



HAL
open science

Les sites d'informations générales sur Internet : stratégies, conceptions et pratiques des diasporas camerounaises en France, Belgique, États-Unis

Manuella M. Heuchou Nana

► To cite this version:

Manuella M. Heuchou Nana. Les sites d'informations générales sur Internet : stratégies, conceptions et pratiques des diasporas camerounaises en France, Belgique, États-Unis. Sciences de l'information et de la communication. Université Grenoble Alpes, 2017. Français. NNT : 2017GREAL010 . tel-01691656

HAL Id: tel-01691656

<https://theses.hal.science/tel-01691656>

Submitted on 24 Jan 2018

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

THÈSE

Pour obtenir le grade de

DOCTEUR DE LA COMMUNAUTÉ UNIVERSITÉ GRENOBLE ALPES

Spécialité : **Sciences de l'information et de la communication**

Arrêté ministériel : 7 août 2006

Présentée par

MANUELLA M. HEUCHOU NANA

Thèse dirigée par **Pr. Bertrand CABEDOCHÉ**

préparée au sein du **Laboratoire GRESEC EA 608 – Groupe de
recherche sur les enjeux de la communication**

Les sites d'informations générales sur Internet. Stratégies, conceptions et pratiques des diasporas camerounaises en France, Belgique, Etats-Unis.

Thèse soutenue publiquement le **2 mars 2017**, devant le jury
composé de :

M. Christian, AGBOBLI (président du jury)

Professeur en sciences de l'information et de la communication,
université UQAM

M. Alain, KIYINDOU (rapporteur du jury)

Professeur en sciences de l'information et de la communication,
Université Bordeaux, Montaigne

Mme Roselyne, RINGOOT (membre du jury)

Professeur en sciences de l'information et de la communication,
Université Stendhal Grenoble 3

M. Thomas, ATENGA (rapporteur du jury)

Professeur en sciences de l'information et de la communication,
Université de Douala

M. Bertrand, CABEDOCHÉ (directeur)

Professeur en sciences de l'information et de la communication,
Université Stendhal, Grenoble 3



REMERCIEMENTS

Au terme de ce travail nous tenons à exprimer notre gratitude

Au Pr. Bertrand Cabedoche pour avoir accepté de diriger ce travail. Merci pour sa disponibilité, sa patience, sa rigueur, ses commentaires ainsi que ses précieux encouragements ;

Au collectif des enseignants du GRESEC pour avoir participé activement à notre formation dans le cadre des journées doctorales et des séminaires de formation ;

A tous les membres de ma famille qui ont contribué à mon éducation ;

A ma mère Fouhkeu Jeannette, elle qui a toujours été là pour me motiver, qui a toujours su trouver les mots d'encouragement même dans les moments difficiles durant ces années de formation ;

Aux familles Zoekeu, Wandji Doumen, Noumangue, Nana, Essombe, Noah, Nguindjel pour leurs précieux conseils.

Nous remercions enfin tous ceux qui de près ou de loin nous ont apporté leur soutien.

LISTE DES SIGLES ET ABRÉVIATIONS

ANTIC : agence nationale de régulation des technologies de l'information et de la communication

APA : agence africaine de presse

ASASH : association d'aide socio-humanitaire au Cameroun

CAMER : Cameroun

CAMTEL : Cameroon's telecommunications

CENADI : centre national de développement de l' informatique

CESAR : cercle d'échanges et de sports des amis de la roue

CNC : conseil national de communication

CRTV : Cameroon radio télévision

CODE : collectif des organisations démocratiques et patriotiques de la diaspora

ESSTIC : école supérieure des sciences et techniques de l'information et de la communication

FAI : fournisseurs d'accès à internet

FECAFOOT : fédération camerounaise de football

HTTP : hyperText Transfer Protocol / protocole de transfert hypertexte

ICCNET : international computer center network

IRD : institut de recherche de développement

MDI : mouvement pour la démocratie et l'indépendance

MINPOSTEL : ministère des postes et télécommunications

MINREX : ministère des relations extérieures

MRC : mouvement pour la renaissance du Cameroun

MP : mouvement progressiste

RSS : rich site summary/ syndication de contenu web.

