

## Appel à contribution

# Quand le néo-populisme par ses formes reconfigure le paysage des médias sociaux en Afrique

### Résumé :

Phénomène souvent en lien avec la crise de la représentation politique et le retour aux nationalismes en Europe, le populisme prend d'autres reconfigurations en Afrique. Il est favorisé par les pratiques de prédation, de mal gouvernance et de politiques publiques ne garantissant pas un avenir meilleur aux jeunes. À travers des actions, mouvements et discours protestataires, ces acteurs du populisme se positionnent comme porte-paroles, défenseurs des intérêts du peuple, pourfendeurs des connivences entre systèmes politiques en place et systèmes coloniaux. Cette tendance politique connaît une propagation fulgurante depuis l'essor et la généralisation des médias sociaux. De nouvelles catégories d'acteurs, établies dans leur pays d'origine ou dans la diaspora, se servent des possibilités d'expression et de communication qu'offrent les médias sociaux pour y mener des actions de militantisme visant l'intérêt de la population. Se situant dans une perspective des sciences de l'information et de la communication, le présent appel à contribution entend donc saisir et analyser ce qui s'apparente comme le néo-populisme générant ainsi de nouvelles catégories d'acteurs qui agissent sur ce terrain.

### Argumentaire :

Faire du populisme, être populiste, tenir un discours populiste. Ces phrases relèvent parfois d'un sens commun. Pourtant, il n'est pas évident de proposer une définition précise de cette notion. Souvent utilisé par les *mainstream* médias, elle réfère aux acteurs politiques qui critiquent leurs adversaires au nom du peuple ou en se réclamant de celui-ci. Le populisme peut tout aussi bien revêtir une posture discursive, idéologique, à savoir défendre les valeurs du peuple, en le mettant au centre de son combat, de ses prises de position publiques. Il est souvent aussi considéré comme un instrument au service du politique afin d'instrumentaliser les masses populaires. Né de la Rome Antique, le terme populisme est, sur le plan étymologique, associé à celui de « *populus* », c'est-à-dire « *peuple* ». Apparue en 1912, la version française du mot « *populisme* » est indissociable des références au peuple, aux « *gens d'en bas* », aux démunis et classes populaires et paupérisés. Selon Ernesto Laclau (2015), le populisme désigne une posture permettant de constituer un peuple en sujet politique et d'unir des groupes sociaux hétérogènes.

Dans la plupart de pays européens où le phénomène populiste connaît une expansion fulgurante, il est parfois expliqué par des facteurs tels que la crise de la démocratie et de la représentation politique, le retour aux nationalismes, la protection des identités nationales dans un contexte de mondialisation. Son expression, dans ce cas, s'accompagne d'une dialectique opposant parfois le « *nous* » et le « *eux* ». L'instrumentalisation du populisme a parfois fait émerger plusieurs figures d'acteurs et de partis politiques dans le jeu politique et électoral. Certaines y ont souvent eu recours afin de gagner en visibilité. C'est le cas notamment en Italie avec le Mouvement des 5 étoiles, en France avec Éric Zemmour, aux États-Unis d'Amérique avec Donald Trump pour ne citer que ces exemples. Cela dit, le terrain d'expression du populisme peut être multiple : *mainstream* médias, mobilisations de rue, affiches de campagne, slogans politiques, espaces publics médiatiques et socionumériques, etc. Avec l'explosion des dispositifs protéiformes de communication favorisés par le développement des technologies de l'information et de la communication (TIC), le numérique constitue de nos jours le réceptacle de nouvelles formes de populisme et aucune partie du monde n'est exempt de ce phénomène.

