur la scène politique internationale, les acteurs politiques des pays en voie de développement ont tenté de devenir des initiateurs de la communication de développement. Cette volonté se concrétise par le lancement du Nouvel ordre mondial de l'information et de la communication (le Nomic) à la fin des années soixante-dix. Cette réaction tiers-mondiste au modèle d'assistanat occidental a suscité des polémiques qui ont provoqué une contre-réaction de la part de l'Unesco en 1990. Celui-ci a donc adopté une nouvelle stratégie d'action.

La nouvelle stratégie de l'Unesco a tendance à remettre l'Organisme parmi les premiers acteurs du développement de la communication dans le monde. Elle a aussi tendance à faire émerger une nouvelle catégorie de relayeurs de la communication de développement. Il s'agit de substituer les professionnels des médias aux acteurs politiques des pays en voie de développement. Ce changement a pour objectif principal la promotion de la libre circulation de l'information à travers le développement d'une presse indépendante et pluraliste. La plupart des programmes préparés à cet égard sont consacrés à la presse rurale.

Or, le problème de l'analphabétisme se pose plus dans les populations rurales que dans les populations urbaines. On observe cependant que les projets pour la communication rurale ne sont ni précédés ni accompagnés d'un programme assez significatif d'alphabétisation. Il s'avère aussi que la plupart des pays étudiés sont confrontés au pluralisme linguistique. Dans le cas du Nigeria il y a approximativement deux cent ethnies, chacune ayant sa propre langue. La plupart des langues ne sont pas assez développées pour être un véritable moyen de communication écrite. Elles demeurent

.....

6. Rohan Samarajiva, *op. cit.*, p. 6. « On peut reconnaître que la recherche en communication a un facteur positif par rapport au moyen douloureux et intensif par lequel le monde non soviétique se constitue un corps politique unifié... La recherche en communication a un rôle important à remplir en modifiant l'attitude du monde non soviétique situé dans les zones stratégiques... Une vision du monde commune (...) distinguera nettement l'ennemi de l'allié dans le processus d'alignement actuel et potentiel qui a donné lieu à l'établissement d'un bloc politique du monde démocratique ». (Traduction de l'auteur).

7. Daniel Lerner, *The passing of traditional society. Modernizing the Middle East*, New-York, The Free Press, 1958.

des supports de la tradition orale. Constatant ces faits, il apparaît donc que les programmes de l'Unesco sont déterminés plus en fonction de l'intérêt politique de l'Organisme que par rapport aux besoins sociaux ressentis. Ces programmes ont alors la tendance à favoriser la communication gouvernementale.

Une étude des nouvelles demandes d'aide à l'Unesco formulées par les pays d'Afrique anglophone montre également que, dans la plupart des cas, ces pays demandent en fait le renouvellement des « projets achevés ». La formule consistant à diviser un projet en plusieurs phases est souvent utilisée. En outre, le système de répartition des projets ne motive pas la participation financière des pays africains aux fonds recueillis pour les projets. Le Nigeria dont la contribution financière à ce programme est la plus importante d'Afrique se trouve parmi les pays les plus défavorisés par le système de l'Unesco. Le mécanisme d'évaluation des projets doit donc revaloriser le système d'assistanat occidental dans le domaine de la communication.

LE CONTEXTE NATIONAL

Le contexte national de la communication de développement représente le lieu de la transposition et de l'adoption du concept. Le cas spécifique du Nigeria est pris comme exemple pour démontrer la capacité des acteurs politiques et universitaires africains à s'approprier le concept pour penser la politique et la communication africaines. Les acteurs politiques deviennent ainsi les initiateurs de la communication de développement. Les médias publics avec lesquels ces acteurs entretiennent des relations de connivence jouent alors le rôle de relayeurs des actions gouvernementales.