SIC : sciences de l'information et de la communication

SDF : social democratic front

SOCATUR : la société camerounaise de transport urbain

TIC : technologies de l'information et de la communication

UPC : union des populations du Cameroun

SDF : social democratic front

WWW : world wide web / « toile d'araignée mondiale »

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 :	119
Tableau 2 :	121
Tableau 3 :	125
Tableau 4 :	127
Tableau 5 :	129
Tableau 6 :	131
Tableau 7 :	132
Tableau 8 :	135
Tableau 9 :	137
Tableau 10 :	200
Tableau 11 :	204
Tableau 12 :	206
Tableau 13 :	235

LISTE DES PHOTOGRAPHIES

Photographie 1:81
Photographie 2:84
Photographie 3:88
Photographie 4:90
Photographie 5:92
Photographie 6:96
Photographie 7:99
Photographie 8:	100
Photographie 9:	102
Photographie 10:	102
Photographie 11:	105
Photographie 12:	105
Photographie 13:	105
Photographie 14:	106
Photographie 15:	107
Photographie 16:	108
Photographie 17:	108
Photographie 18:	109
Photographie 19:	109
Photographie 20 :	111
Photographie 21 :	111

LISTE DES DIAGRAMMES

Diagramme 1 :	157
Diagramme 2 :	158
Diagramme 3 :	159
Diagramme 6 :	160
Diagramme 7 :	161
Diagramme 8 :	166
Diagramme 9:	167
Diagramme 10:	168
Diagramme 11:	168
Diagramme 12:	169
Diagramme 13:	170
Diagramme 14 :	172
Diagramme 15 :	173
Diagramme 16 :	174
Diagramme 17:	176
Diagramme 18 :	177
Diagramme 19 :	178
Diagramme 20 :	180
Diagramme 21 :	180
Diagramme 22 :	181
Diagramme 23 :	184
Diagramme 24 :	186
Diagramme 25 :	187

Diagramme 26 :	187
Diagramme 27 :	188
Diagramme 28 :	189
Diagramme 29 :	189
Diagramme 30 :	190
Diagramme 31 :	191
Diagramme 32 :	192
Diagramme 33 :	193
Diagramme 34 :	194

RESUME

Titre : Les sites d'informations générales sur Internet. Stratégies, conceptions et pratiques des diasporas camerounaises en France, Belgique, États-Unis.

Le présent travail questionne la place des acteurs diasporiques dans les processus de production et des usages de l'information sur Internet *via* les sites web d'informations générales. Des supports électroniques qui émergeraient dans un contexte au sein duquel l'espace médiatique serait « *reconfiguré* » par les TIC. À cet effet, les sites web camerounais d'information générales nous ont servi d'étude de cas. En effet, notre travail s'est axé autour d'une question centrale : qu'est-ce qui explique la multiplication des sites d'informations camerounais alors qu'existe déjà la presse en ligne ? Une presse en ligne qui peine déjà à s'affirmer et/ou, à développer des modèles économiques viables et indépendants. Comment et selon quelles logiques ces acteurs réagissent-ils ? Répondre à ces deux questionnements nous a conduit à montrer ou démontrer que des jeux et des stratégies d'acteurs se construisent sur et autour de ces sites web, afin de « légitimer » (Charaudeau, 2005) leurs choix et orientations/opinions dans les contenus médiatiques.

La grille théorique mobilisée pour rendre compte de cela a tourné autour des paradigmes d'*agenda building* et/ou *construction de l'actualité* (Esquenazi, (2002), Charaudeau (1997, 2011), de *constructivisme social* (Bernard Delforce, (2004), Sismondo, Mucchieilli) et d'*identité éditoriale* avec Roselyne Ringoot (2014).

Nous avons opté pour une étude quali-quantitative. Ainsi, nous nous sommes inscrits dans une logique de recherche empirico-inductive. Les outils méthodologiques usités sont l'observation indirecte, la recherche documentaire, l'entretien semi-dirigé adressé aux promoteurs des sites web camerounais d'informations générales, le questionnaire adressé aux internautes et l'analyse de contenu des titraillles des dits sites, du 15 janvier 2014 au 15 janvier 2015.

Les résultats de cette étude montrent aussi bien que les diasporas camerounaises ont pris conscience de l'inéluctabilité des medias électroniques et du « webjournalisme », en attestent leurs pratiques communicationnelles et interactions autour de ces sites web. Cependant les

promoteurs des sites web camerounais d'informations générales rencontrent des difficultés de financement et font rarement appel à des professionnels de la communication. Cet engouement pour Internet et le développement des TIC augurerait donc la mise en place d'un *espace sociétal* en formation (si l'on prend acte de *la fragmentation de l'espace public*, traité par Miège) au sein duquel les citoyens seraient « libres » de s'exprimer sur des questions sociétales.

Mots-clés : Internet – sites web d'informations générales – diasporas – informations en ligne – pratiques - démocratie

ABSTRACT

Title: General information websites on the Internet. Strategies, concepts and practices of the Cameroonian diaspora in France, Belgium, USA.

