

CAHIERS D'ETUDES LINGUISTIQUES

**REVUE DU DEPARTEMENT DES SCIENCES DU
LANGAGE ET DE LA COMMUNICATION (DSL)
ET DE LA FORMATION DOCTORALE SCIENCES DU
LANGAGE ET DE LA COMMUNICATION
DE L'EDP-ECD**

CEL N° 16 - Décembre 2019

Editorial

La revue Cahiers d'Etudes Linguistiques entend publier des travaux purement descriptifs et ceux à perspective synchronique et, ou diachronique s'appuyant sur l'analyse linguistique ou littéraire d'une ou de plusieurs recherches africaines. La revue entend aussi être le carrefour des recherches linguistiques ou littéraires représentant des courants et des écoles théoriques divers puis d'échanges scientifiques pour tout chercheur en linguistique et littérature africaines.

CAHIERS D'ETUDES LINGUISTIQUES

Directeur de publication

Prof. Flavien GBETO, Directeur scientifique du LABODyLCAL de la FLLAC/UAC

Comité scientifique

Joseph O. YAI (Paris), Mamoudou Akanni IGE (Bénin), Bienvenu Albert AKOHA (Bénin), Toussaint Yaovi TCHITCHI (Bénin), Lebene BOLOUVI (Togo), Hounkpati Christophe B. CAPO (Bénin), Adrien HUANNOU (Bénin), Ascension BOGNIAHO (Bénin), Issa TAKASSI (Togo), Maxime da CRUZ (Bénin), Flavien GBETO (Bénin), Médard Dominique BADA (Bénin), Jean-Euloge GBAGUIDI (Bénin), Pierre ONDO-MEBIAME (Gabon), Pascal Okri TOSSOU (Bénin), MIDIOHOUAN Ossito Guy (Bénin), Mahugnon KAKPO (Bénin), Pamphile MEBIAME-OKONO (Gabon), Antoine AFELI (Togo), Léonard KOUSSOUHON (Bénin), Bertin YEHOUENOU (Bénin), Firmin AHOUA (Côte d'Ivoire), Laurent Alain ABOA (Côte d'Ivoire), Gérard KEDREBEOGO (Burkina-Faso), Alain SISSAO (Burkina-Faso), Aimé PALI (Togo), Laré KANTCHOA (Togo), Dame NDAO (Sénégal).

Rédacteur en Chef

Julien K. GBAGUIDI

Comité de rédaction

Anastase FANDOHAN, Sévérin-Marie KINHOU, Samuel DJENGUE, Mawani Mathieu, Julien Koffi GBAGUIDI, Zéphirin C. TOSSA, Coffi SAMBIENI, Blaise C. DJIHOUESSI, Maxime ADJADOHOUN, Florentine SAIZONOU-AGBOTON, Eric ADJA, Elie YEBOU, Charles LIGAN, Abraham OLOU, ZIME YERIMA Idrissou, Félicité KOSSOUHO, Aimé SEGLA, Moufoutaou ADJERAN, Patrick AFFOGNON, Gérard AHOUANDJINO.

Secrétariat de rédaction

Marcellin HOUNZANGBE, Judicaël AFFO.

Adresser toute correspondance à :

DSLCL, Université d'Abomey-Calavi
Abomey-Calavi
République du Bénin
dslcl@yahoo.fr

Université d'Abomey-Calavi
Département des Sciences du Langage et de la Communication

**CAHIERS D'ETUDES
LINGUISTIQUES**

NUMERO 16/2019
©DSLCL-UAC-ISSN: 1659-6285

SOMMAIRE

1– Analyse transformationnelle de la montée du nominal sujet en Moore de Oumar Malo et Abel Ouédraogo (Burkina-Faso).....	07
2– Approche interculturelle pour l’enseignement de la littérature au secondaire, une application au roman « Les soleils des indépendances de Ahmadou Kourouma de Juliette Kaboré-Ouédraogo.....	19
3– L’expression de l’aspect et du mode en Maxigbé de Gbéyéton Jules Ayigbanvi, Julien K. Gbaguidi et Mahuton G. Djessou	39
4– Difficultés des apprenants fon face aux déterminants en Allemand au cours secondaire Saint Augustin de Cotonou de Clarisse R. Quenum	65
5– Langage des symboles en milieux ésotériques: une didactisation pour l’affermisssement des préceptes de Marcellin M. Lougbégnon	95
6– Les phénomènes d’accord dans les syntagmes nominaux du Phue de Noélie K. ZONGO	109
7– Dispositifs numériques, pratiques journalistiques et mutations en Côte d’Ivoire de Raymond K. KRA.....	125
8– Sémiotique des pages de la fête culturelle Wémèxwé de 2010 à 2019 de Guy Houndayi	149
9– Les syntagmes du Jaane de Armand PALM	175
10– Technologies de l’information et représentation sociale: de la construction de l’image de la modernité en milieu rural au Bénin	199

**TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET
REPRESENTATION SOCIALE : DE LA CONSTRUC-
TION DE L'IMAGE DE LA MODERNITÉ EN MILIEU
RURAL AU BENIN.**

JEAN- EULOGE A. GBAGUIDI Ph. D

Journaliste-chercheur
Enseignant au Département des Sciences du
Langage et de la Communication
Maitre de Conférences des Universités/
CAMES

TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET REPRESENTATION SOCIALE : DE LA CONSTRUCTION DE L'IMAGE DE LA MODERNITÉ EN MILIEU RURAL AU BENIN.

