

Images et symboles culturels dans les stratégies de communication politique des hommes de pouvoir en Afrique postcoloniale ¹

Par

Francis Arsène FOGUE KUATE²

Doctorant en histoire politique (Université de Ngaoundéré – Cameroun)

Chercheur assistant au CAR-LSS³

Tel : (+237) 75 45 02 48 E-Mail farfogue@yahoo.fr

La colonisation européenne n'a pas réussi à départir les Africains de leurs croyances traditionnelles. Malgré l'instauration d'une organisation étatique de type occidental et différente du modèle traditionnel, la nouvelle élite politique africaine, ayant hérité du pouvoir moderne, ne manque pas de recourir au patrimoine culturel local dans ses rapports avec l'opinion. Ce recours s'opère à travers l'utilisation d'images et de symboles qui interpellent la conscience collective et qui intègrent les modes opératoires (les rites) et l'imaginaire politique traditionnels. A travers cette transposition du traditionnel dans le moderne, les leaders africains, soucieux d'assurer leur longévité politique, sacralisent leur pouvoir. Cela donne lieu une mise en scène visant à manipuler l'opinion publique. Cette mise en scène, qui occupe une place centrale dans les stratégies de communication politique des hommes de pouvoir africains, s'opérationnalise à travers des médias tels que la télévision et les affiches, qui permettent non seulement de créer des images (à travers les techniques de montage), mais aussi de les véhiculer tout en leur procurant une fonction politique. Ainsi donc, la présente réflexion aborde la problématique du recours aux images, aux symboles et aux pratiques traditionnelles dans les stratégies de communication des leaders politiques de l'Afrique postcoloniale. Elle est le résultat d'une analyse comparative menée à travers l'exploitation de documents écrits et audiovisuels portant sur la vie politique de trois chefs d'Etat africains. Il s'agit de Mobutu Sese Seko, président du Zaïre (1965-1997), qui aimait à s'identifier à un animal sacré (le léopard) ; l'autocrate Gnassingbé Eyadéma, qui régna au Togo de 1967 à 2005 et à qui un culte était voué ; et le président camerounais Paul Biya, qui avec l'ouverture démocratique des années 1990, s'est fait passer pour « l'homme lion » qui dévore tous ses adversaires politiques.

Mots clés : Images, symboles, traditions, communication politique, Afrique postcoloniale

¹ Communication pour la conférence culturhisto2009, France, 13-14 mai 2009.

² Troisième année de doctorat en histoire politique. Sujet de thèse : « Médias, politique et sociétés au Cameroun : de la période française à nos jours ». Thèse codirigée par le Pr. Hamadou Adama et le Dr Gilbert L. Taguem Fah (Directeur du CAR-LSS)

³ Centre d'Appui à la Recherche - Laboratoire des Sciences Sociales de Ngaoundéré (Cameroun)