The present work questions the place of diasporic actors in the production process and uses of information on the Internet through general information websites. Electronic media that would emerge in a context in which the media space would be "reconfigured" by ICT. To this end, the Cameroonian websites general information we have served as a case study. Indeed, our work is focused around a central question: what explains the proliferation of Cameroonian news sites while already exists online news? An online press that is already struggling to assert themselves and / or to develop viable and independent business models. How and by what logic these actors react? Answering these two questions led us to show or demonstrate that games and player strategies are built on and around these sites in order to "legitimize" (Charaudeau, 2005, p. 123) their choices and orientations / opinions in media contents.

The theoretical grid mobilized to realize this has turned around the building agenda paradigms and / or the news' construction (Esquenazi, (2002), Charaudeau (1997, 2011), social constructivism (Bernard Delforce (2004), Sismondo, Mucchieilli) and editorial identity Roselyne Ringoot (2014).

We opted for a quali-quantitative study. Thus, we registered in empirical-inductive search logic. Our methodological tools are indirect observation, documentary research, semi-structured interviews assigned to promoters of general information Cameroonian websites , surveys to users and content analysis of such websites titrailles of 15 January 2014 to January 15, 2015

The results of this study show that as well as the Cameroonian diaspora have realized the inevitability of electronic media and the "webjournalisme" as attest their communication practices and interactions around these websites. However promoters of Cameroonian general informations websites have difficulty financing and rarely make use of communication professionals. This craze for Internet and ICT development thus would cause the establishment of a *societal space* training (if one notes *the fragmentation of the public space*, treated by Mieke) in which citizens would be "free "to speak on societal issues.

Keywords: Internet - Web site for general information - Diaspora - Online information - practices - democracy

SOMMAIRE

Introduction

PREMIERE PARTIE : CONTEXTE ET CONDITIONS D'ÉMERGENCE D'ESPACES D'EXPRESSIONS PLURIELLES AU CAMEROUN

Chapitre 1 : L'état des lieux du « champ médiatique camerounais » à l'aune d'Internet

Chapitre 2 : Les conditions d'apparition des sites web camerounais d'informations générales

Chapitre 3 : Approche analytique des sites web camerounais d'informations générales au Cameroun : composantes, acteurs, fonctionnements

DEUXIÈME PARTIE : DISCOURS, CONCEPTION/PRODUCTION ET STRATÉGIES DES DIASPORAS DANS LE DÉVELOPPEMENT DES SITES WEB CAMEROUNAIS D'INFORMATIONS GÉNÉRALES

Chapitre 4 : Présentations schématiques et analyses sectorielles des résultats obtenus des différents terrains

Chapitre 5 : Les sites web d'informations générales : des enjeux stratégiques et politiques

Chapitre 6 : Les discours des acteurs : entre jeux d'acteurs et stratégies les discours des acteurs

TROISIÈME : PRATIQUES ET REPRESENTATIONS DES DIASPORAS CAMEROUNAISES SUR LES SITES WEB D'INFORMATIONS GÉNÉRALES

Chapitre 7 : Les sites web camerounais d'informations générales, des communications plurielles pour quels publics ?

Chapitre 8 : Les diasporas camerounaises et Internet : des constructions des jeux d'acteurs à la définition des stratégies chez ceux-ci

Chapitre 9 : Vers un essai de légitimation du rôle social des sites web camerounais d'informations dans l'engagement politique

Conclusion générale

Références bibliographiques

Table des matières

Annexes

INTRODUCTION

Sujet et contexte de l'étude

Dans les années 1980, Internet a fait son entrée en Afrique mais ce n'est qu'en 1994 que le Cameroun s'y connecte, par le biais de l'IRD (*Institut de Recherche en Développement*). L'utilisation d'Internet au Cameroun à cette période se résume entre autre à la consultation des catalogues, achat des billets d'avion, commerce électronique, visiophonie, pages personnelles, *chat*, petites annonces, téléchargement de fichiers, radio, télévision, communautés virtuelles, téléphonie, les informations et la documentation en ligne...

C'est dans les années 2000 que la publication en ligne émerge au Cameroun. À cet effet, l'État camerounais met sur pied un organisme de régulation dénommé l'ANTIC (*Agence Nationale des Technologies de l'Information et de la Communication au Cameroun*). L'ANTIC est créée le 8 avril 2002 par décret présidentiel : elle est une agence chargée de réguler l'Internet et ses composantes usuelles et par conséquent la communication électronique. Notons également dans le même ordre d'idées qu'il existe une sous-direction de la presse en ligne au ministère de la communication qui est censée gérer les activités de ladite presse au Cameroun.