JEAN- EULOGE A. GBAGUIDI
Ph. D

Journaliste-chercheur
Enseignant au Département des Sciences du Langage
et de la Communication
Maitre de Conférences des Universités/
CAMES

RESUMÉ :

Le système de représentation: est défini comme « *l'ensemble organisé des informations, des croyances, des attitudes et des opinions qu'un individu ou un groupe élabore à propos d'un objet donné. La représentation est le produit et le processus d'une activité mentale par laquelle un individu ou un groupe reconstitue le réel auquel il est confronté et lui attribue une signification spécifique* » (ABREIC J-C, 1996 13) Dans la structure du système de représentation, se retrouve d'abord la représentation de soi, ensuite la représentation de l'autre et enfin la représentation du contexte. Fort de cette clarification conceptuelle, nous nous permettons dans cet article de nous interroger sur des constats, des faits observés qui sont des signes annonciateurs précoces d'un mouvement de mutation sociale dans les campagnes et villages d Bénin, avec l'arrivée des technologies de l'information et de la communication, en occurrence les portables, les Smartphones et autres gadgets connectés bourrés de technologie.

Cette réflexion nous montre, de manière sommaire fusse t- elle, ce que peuvent devenir les objets, mais surtout, ce que les hommes peuvent faire des médias dans leur vie au quotidien. Un téléphone portable est un outil de communication d'abord dirait-on, mais il peut devenir juste un signe de revendication de son appartenance à une nouvelle classe sociale, à la vie moderne. Tous les portables n'ont pas la même fonction pour le monde et sous tous les cieux.

Mots clés : information ; système de représentation ; mutations ; communication ; portables, médias ; classe sociale

ABSTRACT

The system of representation: is defined as "the organized set of information, beliefs, attitudes and opinions that an individual or a group develops about a given object. The representation is the product and the process of a mental activity by which an individual or a group reconstitutes the reality to which he is confronted and gives it a specific meaning "In the structure of the system of representation, we find first of all" the representation of oneself ", then" the representation of the other "and finally" the representation of the context ".

With this conceptual clarification, we allow ourselves in this study to wonder about the findings, observed facts, possible warning signs of a movement of social change that is taking place before our eyes with the arrival of information technology and communications, including laptops, smartphones and other gadgets.

This reflection shows us, summarily even, what objects can become, but above all, what men can do with the media in their social life. A cell phone is a communication tool first of all it seems, but it can become just a sign of claiming belonging to a new social class, to modern life. Not all mobile phones have the same function for the world.

Keywords: information; representation system; mutations; communication; portable, media; social class

Introduction

L'Afrique insaisissable et étonnante. Au milieu du siècle dernier, un éminent chercheur français exprimait une idée assez surprenante à propos des processus sociaux en cours sur le continent. Dans « Afrique ambiguë » (BALANDIER G. 1946) a écrit : « *ces villes, ces trains, ces usines se sont transformées dès leur exportation; le paysage qu'ils composent n'est pas encore celui auquel nous sommes accoutumés...* » parole de colon pourrait-on, être tenté à d'avancer. Mais il s'agit de parole d'anthropologue, de chercheur qui après avoir observé les sociétés africaines en mutations, formule des remarques sur la vie des choses, des objets et des hommes vivants sur le continent noir. Cette observation exprimée plus d'un demi-siècle, plus tôt demeure pertinente et ce, jusqu'à nos jours. On pourrait se demander pourquoi, une fois les océans passés, les choses venues du nouveau monde, subissent de si importants changements, dans ce qu'on pourrait appeler prédestination? Et les médias n'ont pas échappé à ses mutations.

Au départ de leur vocation première (les technologies de l'information) étaient l'information et la communication. Les mass medias, et aujourd'hui tout ce qu'on met sous le vocable de "TIC" sont une nécessité pour un pays qui se développe ou qui aspire à se développer. Ceci étant, qui aurait pu penser que les TIC en Afrique au Sud du Sahara, et précisément au Bénin, dans les contrées rurales, pourraient muter et devenir des marqueurs sociaux, des signes extérieurs d'adhésion à la modernité. C est un phénomène nouveau observé, intéressant à souligner et à essayer d'analyser.

« Une petite commerçante vous laisse tous ses contacts, en l'occurrence, trois numéros de téléphones réservés à ses clients. A l'usage, aucun de ses numéros n'est opérationnel. Que d'antennes paraboliques visibles sur les toits de certaines maisons, qui ne sont aucunement reliées à un poste téléviseur dans des concessions ! et des postes téléviseurs qui siègent royalement sur un meuble de salon, mais soigneusement recouvert d'une nappe dans un foyer s'éclairant encore à la lampe tempête. Un artisan, un maître menuisier de son quartier qui aménage son bureau, en y installant une secrétaire assise devant un écran noir d'un ordinateur envahi par la poussière. Et parfaitement éteint. » Ces comportements ne sont points anodins. ils doivent susciter des interrogations de l'observateur attentif que nous sommes et trouver du sens en tant comportement humain explicable.

I°- Le contexte de la réflexion et hypothèse de travail

1-1 exposé du contexte

Restituer le contexte qui a provoqué cette réflexion, ou plus précisément cette volonté d'explorer la problématique des TIC sous un angle de la socio psychologie s'avère indispensable pour apprécier à sa juste valeur, le choix d'un tel sujet de réflexion, fruit de faits observés autour de nous, au cours de la décennie finissante.

Au Bénin, le développement de la communication téléphonique était bien dérisoire jusqu'au début des années 2000. Seuls quelques cadres supérieurs, et agents de l'administration publique avaient accès à cet outil de communication. L'expérience individuelle et divers témoignages nous autorisent à affirmer qu'il faut être né sous une très bonne étoile pour voir sa demande d'abonnement satisfaite en douze mois. L'attente de réponse des services compétents pouvait durer d'un à deux ans. Et une fois la réponse arrivée, elle n'était pas nécessairement en faveur du demandeur.