Au Nigeria, la notion de communication de développement constitue la base philosophique de la politique nationale de communication. Cette politique nationale a exploité la généralisation du rôle des médias et l'illusion de la participation des citoyens au processus national de prise de décisions pour légitimer et crédibiliser les politiques ; renforcer le *statu quo* et éloigner les citoyens du contrôle du pouvoir ; maintenir l'emprise étatique des médias audiovisuels et valoriser les statuts disciplinaires des sciences de la communication. À la recherche d'une crédibilité politique, le chef de l'État nigérian avait précisé :

« Comme administration, nous avons déclaré notre engagement à un processus de prise de décision qui sera toujours guidé par les principes de discussion et de consultation. Nous adhérons aux principes fondamentaux de la démocratie et nous y adhérons afin de nous soulager de la méfiance du peuple. » (8)

Ce discours témoigne, d'une part, de la crise de confiance qui a touché les pouvoirs publics, et d'autre part, de la détermination de l'État d'adopter une politique communicationnelle comme moyen de sortir de la crise. Il s'agit en fait de trouver des arguments susceptibles de légitimer la complicité État-Médias. Dans les analyses de la politique nationale de communication du Nigeria, le concept de communication de développement apparaît donc comme une idéologie de pouvoir que le gouvernement utilise à la fois pour s'emparer davantage des médias et pour renforcer son influence, mais aussi comme une idéologie promotionnelle de l'enthousiasme qui consiste à penser que la communication, en tant que concept d'action et moyen technologique, peut résoudre tous les problèmes du développement national.

.....

8. Traduction de l'auteur. Le discours du Chef de l'État est publié dans *Les Rapports du Bureau Politique*, mars 1987, p. 226.

Dans les pays en voie de développement en général et au Nigeria en particulier, la communication de développement se présente aussi comme une branche d'études universitaires en plein essor. Bien que les études soient en général disséminées dans d'autres disciplines universitaires, la communication de développement bénéficie de plus en plus de la reconnaissance académique. Ce phénomène, comme celui de la croissance des écoles de communication dans ces pays, constitue une valorisation des statuts disciplinaires des sciences de la communication. D'une part, il y a une tendance à la professionnalisation des études en communication de développement au Nigeria ; d'autre part, la politique nationale de l'emploi ne reconnaît pas la spécificité de ce domaine d'étude dans le cadre des métiers nécessitant une formation en communication.

Cette rupture entre la tendance disciplinaire et la politique d'emploi vis-à-vis de la communication de développement s'explique notamment par deux hypothèses. La première hypothèse est la perspective trop généraliste du rôle de la communication dans le processus de développement national. Elle ne permet pas d'identifier la spécificité de la discipline. La deuxième hypothèse est la politisation de la communication de développement au service du gouvernement en place.

Néanmoins, les tentatives actuelles des acteurs africains d'expliquer la communication africaine à partir du concept de communication de développement sont révélatrices d'une évolution importante du concept. Elles permettent aussi une éventuelle réintégration de « *loramedia* » (9) comme composante intégrante de la stratégie communicationnelle pour le développement.

.....

9. *L'oramedia* est l'utilisation des moyens traditionnels comme technologie de la communication en Afrique.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES**Origine, approches et évolution de la communication de développement**

Casmir (F.) éd., *Communication in development*, New Jersey, Ablex Publishing Corporation, 1991.

De Sola Pool (I.), « Le rôle de la communication dans le processus de la modernisation et du changement technologique », in B. Hoselitz et W. Moore, *Industrialisation and Society*, Paris, Unesco, 1963.

FAO, *Rapport de la Table Ronde sur la communication pour le développement*, Rome, 3-6 septembre 1991.

Golding (P.), « Media role in national development : critique of a theoretical orthodoxy », *Journal of communication* vol. 24, n° 3, 1974.

Hancock (A.), *Communication planning revisited*, Paris, Unesco, 1992.

Jayaweera (N.) et Amunugama (S.) édcs., *Rethinking development communication*, Singapore, Amic, 1987.

Journal of communication vol. 29, n° 3, 1979.

Lerner (D.), *The passing of traditional society. Modernising the Middle East*, New York, The Free Press, 1958.

Lowenthal (L.) éd., *Public Opinion Quarterly*, vol. 16, n° 4, 1952.

Macbride (S.) éd., « Many voices, one world », *Communication and society. Today and tomorrow*, Paris, Unesco, 1980.

Mattelart (A.), *La communication-Monde*, Paris, Editions la Découverte, 1992.