Par ailleurs, le 9 juin 2004, à la suite d'une rumeur au sujet de la mort du président Paul Biya¹, le ministre de la communication à cette époque, en la personne de Jacques Fame Ndong, a publié une décision portant création d'alerte cybernétique du Cameroun (SYSVAC) chargé de la surveillance des sites web, du stockage des informations importantes et de la rédaction

¹ Le mercredi 16 juin 2004, une publication du quotidien camerounais *le Messenger* laisse comprendre au grand public que du 4 au 6 juin 2004, *The African Independent* et *Camerounlink*, deux sites Internet, tous deux gérés depuis les États-Unis, ont annoncé que « le président Biya serait mort en Suisse ». Le Cameroun vit alors sa première cyber-rumeur.

Source : Christophe De Gaule, « La gestion d'une rumeur », *Communication* [En ligne], Vol. 25/1 | 2006, mis en ligne le 06 mai 2010, consulté le 13 juillet 2015. URL : <http://communication.revues.org/1444> ; DOI : 10.4000/communication.1444

quotidienne d'un rapport sur l'état du web camerounais. Mais il serait judicieux de mentionner ici qu'on ne lui connaît aucune action jusqu'à ce jour.

Aujourd'hui, même s'il existe depuis le 21 décembre 2010 la loi n°2010/013 régissant les communications électroniques au Cameroun, il n'existe pour autant pas de conditions à remplir pour exercer comme un média en ligne. Il va sans dire que la voie est libre. Ainsi, un intérêt est observé pour Internet, aussi bien dans la transmission que dans la libre circulation des informations au Cameroun. Ce qui explique aujourd'hui qu'en plus du développement d'une presse en ligne camerounaise, il existe de :

*« nouveaux supports électroniques (sites web, portails, blogs) transnationaux camerounais créés par la "diaspora médiatique"²[qui] servent de plus en plus de sources d'information sur le Cameroun en mêlant journalisme et activisme dans une conception qui s'éloigne du journalisme classique ».*³

Cependant, la tendance est tout autre avec les autres mass-médias, particulièrement avec la presse écrite qui, en plus d'évoluer dans une précarité, fait face à un contexte gouvernemental répressif et coercitif. En effet, la loi 90/052 du 19 décembre 1990 va booster la communication sociale de masse au Cameroun. Le suivi du décret d'application dix ans après ladite loi et l'essor des technologies de l'information et de la communication...⁴ ont contribué au développement des organes de presse audiovisuels au Cameroun et rendu possible une montée des études en communication. Au sortir de ces travaux, il est à noter que c'est dans les années 90 que " [...] le journalisme commence un débroussaillage au coupe-coupe du champ communicationnel camerounais[...]. On ne saurait donc parler de communication au Cameroun sans parler de journalisme". Le journalisme en tant qu'objet étudié au Cameroun laisse donc entrevoir : un environnement de « débrouillardise »⁵ au sein duquel les identités des acteurs de ce métier,

² Wongo Ahanda assimile la diaspora médiatique à certaines personnalités camerounaises ou d'origines camerounaises qui, sans être nécessairement des professionnels de la communication, jouent de par leur statut et par l'audience qu'elles ont auprès des médias occidentaux un rôle déterminant dans la construction de l'image de marque du Cameroun.

³ Wongo Ahanda, Antoine, *Comment s'informent et communiquent les Camerounais de l'étranger? Communication et transnationalisme*, Paris, L'Harmattan, « Études Africaines », 2015, p 21.

⁴ Il s'agit du décret 2000/152 du 03 Avril 2000 fixant les conditions et les modalités de création et d'exploitation des entreprises privées et de communication audiovisuelle.

⁵ Madiba, Georges, « le journalisme au Cameroun : logiques de débrouillardise d'un territoire professionnel en chantier », (in) Atenga, Thomas, et Madiba, Georges. (dir.), *la communication au Cameroun : les objets, les pratiques...* Paris, Des archives contemporaines, 2012, p. 21

semblent muter dans un air à peine professionnalisé « de par la température que lui impose le carcan administratif et policier, de par les conditions d'humidité (amateurisme, incapacité à se dénombrer, à se rassembler, à appliquer la convention collective) que les acteurs eux-mêmes s'imposent ; de par la difficile oxygénation que lui dicte la situation économique, le journalisme camerounais est un produit biodégradable [...]»⁶. Ainsi, l'on pourrait comprendre à ce stade que, la situation économique, le contrôle et/ou la censure étatique, l'amateurisme, les manquements d'ordre managérial constituent des freins à l'éclosion de la fonction de journaliste au Cameroun. Nonobstant toutes ces difficultés multiples, et compte tenu des opportunités qu'offrirait Internet d'exister sur la toile, plus d'un ne manque de se transformer en journalistes en publiant sur le web ou en créant des sites d'informations dits d' « actualités »⁷. Un autre cas est nommé par Isabelle Pailliar et Bertrand Cabedoche⁸ de « démocratie événementielle. Il consiste en pratique, à se rendre visible et ouvert pour un homme politique par exemple, en créant son site sans se préoccuper véritablement de la possibilité et de la qualité des dialogues ainsi provoqués.