En 1995 quand fut introduite la téléphonie cellulaire au Bénin, à l'occasion du sommet de la Francophonie, il était clairement annoncé qu'elle était destinée aux opérateurs économiques et à certains services. L'équipement (le kit) coûtait au minimum quatre cents mille (400 000 francs). A cela, il faut ajouter les factures mensuelles qui n'étaient pas moins dissuasives. Quinze années plus tard, et grâce à la démystification de cette innovation technologique par les produits venus de l'Asie, Chine et Dubaï en tête, la téléphonie mobile s'est démocratisée et pourquoi ne pas le dire, s'est "Lumpenprolétarisée". Et les scènes observées çà et là sont stupéfiantes et laissent inquisiteurs à plus d'un titre !

Pour des raisons de services, nous avons été amené à faire, parfois plusieurs fois dans une même semaine le trajet Cotonou-Savalou-Cotonou. Sur ce trajet, nous avons pris l'habitude d'acheter auprès des vendeuses ambulantes des beignets de banane. Ces beignets étaient loin d'avoir la même qualité gustative et nutritive à tout instant. Mais vint un jour où conquis par les produits présentés par une des marchandes, nous nous empressâmes de lui demander de bien vouloir nous laisser ses contacts pour les fois à venir. Elle tenait solidement attaché sur le bassin un téléphone portable. A notre requête, pour toute réponse elle nous rétorqua « *je ne suis pas allée à l'école, je ne sais pas compter et mon enfant qui m'aide s'est éloigné de moi...* ». A notre tour de lui proposer de faire en sorte que son numéro écrit sur une lame de papier soit collé au dos de son appareil, pour ses clients qui le lui demanderait....A notre grande sur-

prise, elle se résoudra à nous dire : « *papa laissez tomber cette affaire, c'est un faut téléphone* » (traduit par nous).

Les récits du même genre peuvent être entendus tout le long du trajet Cotonou Savalou, en passant par Allada, Houègbo, Bohicon, Panhouignan et Dassa. Il ne s'agit pas, pour nous de dire ici que tous les habitants de ces contrées font usage de téléphones factices. Le téléphone est devenu un outil dont les apports au développement des activités commerciales de ces gens est indéniables et significatifs. Mais dans ce lot, se trouvent des utilisateurs ayant des besoins d'ordre psychologique, et social : ne pas paraître différent parmi les autres !

La deuxième vague d'observations surprenantes faites se situe plutôt dans une localité où j'ai séjourné un peu plus longtemps. Un séjour au cours duquel j'ai eu, et développé des contacts avec les ouvriers de tous genres, des marchands, des commerçants, des chefs coutumiers, des chefs de famille et des conducteurs de taxi motos.

De toutes ces observations naquit une multitude d'interrogations : pourquoi une femme adulte, non scolarisée, vendeuse ambulante veut-elle jouer et joue à la détentrice d'un téléphone portable ? Le refus de nous tenir aux seuls étonnements, à la seule étape de surprise, nous a incité à aller à la recherche d'explications plausibles. D'où la série de questions que nous avons formulées. A savoir : qu'est ce qui peut justifier de tels comportements de la part d'individus saints d'esprit ? Pourquoi éprouver le besoin d'installer un équipement dont ne se sert point ? Comment comprendre qu'un détenteur de téléphone portable méconnaisse son propre numéro d'appel ? Tout ceci paraît irrationnel.

1-2 Hypothèses de travail

« Que d'antennes paraboliques visibles sur les toits de certaines maisons, qui ne sont reliées à aucun poste téléviseur dans des concessions ? et des postes téléviseurs qui siègent royalement sur un meuble de salon, mais soigneusement recouvert d'une nappe dans un foyer s'éclairant encore à la lampe tempête. Un ouvrier, un maître menuisier de son état qui aménage son bureau, en y installant une secrétaire assise devant l'écran noir d'un ordinateur envahi par la poussière. Et parfaitement éteint. » tels sont les faits observés.

Ainsi s'imposa à nous une hypothèse de départ que nous avons formulée en ces termes : « **tous les détenteurs de téléphones portables n'ont pas nécessairement des besoins de télécommunication à satisfai-**

re. » Cette hypothèse de départ induit une autre, secondaire et qui se décline ainsi :

« Pour certaines catégories d'individus le téléphone portable répond à un besoin d'ordre social/psychologique ». Et enfin, « cette dernière assertion reste valable pour d'autres composantes des TIC » Car, il nous est apparu important, de vérifier si ce qui est valable pour le téléphone portable, l'est aussi pour d'autres composantes des TIC comme l'ordinateur, la télévision ?

Nous devons préciser ici qu'il ne s'agit pas d'une étude systématique, organisée et d'une démarche orientée vers la collecte d'éléments du genre. La démarche a été aléatoire car nous ne pouvions imaginer l'existence de telles situations.

II°- approches de définitions.

Loin de nous l'idée d'une approche conceptuelle. Nous nous situons simplement au niveau opérationnel avec des approches de définitions opératoires. Définir pour permettre une compréhension aisée de notre discours, mais surtout pour permettre d'appréhender aisément la trajectoire historique de cet objet qu'est le téléphone inventé depuis 1876, d'abord fixe, ensuite mobile et enfin intelligent au XXème siècle. Car en réalité si le téléphone fut une invention extraordinaire pour porter la voix humaine loin, le téléphone intelligent, classé à juste titre dans la catégorie des nouvelles technologies de l'information et de la communication, n'est qu'une succession d'innovations apportées à ce que nous pourrions appeler ici "téléphone mère ou proto téléphone" pour pasticher les linguistes.