Partout dans les grandes capitales africaines, une montée de nouvelles formes de populisme est perceptible. Ce néo-populisme génère autant de nouvelles formes que de catégories d'acteurs, vivant dans le pays ou établies dans la diaspora. À travers discours protestataires, ils se positionnent comme porte-paroles, défenseurs des intérêts du peuple et pourfendeurs des connivences entre les élites politiques africaines et les systèmes coloniaux. Si certaines de leurs actions opèrent dans l'espace public physique, d'autres ont, de plus en plus, recours aux médias sociaux pour plus de visibilité. Analyser les discours numériques des mouvements populistes et les enjeux infocommunicationnels, les modes et répertoires de l'action collective en ligne, les formes de communication qui émergent et les trajectoires des acteurs du populisme, ce sont, entre autres, les objectifs épistémologiques que ce projet éditorial entend atteindre. Articulé autour de la thématique : « Quand le néo-populisme par ses formes reconfigure le paysage des médias sociaux en Afrique », il est question de saisir à partir des possibilités d'expression et de structuration de discours contestataires comment le néo-populisme se déploie sur les médias sociaux, par quel discours, par quels acteurs, quels dispositifs info-communicationnels et pour quelle portée (symbolique, axiologique, performative, etc.). Les propositions de contribution attendues doivent relever plus spécifiquement du champ des sciences de l'information et de la communication et devront s'inscrire, de manière non exhaustive, dans l'un des axes thématiques ci-après :

#### - **Axe 1 : Discours numériques des mouvements néo-populistes**

Les mouvements néo-populistes s'appuient sur un discours révolutionnaire, se caractérisant par la volonté de répandre une idéologie panafricaine. Énoncé notamment par Nkwame Nkrumah, le panafricanisme connaît une seconde vie depuis l'émergence de nouveaux acteurs, se positionnant comme défenseurs des intérêts et identités africaines et animé par la volonté de rupture vis-à-vis des puissances colonisatrices. Les stratégies d'énonciation mises en œuvre sont plus légitimées par les enjeux de défense des intérêts du peuple. Ces discours trouvent un écho favorable, notamment dans des espaces alternatifs d'expression tels que les médias sociaux. Afin de persuader leurs interlocuteurs, les néo-populistes véhiculent le discours de la rupture : rupture avec le système colonial, avec les accords néo-coloniaux présentés peu profitables aux Africains, etc.

Les auteurs pourront par exemple s'intéresser aux discours populistes en direction des systèmes politiques en place en Afrique. Ainsi, ils pourront se pencher sur les discours populistes défendant notamment la souveraineté monétaire. Beaucoup d'entre eux exigent à cor et à cri la sortie des pays de l'Afrique subsaharienne du franc CFA. Nous pouvons citer Kemi Sebba qui s'est par exemple illustré sur ce terrain. Prônant un discours révolutionnaire panafricain (Premat, 2020 : 113), l'activiste néo-populiste a réussi à se construire une légitimité politique, médiatique et numérique tant en Afrique qu'en Europe. Partant d'un corpus discursif, les propositions pourront mettre l'accent sur la question de l'« éthos préalable », lequel correspond à l'image et à la réputation de l'énonciateur avant même qu'il ne s'exprime (Jaubert, Mayaffre, 2013). Elles pourront aussi s'intéresser plus spécifiquement à la construction d'un *ethos* (Amossy, 2010) dont la volonté est de surplomber l'idéologie suprémaciste des anciens colonisateurs en Afrique. À l'ère de la crise de la mondialisation quand la peur de l'« autre », de l'étranger devient réflexe, les discours des activistes ont recours à la « rhétorique du national populisme » (Taguieff, 1984), se traduisant très souvent par la mise en scène de l'opposition eux/nous.

Les propositions peuvent privilégier les formes et la nature de discours qui accompagnent les actions en ligne sur le populisme. Il s'agit, par exemple, de l'analyse des pratiques émotionnelles. Le discours populiste s'accompagne généralement de l'appel aux émotions notamment lors des campagnes électorales (Ballet, 2012). Dès lors, comment s'opère la

rhétorique populiste ? Sur quel référentiel s'appuie-t-elle ? Des propositions portant sur l'analyse contextualisée des mises en scène langagières et les imaginaires sociaux à l'œuvre dans le « contrat de communication » (Charaudeau, 2005) entre acteurs populistes et ceux des sphères hégémoniques et impérialistes sont fortement encouragées et attendues. Les auteur.e.s peuvent également se pencher sur l'analyse critique des discours (Fairclough, 1995) afin de mettre en évidence les modes de construction et de positionnement de l'*ethos* discursif déployé par les acteurs du néo-populisme.