De plus, des mesures de contournements sont déployées dans le même ordre d'idées par les diasporés camerounais⁹, qui malgré leur minorité demeurent existants et activistes au travers des regroupements associatifs et sur les sites web camerounais d'informations générales.

⁶ Atenga, Thomas, et Madiba, Georges. (dir.), *la communication au Cameroun : les objets, les pratiques...* Paris, Des archives contemporaines, 2012, p. 21

⁷ Nous partons du principe que le journalisme n'est plus, à lui seul, l'information (Pélissier et Ruellan, 2000). Les structures médiatiques sont de plus en plus concurrencées sur ce terrain par tout un chacun. Ces derniers aujourd'hui deviennent des acteurs dans le développement du secteur informationnel. C'est ce que nous présente Bernard Miège quand il se réfère aux concepts d'*informationnalisation* et de *relations publiques généralisées*. En effet, il argue que nous sommes de plus en plus bombardés d'informations, mais que dans ce déferlement, la production d'information journalistique devient de plus en plus réduite, eu égard aux investissements par de nombreux autres acteurs sociaux sur ce même terrain de la production d'informations publiques).

⁸ Pailliar, Isabelle, « Les enjeux locaux de la démocratie électronique », *Hermès*, n° 26-27, 2000, pp. 129-138. Cabedoche, Bertrand, « Information and communication : do these terms define absolute opposite practices and concepts ? Reflections from OMBs », pp. 87-101 in Nico Carpentier, Pille Pruulmann-Vengufeldt, Kaarle Nordenstreng, Maren Hartmann, Peter Vihalemm et Bart Commaerts (ed.), *Media Technologies and democracy in an Enlarged Europe. The intellectual work of the 2007 European media and communication doctoral summer school*, Tartu, University of Tartu Press, octobre 2007, http://www.researchingcommunication.eu/reco_book3.pdf.

⁹ En effet, nous partons du principe que « les questions des médias et de la communication sont un réel enjeu dans le débat sur les migrations et les relations internationales », (Wongo Ahanda, 2015) car il existerait une volonté de garder des liens avec son pays d'origine. Ainsi, il se mettrait en place une communication entre migrants camerounais et ceux qui sont restés là-bas. De la volonté de participer de la vie politique du pays d'origine découle

« Les technologies de l'information et de la communication offrent aux citoyens un nouvel espace d'expression. Les diasporas qui sont, par définition, dispersées, y trouvent un lieu par excellence d'entretien du lien avec le pays d'origine. L'action politique de ces populations en vue d'influencer l'évolution politique des patries d'origine comporte des caractéristiques singulières, relevant du transnationalisme qui abaisse les frontières et compresse le temps. Le site internet Cameroun-info.net¹⁰ est un exemple de site d'information généraliste, mis à la disposition des Camerounais vivant à l'étranger (...) Par leur liberté de ton et l'absence d'entrave de leurs publications, des sites comme cameroon-info.net ont contribué à faire disparaître les tabous qui pèsent au Cameroun sur plusieurs sujets sensibles, tels que le tribalisme, l'équilibre régional, l'écriture de l'histoire du Cameroun ou le problème du nationalisme Camerounais. L'analyse du discours des sites laisse clairement transparaître un désir des Camerounais de l'étranger de démocratie directe ou, plus exactement, le désir de participer activement et personnellement à la vie de la cité. Le Net agit ainsi comme facteur structurant d'un espace politique et affinitaire (...) la diaspora camerounaise a été de tout temps une population active politiquement. La part prise par cette diaspora dans la vie politique du Cameroun a amené à se rendre compte de l'existence d'un espace public déterritorialisé ou transnational (Rosental, 1990) » à propos duquel ne prédominent que quelques lieux communs, des idées reçues ou des certitudes erronées »¹¹.

Avec l'avènement d'Internet, les espaces publics se transforment et se multiplient. Les *mass médias* essaient de réorganiser économiquement, et de personnaliser l'organisation de l'information désormais participative où les sites et/ou portails web d'informations générales – très souvent relayés par les réseaux sociaux (tels *Facebook, Twitter...*) - jouent un rôle non négligeable. Aujourd'hui plus que jamais, l'accès rapide aux données numériques est effectif avec la multiplication des supports informationnels, et des formes d'éditorialisation nouvelles apparaissent. Ce qui a donné naissance à des questions liées en particulier à la démocratie numérique et à l'e-participation, voire cyberpolitique, notamment du point de vue des usages.

un besoin de s'informer sur le Cameroun et la mise en œuvre d'activités politiques transnationales utilisant les technologies de l'information et de la communication (Wongo Ahanda, 2015).