La téléphonie : ce terme est utilisé pour désigner le secteur des télécommunications constitué par l'ensemble des techniques et opérations en rapport avec le téléphone.

Le téléphone : est un terminal relié à un réseau de télécommunication qui permet de transmettre et de recevoir à distance la parole ou le son. Le téléphone est dit fixe ou filaire lorsque le terminal est relié à un réseau de câbles et qu'il ne peut guère être déplacé, sauf à l'intérieur d'une résidence privée.

Le téléphone portable : désigne le téléphone mobile ou cellulaire. Il permet à son utilisateur une possibilité de se déplacer sans perdre ses capacités de réception et de transmission grâce à un réseau hertzien de proximité. De nos jours, les terminaux de téléphones portables deviennent de plus en plus sophistiqués offrant d'autres services que la voix : textes,

images fixes, vidéos, multimédia y compris la télévision et l'accès internet.

L'Internet: C'est en 1969, en pleine Guerre Froide que l'ancêtre d'Internet, Arpanet, fut lancé. Deleuze (2000) note qu'au début, Arpanet était un réseau expérimental créé à des fins de recherche militaire appliquée, entre autres, à l'étude de réseaux pouvant supporter des dommages partiels, tout en restant opérationnels. Par la suite, le World Wide Web est apparu en mars 1989. Ensuite, un autre réseau, du nom de NSFnet, se développa autour des institutions scolaires et scientifiques. Plus tard, la fusion d' Arpanet et de NSFnet, donnera en 1990 naissance à Internet tel que nous le connaissons de nos jours.

Les Technologies de l'Information et de la Communication : L'abréviation TIC est un terme qui, selon l'UNESCO, désigne un ensemble de ressources et d'outils technologiques utilisés pour communiquer, créer, diffuser, stocker et gérer l'information. Toutefois, d'autres organisations telles la Commission des Communautés Européennes (CCE) et l'Organisation de Coopération et de Développement Economiques (OCDE), optent, pour leur part, pour une définition plus élaborée du terme. Pour ces organisations, les TIC regroupent des services de télécommunications bien connus, tels que la téléphonie fixe, la téléphonie mobile et le fax. Utilisés conjointement avec du matériel et des logiciels informatiques, ces services constituent la base d'une panoplie d'autres services, tel qu'Internet, qui permet potentiellement à tous les ordinateurs d'être reliés entre eux, donnant ainsi accès à des sources d'informations en mémoire sur des ordinateurs dans le monde entier.

III° Démarche méthodologique et cadrage théorique d'analyse

Notre réflexion combine deux méthodologies. La méthodologie de la psychologie sociale et celle de la l'anthropologie de la communication

111- 1- démarche méthodologique de la psychologie sociale : l'observation

L'observation est une « ancienne » méthode de la psychologie sociale, même si l'on a souvent souligné son imperfection par rapport à l'expérimentation. Néanmoins, nous sommes en parfaite harmonie avec ANDREEVA G. (1986; 71) qui soutient que

« La psychologie sociale est loin d'avoir épuisé toutes les res-

sources que peut fournir la méthode de l'observation : lorsqu'il s'agit d'obtenir des données concernant le comportement explicite, les actions des individus, la méthode de l'observation peut jouer un rôle non négligeable ».

La chercheuse Russe reconnaît la délicatesse de la méthode de l'observation en ces termes :

« Le principal problème que soulève l'utilisation de la méthode de l'observation directe est la manière dont on peut garantir la fixation de classes de caractéristiques, de telle façon que le protocole de l'observation puisse être « lu » et compris par un autre chercheur, et qu'il puisse être interprété en termes d'hypothèse. Dans le langage habituel, cette question pourrait être ainsi formulée : que faut-il observer? Comment fixer ces observations ? Il existe de nombreuses propositions différentes concernant la structuration des données de l'observation ».

La question de la distinction des classes de phénomènes observés n'est rien d'autre au fond que celle des unités d'observation, qui, comme on le sait, est tout aussi délicate dans d'autres secteurs de la psychologie. Quant à savoir ce qui doit constituer une unité d'observation dans la recherche socio psychologique, cette question ne peut être réglée qu'isolément pour chaque cas concret, en prenant en ligne de compte l'objet de la recherche.

En nous appuyant sur cette position, nous sommes aperçu, à posteriori que c'était bien celle qui convenait à notre travail. Car, nous nous devons de souligner que notre découverte a été inattendue.

Ces interrogations ne sont pas gratuites. Et pour cause : aborder la problématique des TIC, c'est entrer dans le monde de la communication, si vous le voulez, dans la société de l'information. Et on peut être tenté de voir dans la démocratisation de la téléphonie mobile, la prolifération des antennes, des ordinateurs etc., une véritable avancée de notre société, une adhésion rapide à l'innovation technologique. Si tel était le cas, on pourrait oser dire que l'Afrique, le Bénin s'inscrit en contradiction de ce que soutiennent d'éminents chercheurs à propos de la diffusion des nouvelles technologies.