#### - **Axe 2 : Modes et répertoires d'action populistes en ligne**

La problématique de la convergence entre modalités de populisme en ligne et hors ligne est envisagée ici comme participant à la reconfiguration des *modus operandi*. Les acteurs du néo-populisme optent le plus largement possible pour des modes d'hybridation des mobilisations à la fois *in situ* et en ligne. Ces différentes manières de procéder sont tributaires des contextes politiques pour la plupart autoritaires et ne favorisant pas une expression plus libre des citoyens et où les médias classiques font l'objet d'une surveillance permanente (Ngono, 2019a). Depuis l'avènement de l'Internet des réseaux socio-numériques, le terrain d'expression s'avère plus élargi et participe au renouvellement des modes d'investissement de l'espace numérique à des fins d'activités populistes.

L'idée ici n'est pas de sur-dimensionner la technique mais de mettre en évidence les modes de déploiements, les stratégies mises en œuvre, les aspects de la construction de la visibilité d'une action. Différents répertoires d'action peuvent être mis à contribution par les acteurs du néo-populisme. Ainsi, pétitions, mouvements de revendication en ligne, likes, partages, retweets, hashtags, liens hypertexte, etc. se présentent entre autres comme des « répertoires d'action collective » (Tilly, 1986). D'autres acteurs néo-populistes peuvent s'illustrer par la réalisation quotidienne et régulière des live *Facebook* comme moyen d'expression et répertoire d'action à vocation performative. D'autres encore peuvent engager des mots d'ordre ou des appels à des boycotts. Le populisme digital s'inspire des formes de contestations pré-existante dans l'espace public physique et s'appuie sur de nouvelles logiques d'engagement politique et protestataire. Les propositions attendues dans cet axe peuvent s'intéresser à l'analyse des modes et répertoires d'action populistes en ligne, en mettant l'accent sur leurs finalités qu'elles soient de portée symbolique ou pragmatique. Elles peuvent également se pencher sur l'évolution des répertoires d'action collective dans une temporalité précise (court, moyen, ou long terme).

#### - **Axe 3 : Populisme et communication numérique : avec et à partir de quels dispositifs info-communicationnels ?**

La « régulation autoritaire en perpétuation » (Ngono, 2019b) dans la plupart des pays en Afrique a des incidences sur le fonctionnement des médias classiques. Ceux-ci sont généralement des « caisses de résonance » du pouvoir (Frère, 2005), dans une moindre mesure des tribunes officielle de l'État. La pratique du « biopouvoir » caractérisé par le contrôle des corps et modes de pensée notamment favorise des formes de « révolution passive » (Sindjoun et al., 1999), voire à une « démobilisation collective » (Pommerolle, 2008) même si ces thèses peuvent être nuancées à partir du postulat de James Scott (2009). Dans ce contexte, les médias sociaux considérées comme des « technologies démocratisantes » (Kiyindou, 2016) se présentent pour le moins comme forme alternative aux espaces publics officiels contrôlés par les États en Afrique. En quoi l'Internet et les réseaux socionumériques constituent-ils aujourd'hui des espaces propices pour le développement des activités populistes dans le contexte africain où toute mobilisation *in situ* est systématiquement interdite et réprimée ?

Comment sont utilisés les dispositifs info-communicationnels dans ces contextes à des fins de populisme ?

Une réflexion peut être menée autour de l'analyse des blogs et la manière dont ils servent au « cadrage des discours contestataires » (Sedda, 2020) et populistes. Les pages *Facebook* et comptes *Twitter* sont généralement utilisées à des visées de production et de circulation des idéologies populistes contre les systèmes politiques ou coloniaux en place. Les usages des réseaux socio-numériques sont plurivoques et font l'objet d'une reconfiguration permanente, en fonction des circonstances et des enjeux. Aussi, les contributions attendues dans cet axe peuvent s'intéresser aux « modalités de mise en visibilité de soi » (Ngono, 2018 : 129) des acteurs populistes dans le contexte africain. Elles peuvent aussi s'orienter vers l'analyse des « mises en scène langagière et visuelle » (Soulages, 2004) de la communication populiste en ligne et dans le repérage des imaginaires de séduction, voire de « captation » (Charaudeau, 2011), des dispositifs énonciatifs du populisme à l'œuvre (spectacle, simulation, monstration), ou des pratiques communicationnelles du populisme en ligne, en référence notamment au populisme digital.