Mayo (J.) et al., *Approaches to development communication* (édcs.), Paris, Unesco, 1994.

Menon (V.), « What hope for the future of development communication? » in *Media Development*, n° 2, 1986.

Mcnamara (R.), *The essence of security*, Harper & Row, New York, 1968.

Pye (L.) *Politics, personality and nation-building, Burma's search for identity*, New Haven, Yale University Press, 1962.

Rogers (E. M.) et al., *Modernisation among peasants : the impact of communication*, New York, Holt, Rinehart et Winston, 1969.

Schramm (W.) et Lerner (D.) édcs., *Communication and change – The last ten years and the next*, Honolulu, The University Press of Hawaii, 1976.

Schramm (W.), *Mass media and national development*, Stanford University Press et Unesco, 1964.

Servaes (J.) et al. édcs., *Integrated approaches to development communication – A study and training package*, Paris, Unesco, 1991.

The International Journal for Mass Communication Studies, vol. 52, n° 2, 1993.

Unesco, *Afrique Communication. Bilan des activités*, Unesco, 1988.

Unesco, *La Nouvelle Stratégie de la communication*, Paris, Unesco, 1994.

Unesco, *Rapport sur la communication dans le monde*, Paris, Unesco, 1997.

Unesco, *Statistical Reports and Studies*, n° 29, 1987.

Unesco, *Textes fondamentaux sur la communication 1989-1995*, Paris, Unesco, 1997.

Unesco, *World communication report*, Paris, Unesco, 1995.

Unesco, *World communication report*, Paris, Unesco, 1989.

Unesco, *Mass media in the developing countries*, paper n° 33, Paris, Unesco, 1961.

Unesco, *Unesco Activities in the matter of free flow of information and freedom of expression*, document de la Division Unesco de la communication, Paris, 5 avril 1993.

La notion de communication de développement dans les politiques nationales africaines

ACCE, *The new world information and communication order : Implication for Africa*, (Rapport du conseil africain de la communication éducative), 1983.

ACCE, *Communication and democratic process in Africa* (6th biennial conference), Nigeria, 1988.

Boafo (K.), « Formulating comprehensive national communication policy for countries : a framework », *Africa Media Review*, vol. 1, n° 1, Nairobi, ACCE, 1989.

Fed. Rep. Of Nigeria, *Report of the political bureau*, mars 1987.

Fed. Rep. Of Nigeria, *National mass communication policy*, 1990.

Nnaemeka (T.) et al. éd.s., *Philosophy and dimensions of national communication policy*, vols. 1 et 2, Ibadan, Spectrum Books, 1989.

Raff (R. D.) éd., *Communication for national development : a lesson from experience*, Cambridge, (Eigeschlager, Gunn et Hain), 1983.

Hamelink (C.), *Cultural autonomy in global communications. Planning national information policy*, New York, Longman, 1983.

Ogan (C.), « Development journalism/communication : The status of the concept », in *Gazette*, vol. 1, n° 2, 1982, p. 3-13.

Okigbo (C.), « American communication theories and African communication research : Need for a philosophy of African communication », *Africa Media Review*, vol. 1, n° 2, Nairobi, ACCE, 1987.

Onu (M.C.), *La communication de développement : composant de la politique nationale de communication du Nigéria*, Mémoire de DSR, université Stendhal, Grenoble 3, novembre 1994.

Uche (U.), « Mass communication and cultural identity: the unresolved issue of national sovereignty and cultural autonomy in the wake of new communication technologies », *Africa Media Review*, vol. 3, n° 1, 1988.

Ugboajah (F.), « Oramedia or traditional media as Africa communication options for rural development in Africa », *Communicatio Socialis Yearbook*, Indore, Inde, Satprakashan, 1982.

Unesco, *Broadcasting for development in Zambia* vol. I, II, III, Paris, Unesco-Gouvernement de la Zambie, 1989.

Unesco, « Les conseils nationaux de la politique de communication », *Études et documents d'information*, n° 83, Paris, Unesco, 1979.

Unesco, *Rapport final du séminaire pour le développement d'une presse africaine indépendante et pluraliste*, Windhœk, mai 1991.