« La diffusion des innovations prend un temps considérable en général. D. Dozier et R. Rice (1984) ont noté qu'aux Etats-Unis, il fallait attendre 100 ans pour que la moitié de la population lise régulièrement les journaux, 70 ans pour que le téléphone soit utilisé par la moitié de la population, 10 ans pour la diffusion de la radio et 10 ans pour la télévision

en noir et blanc. Trente ans après son introduction, la télévision par câble a pénétré 20% de la population et selon les prévisions pour 1990, 7% des foyers devraient utiliser un vidéotex ». (LAZAR J, 1991 , 205)

Par ailleurs, les résultats de nos observations, auraient pu nous rendre optimiste au sujet de la croissance du niveau de compétence des populations rurales au Bénin, car comme le souligne LAZAR J. les nouveaux médias sont astucieux et exigent un minimum de compétence. « *L'un des aspects particuliers de la plupart des objets techniques nouveaux est de fournir un moyen amélioré pour entrer en contact avec l' « autre », c'est-à-dire l'interactivité* », dit le chercheur. Il n'est donc pas suffisant d'acquiescer un ordinateur ou un téléphone portable pour pouvoir s'en servir :

« La compétence technique est également un facteur qui intervient dans l'accès aux nouveaux médias. La manipulation, quelque fois, demande une certaine connaissance technologique Il s'avère que l'accès aux nouveaux médias exige à la fois la possession de l'équipement et une compétence technologique » (LAZAR, 1991, 205).

A l'étape actuelle de nos observations, nous ne saurions dire que les TIC ont franchi le seuil de l'acceptation chez la population cible observée. Une fois qu'il est admis que nous avons affaire à une population à culture numérique proche du niveau zéro, on ne peut pas, ne pas chercher à analyser les motivations profondes des comportements observés.

III- I-2 Méthode de l'anthropologie de la communication

Il s'agit d'une combinaison de plusieurs outils théoriques, conceptuels et méthodologiques qui permet d'étudier les faits de la communication. Proposée par WINKIN Y. (1996) cette démarche est inspirée des travaux des chercheurs comme HYMES D, BIRDWHISTELL R. (1956), GOFFMAN E. (1973) et GOODENOUGH W. (1982). Elle permet l'étude de tout comportement social et interactionnel et requiert l'observation participante du chercheur. Selon WINKIN Y, il s'agit d'une méthodologie complexe, basée sur le va-et-vient entre le travail de terrain et le travail de conceptualisation et de vérifications des théories, à partir des faits observés. Cette démarche demande prioritairement au chercheur une capacité à examiner les détails des interactions qui semblent les plus insignifiants, un certain regard porté sur le monde social que WINKIN Y. nomme « la maîtrise visuelle de l'ordinaire ». Loin d'être une nouvelle démarche, l'anthropologie de la communication est simplement une démarche anthropologique appliquée aux recherches dans le domaine de la communication.

Elle contribue à mieux faire la critique de la « techno-communication » propre aux sociétés de la modernité conquérante.

III-2 Approche théorique d'analyse

ROGERS R. (1995). Dans " le modèle de la diffusion des innovations", un ouvrage qui fait référence encore de nos jours, malgré les critiques, expose comment les innovations se diffusent dans un groupe social. Il distingue quatre phases de l'adoption par les utilisateurs : la première étape est celle de **la connaissance** : une période de découverte de l'innovation. L'individu est exposé à l'innovation, il en fait la connaissance par divers procédés, et en diverses circonstances. Il réagit en fonction de son profil personnel (sociologique, psychologique professionnel etc) et du système social dans lequel il évolue. Suivra l'étape de **la persuasion** de l'utilisateur : il se laisse convaincre ou non de sa proximité avec l'innovation en question. Il se laisse séduire ou non par l'innovation. C'est l'étape cruciale du modèle de ROGERS E. Selon le chercheur c'est l'étape où l'individu amorce une prise de position au sujet de l'innovation, il réagit ici en fonction des grandes caractéristiques de l'innovation. Le troisième moment est celui de **la décision** : l'individu s'engage dans des activités d'utilisation/évaluation, lui permettant d'adopter ou de rejeter l'innovation. Nous pourrions aussi identifier cette période comme celle de l'expérimentation. L'étape suivante et la dernière, est appelée **la confirmation** : l'individu tente d'obtenir des informations venant, a posteriori, renforcer son choix. Il recherche des informations pouvant le conforter dans son choix de refus ou d'adoption de l'innovation, qu'elle soit technique, procédurale ou organisationnelle.

Le modèle de ROGERS met un accent particulier sur la phase cruciale de la **persuasion**. Au cours de cette période ou étape, cinq principaux attributs entreront en ligne de compte pour définir les caractéristiques de l'innovation, telles que l'utilisateur les perçoit il s'agit de :

- son avantage relatif en terme économique et social; (j'en tire quoi ? est ce bénéfique pour moi ?)
- sa compatibilité avec les valeurs du groupe d'appartenance; (je serai vu comment ? comment serai je apprécier par les miens ?)
- sa complexité; (quelles sont les difficultés à résoudre si je dois l'adopter ?)
- la possibilité de la tester; (l'innovation se prête t- elle à des essais individuels ? est-il possible de tester les qualités vantées)

dans l'innovation ?)

- et sa visibilité pour montrer les résultats aux autres. (les résultats de l'adoption de l'innovation seront t-ils perceptibles par et pour les autres ?)

On pourrait à juste titre ajouter un sixième attribut aux cinq premiers dénombrés plus haut. En effet, dans une troisième version du modèle, E. ROGERS a finalement intégré la notion de « **réinvention** » pour rendre compte de la manière dont les usagers peuvent aussi modifier le dispositif qu'ils adoptent. Nous partageons entièrement cette évolution de la théorie du chercheur, car il vient conforter les observations exprimées par BALANDIER auxquelles nous avons fait cas à l'entame de notre réflexion : les objets, une fois les océans traversés, se transforment. La théorie de ROGERS, permet de prendre en considération la diversité et la nature des usages que font les utilisateurs d'une innovation, d'une part. Les conduites d'abandon, les parcours d'apprentissage, les processus d'acquisition et la stabilisation des pratiques des utilisateurs et nous permet justement analysés au regard de la singularité des milieux sociaux considérés, dont on estime qu'ils affectent, sous différents aspects, les formats d'usage des innovations.