- **Axe 4 : « Nouveaux » acteurs du populisme en ligne : expériences de soi, (socio)biographie(s) et trajectoires socio-politiques**

La reconfiguration de l'espace numérique en contexte africain rend perceptible l'émergence de nouveaux acteurs qui surplombent ceux des acteurs politiques dominants. À partir de leur activité, qu'elle soit sporadique, occasionnelle ou régulière, de production et diffusion de contenus sur les plateformes numériques, de nombreux participants actifs à l'instar des Youtubeurs, des « influenceurs web » (Frau-Meigs, 2017 ; Ngono, 2022), cyberactivistes, etc. peuvent être considérés comme des acteurs du populisme. D'autres appellations parfois marquées idéologiquement par des revendications à connotations identitaires prospèrent dans l'espace public. C'est le cas des panafricanistes qui dénoncent toutes les formes d'impérialisme dont font l'objet les 54 États du continent africain. Qui sont ces acteurs ? Quel est leur parcours socio-politique ? Quel cheminement les a conduits à un usage généralisé des médias de diffusion de masse pour des actions de populisme ? En quoi consiste leur travail ? Ces questions s'orientent vers la sociologie des professions. Certaines réflexions scientifiques émettent des postulats selon lesquels les activités se rapportant aux modes de participation numérique telles que les *posts*, commentaires, vidéo, photo, « like », recherches en ligne, etc. relèvent d'une forme nouvelle de travail, issue de l'économie numérique (Casilli, 2019 ; Flichy, 2017 ; Cardon & Casilli, 2015 ; Fuchs, 2014 ; Scholtz, 2012). Considérer les modes d'usages des TIC et les activités des internautes, blogueurs, « influenceurs web » et néo-populistes comme une forme nouvelle de travail requiert d'aller bien au-delà de la définition classique du travail. C'est-à-dire une occupation qui participe à la création de la valeur et s'inscrit dans un rapport social, celui du salariat. Il faut plutôt considérer celui-ci comme un engagement dans une activité, pour la mener à bien, en gérer la pénibilité, et se réaliser (*ibid.* : 175). Faire du populisme numérique relève-t-il donc d'une forme nouvelle de travail ?

Les contributions peuvent s'intéresser au parcours sociobiographique, aux « récits de soi et de l'autre » (Atenga, 2014) ainsi qu'aux trajectoires politiques et de militantisme de « nouveaux acteurs » du populisme en ligne. L'approche sociobiographique (Idelson, Babou et *al.*, 2018 ; Idelson, 2014) recommande sur le plan de la démarche méthodologique « de prendre en compte tout autant les variables microsociologiques (actions individuelles, préférences) et macrosociologiques (phénomènes et contextes sociaux, (politiques), ainsi que les configurations qui guident les acteurs » (Idelson, 2014). Cette approche peut être utile pour rechercher les rationalités qui structurent et font sens dans le processus de militantisme et conduit au populisme en ligne.

## Calendrier et modalités de soumission

- **31 août 2023 : soumission de la proposition de chapitre d'ouvrage** en français ou en anglais sous forme d'un résumé de 500 mots et comportant 5 mots-clés. La proposition doit être accompagnées des noms, affiliations et adresses mails des auteur.e.s

Les contributrices et contributeurs intéressé.e.s. par le présent appel doivent envoyer leurs propositions à l'adresse mail suivante : [ngonosimon@yahoo.fr](mailto:ngonosimon@yahoo.fr)  
La réception de chaque proposition de chapitre donnera lieu à un accusé de réception par courriel.