¹⁰ Wongo Ahanda en étudiant le modèle éditorial et l'audience de Cameroon-info.net auprès de la diaspora camerounaise, traite de la question du rapport entre médias et transnationalisme. Wongo Ahanda fait donc un état des lieux du rôle que joue la presse électronique dans le modèle démocratique camerounais et particulièrement dans la participation des Camerounais de l'extérieur. Wongo Ahanda, Antoine, « le site internet cameroun-info.net : une expression du transnationalisme politique camerounais. Contribution à l'analyse du discours des médias diasporiques », *Langue et communication*, N° 07 – 2009, pp. 469 – 495, 2009.

¹¹ Wongo Ahanda, Antoine, *Comment s'informent et communiquent les Camerounais de l'étranger? Communication et transnationalisme*, Paris, L'Harmattan, « Études Africaines », 2015, pp. 18-19.

Conscient de cette réalité Wongo Ahanda, traitant de *la communication de l'exopolitie camerounaise*¹², dresse un panorama des portails, sites internet et blogs camerounais. Il explique donc que :

« il s'agit d'une kyrielle de sites créés par les Camerounais de la diaspora depuis 2000 dont la structuration reprend l'arborescence classique des agrégateurs d'informations désignés sous l'appellation « portails ». Ils reprennent en général des informations de la presse camerounaise, développent en faible proportion, des contenus propres, ouvrent leurs lignes aux tribunes, aux correspondances des internautes, citoyens, chercheurs. »

Ces sites sont des catalyseurs dans la démarche du CODE¹³ à travers la diffusion des communiqués, la couverture médiatique, l'amplification et l'exploitation multimédia. Ceci s'observe donc par l'Open publishing des manifestations, mobilisations et rencontres organisés par le CODE sur des websites tels que www.camerooninfo.net, www.camerounlink.net, www.camer.be, www.20mai.net, www.journalducameroun.com . Un internet militant mis en exergue ici, à telle enseigne qu'il sera accompagné d'une expansion fulgurante des vidéos sur ces plateformes. Des vidéos on ne peut plus virales, qui témoigneraient d'une valorisation des capacités multimédia, parfois même par des non professionnels, à travers une valorisation de divers supports numériques par le biais appareils photos, caméscopes, téléphones portables¹⁴.

Objet d'étude

¹² Par communication de *l'exopolitie camerounaise*, Wongo Ahanda entend l'activisme sur Internet d'une mouvance contestataire formée par des migrants forcés ou en exil en vue de contester la politique menée par leur pays d'origine qui prend de plus en plus dans l'espace public, la place d'une opposition partisane aphone ou inaudible. Il précise que le concept d'*exopolitie* a été lancé par Stéphane Dufoix dans son ouvrage *Politiques d'exil*.

¹³ CODE est sigle utilisé pour désigner le *Collectif des Organisations démocratiques et patriotiques de la Diaspora*. Base de synthèse des revendications des groupes politiques camerounais opposés au régime de Paul Biya, le CODE s'est donné vocation, devant le constat formulé de l'échec des partis politique en activité au Cameroun à prendre le pouvoir, de fédérer ce qu'il désigne comme toutes les forces patriotiques de la diaspora camerounaise, pour contribuer au renversement du régime de Paul Biya, qualifié d' « antipopulaire » et pour l'instauration d'un véritable changement démocratique au Cameroun. Le CODE est surtout présent et actif en Allemagne, Belgique, et en Grande-Bretagne et depuis 2006, des démembrements du Collectif sont chargés de porter la contestation aux USA. (Wongo Ahanda, 2015, p 58).

¹⁴ Wongo Ahanda, Antoine, *Comment s'informent et communiquent les Camerounais de l'étranger? Communication et transnationalisme*, Paris, L'Harmattan, « Études Africaines », 2015, pp. 107-108.

Le présent travail est un projet qui s'applique à problématiser la question du média *Internet* au travers duquel les publics s'expriment, s'informent sur les faits d'actualité et participent à la vie de la société camerounaise. Ce travail permet d'aborder deux principaux aspects. D'une part, il s'intéresse aux différents discours diasporiques, et à leurs différents moyens d'information et de communication, dans la continuité des travaux de Wongo [Ahanda] (2006, 2009, 2015), et par conséquent, aux jeux d'acteurs se mettant en place sur et autour des sites web camerounais d'informations générales. D'autre part, il aborde la question de la participation citoyenne, en l'occurrence la participation diasporique sur Internet, par le canal du « web 2.0 » dit web *collaboratif*. Celle-ci serait la raison fondamentale évoquée aujourd'hui par ses défenseurs pour légitimer leurs actions, même s'il est vrai que le « web 2.0 » semblerait pourtant cacher un « *discours oraculaire et incantatoire* »¹⁵ bien loin des attentes du public, lequel, par ignorance, n'a pas pu saisir la dimension marchande et commerciale initiale.