IV° Les TIC et les divers usages : typologie des utilisateurs

VI-1- Synthèse des données du terrain.

Nous avons signalé plus haut que cette réflexion, n'est pas le fruit d'une étude systématique, planifiée et exécutée. Elle s'est imposée à nous par la force des choses au bout d'un certain nombre d'observations et de conversations (entretien) à diverses occasions, et sur une période plus ou moins longue. Nous présentons ici la synthèse de quelques propos recueillis

1. laissez cette affaire papa. Le téléphone n'est pas un vrai
2. c'est juste pour " rentrer" dans les gens aussi
3. le téléphone travaillait mais il est gâté
4. j'ai de téléphone mais j ai pas encore eu de sim
5. j'ai le téléphone de mon frère
6. j ai changé de numéro et je n'ai pas encore effacé l'ancien numéro
7. Le technicien qui viendra installer l'ordinateur n'a pas encore le temps.
8. C'est mon enfant qui sait utiliser l'ordinateur, mais il n'est pas là

9. J'attends la réponse des techniciens de la SBEE à ma demande pour aller payer les frais
10. J'étais en location et j'avais du courant ici j'attends toujours le devis des travaux.
11. Le téléphone m'aide beaucoup dans mes activités.
12. Le téléphone est bon pour les commandes des clients

Comme nous le constatons en parcourant le listing des éléments de notre petite synthèse, tous nos interlocuteurs ont chacun, en ce qui le concerne un type de relation avec le téléphone portable ou l'ordinateur. Il y a globalement ceux qui se servent de l'outil de communication d'une part, et ceux qui se font accompagner par un objet dénommé téléphone, ou ordinateur ou encore poste téléviseur etc

Nous avons une catégorie d'individus qui font usage du téléphone pour faire prospérer leur commerce. Recevoir par exemple, à l'avance les commandes des clients qui arrivent de loin. Le téléphone permet donc de rester en permanence à l'écoute des clients. Il y a par exemple, le cas d'une vendeuse affirme, prendre quelques fois l'initiative d'appeler ses clients, soit pour proposer des produits d'un nouvel arrivage, soit pour s'enquérir de l'agenda de certains clients. Tout ceci paraît bien s'inscrire dans ce que nous appelons la normalité des fonctions d'un outil de communication comme le téléphone.

Alors que comprendre des autres ? Que comprendre de la déclaration de cette vendeuse qui dit "garder le téléphone" sur elle pour pouvoir rester avec les autres (rentrer dans le monde aussi) ? De quel monde parle cette vendeuse ?

La réponse est bien précise de sa part. Son monde est celui des vendeuses. Un monde qui a adopté (commence par adopter le portable) comme un outil de travail au quotidien, un attribut de la modernité, un outil marqueur de statut "d'évolué" : le téléphone. Le téléphone apparaît comme un passe port ou un laissez passer pour entrer dans le groupe des vendeuses prospères, pour y appartenir. Pour accomplir ce rituel de passage, tous les jouets sont bons, les téléphones endommagés aussi, sans oublier les coques de téléphones (les téléphones factices).

VI-II- Typologie des usagers des TIC

Il est connu que même quand les dispositifs de la nouvelle technologie existent, elles ne sont pas utilisées de la même manière. La majorité

des personnes utilisent le magnétoscope uniquement pour leurs loisirs et enregistrent des films ou d'autres programmes ; tandis que d'autres, moins nombreux, s'en servent pour l'apprentissage d'une langue ou comme outil de travail. Ce postulat permet de dresser une typologie des utilisateurs de la même manière qu'on établit la typologie des audiences d'un média traditionnel.

Une étude réalisée avec des universitaires volontaires, utilisateurs de l'ordinateur, donne une classification du public en cinq groupes, selon le niveau d'alphabétisation informatique :

1. Les non utilisateurs. Ces individus vivent quotidiennement à côté des machines sans réaliser à quoi elles servent.
2. Les « touristes », désignation attribuée aux gens qui utilisent occasionnellement l'ordinateur pour exécuter certaines tâches spécifiques. Ce sont des non programmeurs, qui utilisent les programmes des autres.
3. Les programmeurs, qui écrivent déjà des programmes, même pour les autres, mais qui ne prennent pas de décisions importantes.
4. Le groupe des « obsédés » qui comprend des individus très inventifs. Ils créent de nouvelles capacités de problème-solution. Les meilleurs de ce groupe font partie du cinquième groupe, celui du top niveau.
5. Les « sorciers » se situent en haut de la pyramide d'alphabétisation informatique. Ils sont les plus doués et les plus respectés également. Ils maîtrisent parfaitement l'ordinateur à tous les niveaux (hard et soft) (LAZAR J. 207)

Cette typologie que nous empruntons à LAZAR J. transférée dans notre cadre demeure imparfaite. Car on a tôt fait de dire que la population observée appartient au premier groupe des TIC. Mais nous sommes tenté d'affirmer le contraire. Ils sont des utilisateurs à des "fins symboliques". Ils ont détourné ces moyens des TIC de leur vocation première. Même si rien pour l'instant ne permet d'affirmer que le phénomène observé est massif, on ne saurait les classer dans le premier groupe de la typologie de LAZAR J.