- **20 septembre 2023** : notifications des résultats aux auteur.e.s ayant soumis une proposition de chapitre
- **31 décembre 2023** : soumission du texte final, 45.000 signes espaces et bibliographie compris. **Février – mars 2024** : re-lecture et corrections des textes
- **Mai 2024** : parution de l'ouvrage collectif

N.B : les propositions de chapitre et les textes définitifs seront examinés et évalués selon le principe du double aveugle. Les consignes et normes éditoriales seront communiquées aux auteur.e.s dont les propositions auront été retenues.

### Direction éditoriale

Simon NGONO, Université de La Réunion, France

### Comité scientifique

Christelle AMINA DJOULDE, Université de Ngaoundéré, Cameroun

Thomas ATENGA, Université de Douala, Cameroun

Bertrand CABEDOCHÉ, Université Grenoble Alpes, France

Évariste DAKOURE, Université Aube Nouvelle, Burkina Faso

Étienne DAMOME, Université Bordeaux Montaigne, France

Alexandre DJIMELI, Université de Dschang, Cameroun

Honoré KAHU, Université de Bouaké, Côte d'Ivoire

Tahirou KONE, Université Alassane Ouattara, Côte d'Ivoire

Benoît LAFON, Université Grenoble Alpes, France

Georges MADIBA, Université de Douala, Cameroun

Ida Struilly MBANG, Université de Limoges, France

Selma MIHOUBI, Université Sorbonne, France

Mor FAYE, Université Gaston Berger de Saint-Louis, Sénégal

Sokhna Fatou SECK-SARR, Université Gaston Berger de Saint-Louis, Sénégal

Nozha SMATI, Université de Lille, France

Gilbert TAGUEM FAH, Université de Ngaoundéré, Cameroun

Jules Évariste TOA, Université de Cocody, Côte d'Ivoire

## Comité de lecture

Pierre Martial ABOSSOLO, Université de Buéa, Cameroun

Bertrand CABEDOCHÉ, Université Grenoble Alpes, France

Bernard IDELSON, Université de La Réunion, France

Simon NGONO, Université de La Réunion, France

Marie-Noëlle PERRINE, Directrice du Réseau de lecture publique du Port, La Réunion, France

## Bibliographie indicative

AMOSSY, Ruth (2010). *La présentation de soi. Ethos et identité verbale*, Paris, Presses universitaires de France, 280 p.

ATENGA, Thomas (2014). Récit de soi et récit de l'autre. Étude des stratégies de (dé)légitimation des journalistes camerounais à travers internet, mémoire complémentaire en vue de l'obtention de l'Habilitation à Diriger des Recherches (HDR) en sciences de l'information et de la communication, volume 3, Dijon, Université de Bourgogne, France, 111 p.

BALLET, Marion (2012). *Peur, espoir, compassion, indignation. L'appel aux émotions dans les campagnes présidentielles (1981-2007)*, Paris, Dalloz, 565 p.

CARDON, Dominique, CASILLI, Antonio (2015). *Qu'est-ce que le digital labor ?*, Bry-sur-Marne, INA, 104 p.

CASILLI, Antonio (2019). *En attendant les robots. Enquête sur le travail du clic*, Paris, Seuil, 400 p.

CHARAUDEAU, Patrick (2011). *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours*, 2<sup>e</sup> édition, Bruxelles, Paris, De Boeck & INA éditions, 255 p.

FRAICLOUGH, Norman (1995). *Critical Discourse Analysis. The Critical study of language*, London, Longman, 265 p.

FRAU-MEIGS, Divina (2017). « Les Youtubeurs : les nouveaux influenceurs ! », *NectArt*, 2017/2 (n° 5), p. 126-136.

FRÈRE, Marie-Soleil (2005). « Médias en mutation : de l'émancipation aux nouvelles contraintes », *Politique africaine*, 2005/1 (n° 97), p. 5-17.

FLICHY, Patrice (2019). « Le travail sur plateforme. Une activité ambivalente », *Réseaux*, 2019/1 (n° 213), p. 173-209.

FLICHY, Patrice (2017). *Les nouvelles frontières du travail à l'ère numérique*, Paris, Seuil, 432 p.

FUCHS, Christian (2014). *Digital Labour and Karl Marx*, Routledge, Milton Park, 424 p.