Les rapports que les publics entretiennent avec Internet et entre eux à partir d'Internet ont déjà fait l'objet de travaux¹⁶. Dans le même sillage, la présente thèse porte donc sur la communication sur les sites web d'informations générales et à partir de ces sites. L'étude de la communication sur le web n'est pas nouvelle. Notre intérêt pour cet objet d'étude, inscrit dans le champ camerounais, se justifie entre autre par une volonté de continuité de travaux universitaires¹⁷ déjà entamés. Ces derniers se sont attelés à démontrer qu' « *Internet sert à accéder à la production des autres médias, aux archives, à la presse spécialisée. Il permet de consulter sa messagerie, , rechercher de nouvelles sources, des données, transmettre des articles, des photos, etc. Si son impact est aussi fort, c'est parce qu'il vient remettre en cause les modes de production de*

¹⁵Bouquillon, Philippe, Matthews, Jacob, *Le Web collaboratif. Mutations des industries de la culture et de la communication*, Grenoble, PUG, « Communication en plus », 2010, p. 13

¹⁶ Granjon, Fabien, *L'internet militant. Mouvement social et usage des réseaux télématiques*. Rennes, Apogée, « Média et Nouvelles technologies », 2001.

¹⁷ Ngounou, Ingrid, *Internet et la presse en ligne au Cameroun. Naissance, évolution, usages*, Paris, L'Harmattan, 2010, 208 p. ; Lewatt G.O., *La cyberpresse au Cameroun : analyse critique du contenu de Cameroun Actualité*, Mémoire de Master ; Njoky Youmba N., *L'organisation et le fonctionnement de la cyberpresse au Cameroun : le cas de Afrik'Net Press*, Mémoire de Master, ESSTIC, 2000. Ouendji N., *Les journalistes à l'heure du téléphone portable : usages et enjeux dans les médias camerounais. Réflexions à la lumière de l'expérience française Sud-Ouest*, Thèse de Doctorat, Bordeaux, 2008, 346 p. Source : Atenga, Thomas, *Récit de soi et récit de l'autre : Etude des stratégies de (dé)légitimation des journalistes camerounais à travers Internet*, mémoire pour l'Habilitation à Diriger de Recherches Bourgogne [Dijon], 2013, 111 p.

l'information ainsi que les fonctions des médias généralistes traditionnels ». Ces travaux débouchent de temps à autre sur les rapports que les journaux et journalistes camerounais entretiennent avec Internet et les autres univers numériques. D'où leur intérêt manifesté pour « *le champ des usages et appropriations que ces outils induisent dans les transformations des pratiques professionnelles* ».

Bien que ce travail touche par incidence certaines de ces problématiques, précisons que cette recherche se propose par contre, d'une part d'explorer en plus des pratiques informationnelles et communicationnelles des diasporés camerounais de France celles des diasporés de Belgique et des États-Unis (particulièrement dans l'Etat du Maryland). D'autre part, cette recherche explore des chemins tout autres, telles que les stratégies d'acteurs afin de comprendre les raisons, aussi bien intrinsèques qu'extrinsèques, des logiques de créations et de consultations des sites web Camerounais d'informations générales, comme des pratiques s'y construisant tout autour. Nous partons ainsi du principe que [...]:

« [...] les actions politiques ou plutôt civiques ont remplacé la critique tous azimuts du gouvernement. Les migrants se pensent et agissent désormais comme des citoyens et non plus seulement comme de simples rebelles. Le débat citoyen jadis porté sur le pavé ou dans les livres par des plumes (...) a lieu désormais dans un espace public déterritorialisé¹⁸ sur des sujets très réels. Les camerounais de l'extérieur veulent faire entendre leur voix. Ils estiment qu'il y a une démission qui a été imposée à la diaspora camerounaise. De ce fait on assiste depuis la décennie 2000 à une dynamisation particulière du transnationalisme politique par les médias et les technologies de l'information et de la communication. Des sites Internet dédiés particulièrement au Cameroun tels que cameroon-info.net, camer.be, bonaberi.com, camerfeeling.com, camerounlink ou camfoot.com voient Le Jour. Le fondement clé de l'activité de ces sites repose sur la demande culturelle, politique, artistique, sportive, émotionnelle, familiale, ou nationale que les migrants camerounais, à divers degrés, attachent à leur pays d'origine. Les sites sur le Cameroun sont prisés par les migrants camerounais qui se regroupent régulièrement sur leur[s] fora électroniques pour s'informer et exprimer sans limite et sans filtre leurs opinions, particulièrement sur la marche du Cameroun. Un bon nombre de ces sites espèrent-même s'ils ne l'avouent pas nécessairement et s'ils ne placent pas nécessairement cet objectif au sommet de leurs priorités –