V° Le TIC comme composante de la représentation de soi

Le medium est le message, sommes nous tenté de dire. Les TIC dans notre observation, ne sont pas utilisés comme un moyen de communication au sens de SHANNON (émetteur canal récepteur), mais plutôt

comme un message, une information envoyée en direction de cibles imprécises. Ce message, du moins le sens de ce message se trouve contenu dans les vertus potentielles des TIC comme l'écrit MOLES: « La nouvelle technologie signifie aussi rupture de la loi fondamentale de la proxémique, (...) car désormais elle permet à l'individu de changer l'échelle de distance. C'est à dire, qu'elle donne la possibilité pour « l'être d'entrer en relation avec n'importe qui, n'importe où, sans sentir cette relation grevée par la notion de distance, comme un facteur dissuasif qui polarise son champ de représentation et d'interaction » (Moles, 1986, 200)

Ainsi les TIC sont perçus comme le symbole par excellence de la nouvelle société, des valeurs nouvelles, de l'émancipation, de la nouvelle classe... Cette manière de se représenter les TIC détermine les comportements observés chez certains habitants.

Par représentation il faut entendre comme le dit ABRIC C. (203)

« L'ensemble organisé des informations, des croyances, des attitudes et des opinions qu'une personne ou un groupe de personnes élaborent à propos d'un objet ou d'une personne donné. (...) La représentation est le produit et le processus d'une activité mentale par laquelle l'homme reconstitue le réel auquel il est confronté afin de lui attribuer une signification spécifique ». (...)

Dans la représentation, il y a trois éléments qui vont jouer un rôle important ; il s'agit de la représentation de soi, de la représentation de l'autre et de la représentation de la tâche. Ce qui nous intéresse le plus ici, c'est évidemment la représentation de soi. Cette représentation de soi s'articule en deux volets que sont le moi intime et le moi public. Alors, qu'est ce que le moi intime ? Nous répondrons à cette question en nous appuyant une fois encore sur ABRIC C. Il écrit :

- « Le moi intime, est l'image qu'on se fait de soi même, de ses forces et de ses faiblesses, de ses compétences réelles, de ses qualités et de ses défauts en un mot de ses caractéristiques personnelles. Ce moi intime, est quelque chose de « privé » non connu des autres et non exprimé et c'est pour cela justement qu'il est intime. Ce moi intime, est fondamental dans la détermination du comportement de l'individu. » . ce moi intime qui va de pair avec le moi public qu'il définit en ces termes :
- « Le moi public encore appelé le moi déclaré, affiché, est l'image qu'on donne aux autres, une image telle que celle qu'on aurait souhaité avoir et qui peut parfois être radicalement différente de l'image intime ». il

convient de mentionner que dans toute situation d'interaction de la communication, l'individu se comporte et réagit en fonction de ce qu'il pense être et de ce qu'il veut paraître.

Ces clarifications notionnelles faites, essayons de les transposer dans le cadre qui nous préoccupe en ce moment. Prenons notre vendeuse ambulante qui détient un appareil qui aurait pu lui rendre service, mais qui en définitif ne lui sert à rien, faute de compétence élémentaire. On pourrait dire de même de ce maître menuisier qui aménage son bureau d'accueil en y installant un micro ordinateur devant lequel vient dormir une opératrice de saisie en difficulté avec la langue de Molière. Et ce père de famille qui place son poste téléviseur en bonne place au milieu de sa salle à manger alors qu'il continue de s'éclairer à la lampe au pétrole.

Dans tous ces cas, nous avons affaire avec ce que ABRIC C. appelle « le vouloir paraître » et nous ajouterons ici « le vouloir paraître comme les autres ». Ces autres qui possèdent le téléphone portable, l'ordinateur, le poste téléviseur et les antennes paraboliques, qui sont des attributs de la modernité, ou de l'homme moderne. Mais il n'y a pas que cela. Les moyens des TIC sont des marqueurs de différence sociale, partant de statut. Statut, un élément important dans tout système social. Le statut d'un individu est déterminé par la place qu'il occupe dans ladite société et à un moment donné. Le statut est la position sociale qu'on peut repérer, c'est-à-dire qu'on peut savoir ou qu'on peut déterminer, dit le chercheur.

« Ce statut social est un élément central dans un système hiérarchisé. Le statut est aussi un des constituants de l'identité sociale et de l'image de soi. Comprit comme tel, l'individu va être amené en fonction de son statut à développer un certain nombre de rôles, de comportements et d'attitudes qui lui semblent appropriés, adaptés à son statut. »

Se forger une image de l'homme ou de la femme moderne, c'est réclamer un autre statut. Le maître menuisier, rien que par la présence d'un micro ordinateur dans sa salle d'accueil réclame d'être vu comme un patron moderne, un entrepreneur et non un ouvrier, un pourvoyeur d'emploi puisqu'il a une employée_ une opératrice de saisie.

VI° Paraître _ un remède contre la frustration dans la société

Qu'est-ce qui régit concrètement le comportement et l'activité de ces hommes et femmes ? Pour comprendre ce qui précède le déroulement d'une action réelle, il faut, avant tout, analyser les besoins et les motifs incitant la personnalité à agir. Pour répondre à ces questions la théorie

générale de la personnalité examine le rapport des besoins et des motifs afin d'élucider le mécanisme interne du mobile de l'action. C'est ce que pense ANDREEVA G. et nous partageons cette approche aussi. Pourquoi, dans des conditions déterminées, les hommes agissent de telle ou telle façon et qu'est-ce qui les dirige quand ils choisissent précisément ce motif et pas un autre ? La suite de nos travaux pourrait nous aider mieux les élucider.