IDELSON, Bernard, BABOU, Igor (dir.) (2018). *Lire des vies. L'approche biographique en lettres et en sciences humaines et sociales*, Saint-Denis de La Réunion, Presses Universitaires Indianocéaniques, 314 p.

IDELSON, Bernard (2014). *Histoires de vie et études sur le journalisme – Approche sociobiographique*, volume 2, présentation du parcours biographique et scientifique en vue de l'obtention de l'Habilitation à Diriger des Recherches (HDR) en sciences de l'information et de la communication, Université de Lorraine, 139 p.

JAUBERT, Anna, MAYAFFRE, Damon (2013). « Ethos préalable et ethos (re)construit : la transformation de l'humour légendaire de François Hollande », *Langage et société*, 2013/4, n° 146, p. 71-88.

- KIYINDOU, Alain (2016). « Technologies de l'information et de la communication, développement et démocratie en Afrique », *REFSICOM* (en ligne), dossier : Communication et changement. URL : <http://www.refsicom.org/129>, consulté le 26 janvier 2023.
- LACLAU, Ernesto (2015). *On Populist Reason*, Londres, New-York, Verso, 288 p.
- NGONO, Simon (2022). « Les influenceurs web à l'épreuve de l'économie numérique au Cameroun : contribution au développement des industries culturelles en plein essor », communication orale au colloque scientifique international sur : Les enjeux des industries culturelles et créatives pour le développement de l'Afrique, Yaoundé, Cameroun.
- NGONO, Simon (2019a). « Vers la fin de la presse comme contre-pouvoir au Sénégal ? Essai sur les liaisons dangereuses entre la presse et le pouvoir politique », p. 7-14, in Ngagne Fall, *Sénégal : la presse sous Macky Sall, démocratie en péril*, Paris, L'Harmattan, 102 p.
- NGONO, Simon (2019b). *Espace(s) public(s) des débats télévisés au Cameroun : constitution, acteurs et économie(s) de production*, thèse de Doctorat en sciences de l'information et de la communication sous la direction de Bertrand Cabedoche, Gresec, Université Grenoble Alpes, France, 553 p (tome 1).
- NGONO, Simon (2018). « Les réseaux sociaux comme nouvel espace de mobilisation dans des contextes postautoritaires. Le cas de l'affaire Éva au Cameroun », *Les Cahiers du numérique*, vol. 14, n° 3-4/2018, p. 129-149.
- POMMEROLLE, Marie-Emmanuelle (2008). « La démobilisation collective au Cameroun : entre régime postautoritaire et militantisme extraverti », *Critique internationale*, 2008/3 (n° 40), p. 73-94.
- PREMAT, Christophe (2020). « Décoloniser les jeunesses africaines : le message politique diasporique de Kémi Seba », *Langues, Cultures, Communication – L2C*, vol. 4, n° 1, p. 113-126.
- SCHOLTZ, Trebor (2012). *Digital Labor : The Internet as Playground and Factory*, 1<sup>st</sup> edition, Milton Park, Routledge, 272 p.
- SCOTT C., James (2009). *La Domination et les arts de la résistance. Fragments du discours subalterne*, Paris, Amsterdam, 270 p.
- SEDDA, Paola (2020). « Le MoVimento 5 stelle : une nouvelle forme de populisme ? », *REFSICOM* (en ligne), dossier : Le populisme entre politique et représentation médiatique. URL : <http://www.refsicom.org/728>, consulté le 26 janvier 2023.
- SINDJOUN, Luc (1999). *La révolution passive au Cameroun. État, société et changement*, Dakar, coédition Nena/Codesria, 425 p.
- SOULAGES, Jean-Claude (2004). *Les Mises en scène visuelles de l'information. Étude comparée France, Espagne, États-Unis*, Paris, Nathan, 219 p.
- TAGUIEFF, Pierre-André (1984). « La rhétorique du national-populisme. Les règles élémentaires de la propagande xénophobe », *Mots. Les langages du politique*, n° 9, p. 113-139.
- TILLY, Charles (1986). *La France conteste. De 1600 à nos jours* (traduit par Éric Diacon), Paris, Fayard, 622 p.