Notre propos a consisté à montrer que les TIC dans nos vies ne sont pas utilisés par tous pour les mêmes fins. Le phénomène observé, loin d'être dérisoire est plutôt du ressort de la thérapie des tensions psychologiques, tensions auxquelles tout individu vivant en société est soumis et qui déterminent ces actions, ses comportements. Lewin (1959) cité par ABRIC C. pour expliquer les comportements des individus affirme que

« Tout individu fonctionne comme un organisme soumis à un ensemble de force. Ces forces peuvent être d'origine externe –les pressions issues de l'environnement ou d'origine interne –c'est-à-dire liées à l'histoire du sujet et à son implication dans la situation. L'ensemble de ses forces s'exerçant sur l'individu crée des besoins engendrant des tensions ».

Tout individu peut donc être considéré comme un organisme sous tension. Et se sont ces tensions qui vont produire les comportements. Le comportement adopté par un individu dans une situation donnée vise à réduire les tensions qui s'exercent sur lui, à satisfaire les besoins engendrés par le système de forces externes et internes auquel il est soumis. Ce que nous révèlent nos observations sur le terrain est la preuve que certains usagers ont juste besoin du téléphone ou d'un ordinateur pour satisfaire un besoin d'ordre psychologique, ou symbolique.

CONCLUSION (Du symbolisme du mortier et du pilon en milieu maxi du Bénin)

En guise de conclusion, nous voulons partager avec vous cette anecdote. Il était une fois en pays maxi (lire mahi) l'oracle révéla au chef de famille que pour obtenir la longévité et le bonheur des mânes de ces ancêtres, ce dernier (le chef de famille) devra s'abstenir à jamais de manger de l'igname pilée, communément appelée agoun ou foun foun. Une fois la prédiction sue, il alla chez le meilleur bucheron du village commander un mortier qu'il vint installer au milieu de sa cour. Interpelé par son prêtre, il lui rétorqua ceci : « je veux paraître aux yeux du voisinage comme un grand consommateur d'image pilée même si j'ai pris la ferme décision de ne jamais en consommer ».

Nous voudrions dire pour conclure que cette histoire nous a été contée par l'un de nos interlocuteurs auprès de qui nous avons voulu comprendre le pourquoi de ces comportements. Et la moralité de son histoire est, selon ses propos, qu'il est parfois frustrant (toute frustration est déjà un signe de tension psychologique) de paraître différent des autres à certaines occasions. Et ceci explique bien pourquoi : « Une petite commerçante vous laisse tous ses contacts, trois numéros de téléphones réservés à ses clients qui à l'usage ne sont point opérationnels. Faire croire qu'on est détenteur aussi de téléphone pour ne pas paraître comme le dernier des incapables peut être vital pour cette catégorie d'individus, que la communication avec autrui. Il en est de même que de ces antennes paraboliques visibles sur les toits de certaines maisons, qui ne sont reliées à un poste téléviseur dans des concessions ! et des postes téléviseurs qui siègent royalement sur un meuble de salon, mais soigneusement recouvert d'une nappe dans un foyer s'éclairant encore à la lampe tempête.

Un ouvrier, un maître menuisier de son état qui aménage son bureau, en y installant une secrétaire assise, en conflit avec la langue de Molière, devant l'écran noir d'un ordinateur envahi par la poussière » n'a rien de déraisonnable. Il faut lire au-delà de nos observations empiriques, un message de l'humain qui reste ouvert et sensible à tout ce qui peut valoriser sa personne.

BIBLIOGRAPHIE

- ABRIC (J-C) Pratiques sociales et représentation, Paris : PUF, 1994
- ABRIC (J – C), Psychologie de la communication : méthodes et théories, Paris : Armand Colin / Masson, 1996. – 186 p.
- ANDREEVA (G) La psychologie sociale. MOSCOU : Edition du Progrès, 1986. – 382p.
- BALANDIER (G), L’Afrique ambiguë. Librairie Plon, 1957. 384 p
- BALLE (F), Médias et sociétés. Paris : Montchrestien, 1988.- 629 p.
- BALLE (F) et EYMERY (G) Les nouveaux médias, Paris : PUF, 1987
- BARBIER-BOUVET (J-F) « les nouvelles technologies du bout des doigts. Sociologie des usages en espace public » in Réseaux, 25, pp. 7-20
- .LAZAR (J). Sociologie de la communication de masse. Paris : Armand Colin, 1991- 239 p
- FERREOL (G.) et NORECK (J –P), Introduction à la Sociologie. Paris: Armand Colin, 1989. – 190 p.
- MATTELART (A) Technologie, culture et communication, Paris, la Documentation Française, 1982,
- MIQUEL (P), l’histoire de la radio et de la télévision, Paris : Librairie Académique Perrin, 1984. 388 p.
- Galina A, PSYCHOLOGIE SOCIALE, Editions du PROGRES, 1986, pages 3
- GOFFMAN, E. , *L’ordre et l’interaction*, Les moments forts et les hommes, Québec, 1973
- GOODENOUGH, W, *Culture, Langage, and Society*, Marc Marshall, University of Iowa, Iowa, 1982
- HYMES, D, *Vers une pragmatique et une anthropologie communicationnelle*, Hermes (La Revue), Paris, 2007
- LAMIZET, B. et SILEM, A, *Dictionnaire encyclopédique des sciences de l’information et de la communication*, Ellipses/édition marketing S.A., Lyon, 1997
- MUCCHIELLI, Al et GUIVARCH, J, *Nouvelles méthodes d’étude des communications*, Editions Armand Colin/Masson, Paris,
- SFEZ, Lucien, *Dictionnaire critique de la communication*, Puf, Paris, 1993
- WINKIN, Y, *Anthropologie de la communication : de la théorie au terrain*, Editions de Boeck Université, Louvain-la-Neuve (Belgique), 1996
- WOLTON, D, *Penser la communication*, Flammarion, France, 1997