¹⁸ En parlant d' « *espace public déterritorialisé* » ou transnational (Rosental, 1990), Wongo Ahanda fait référence à un espace à propos duquel ne prédominent que quelques lieux communs, des idées reçues ou des certitudes erronées. (Wongo Ahanda, *op. cit.*, p.20).

influer sur la vie politique du Cameroun (Wongo Ahanda, 2009) » (Wongo Ahanda, 2015, p 39) .

Objectifs

Notre travail s'articulera autour de trois temps forts d'analyse à savoir :

- Analyser les sites web camerounais d'informations générales. Cette analyse se fera à trois niveaux , selon la méthodologie établie par Roselyne Ringoot (2004)¹⁹ : premièrement, une étude de la construction du sens liée à la morphologie du site (format, segmentation, distribution des surfaces) ; deuxièmement, l'étude des identités énonciatives journalistiques (nom du site, des auteurs, fonction catégorisante des rubriques et des pages externes, propriété des genres, de l'angle et des titres) ; troisièmement, la polyphonie journalistique (qui fait-on parler ? comment et pourquoi ?, discours rapportés ?).
- Analyser le rôle attribué par les internautes camerounais aux sites web d'informations générales. À partir de l'étude des objectifs, des contenus, des échanges et des stratégies de communications développés sur les sites web camerounais d'informations générales, nous essaierons de montrer en quoi les usages faits d'Internet, dans le cadre de ces sites, constitueraient une aubaine pour la minorité - que représenteraient les diasporas camerounaises – de se positionner en tant que médiateur dans la vie politique et économique du peuple camerounais.
- Interroger les logiques qui accompagnent les discours et les pratiques des acteurs sociaux concernés par les sites web camerounais d'informations générales. Ici, nous voulons d'abord comprendre les réelles motivations des promoteurs de ces sites. Nous voulons identifier : quels

¹⁹ Roselyne Ringoot nous propose une méthodologie sur *l'identité éditoriale*. La ligne éditoriale est considérée par l'auteur « *comme la combinaison de stratégies énonciatives, créant l'identité éditoriale donc d'une part, comme un construit discursif qui démarque les journaux les uns des autres (centre d'intérêt, ton, style, idéologie...) et d'autre part comme un préconstruit discursif du journal : politique en matière de titrage, genre, citations... la ligne éditoriale représente aussi ce qui est construit dans le discours du journal* » (Cabedoche, Ruellan, Le Cam., 2006, p. 3). cette préconisation méthodologique de Roselyne Ringoot sur la base de laquelle les auteurs Cabedoche, Ruellan, Le Cam ont travaillé. Ringoot préconise donc de croiser les deux discours : discours sur le journal et discours du journal.

sont leurs véritables objectifs ? Quelles raisons déterminent la mise en place de ces sites ? Par la suite, du point de vue des usagers de ces sites, nous voulons faire ressortir les différentes symboliques desquelles découleraient des logiques discursives de leurs représentations respectives de ces sites web. Quelle incidence les opinions discursives des responsables de ces sites web d'informations générales, induiraient sur les opinions et/ou choix des publics ?

Intérêts du sujet

Ce travail est une contribution à la sociologie du journalisme, c'est-à-dire, une manière de saisir l'activité de production et/ou activités au Cameroun.

Des travaux ont été menés sur la presse en ligne au Cameroun et même sur le cyber-journalisme camerounais et leurs mutations socio-professionnelles avec Ngounou, Madiba, Atenga, Léopold, Lewatt, Njoky Youmba, Djimeli. ... De nouvelles pistes de réflexions ont été explorées sur des forums camerounais, tels *237medias* avec Thomas Atenga, afin de saisir davantage l'activité journalistique au Cameroun face à l'existence contraignante de divers types de pouvoir. Aussi, nous avons voulu élargir ces réflexions aux sites et/ou portails web d'information générales camerounais.

Antoine Wongo Ahanda a fait l'état des lieux du rôle que joue la presse électronique dans le modèle démocratique camerounais et particulièrement dans la participation politique des Camerounais de l'extérieur²⁰. Wongo Ahanda s'est également interrogé sur le cadre, les pratiques et les enjeux de la communication pour des communautés géographiquement éloignées de leur pays d'origine, mais culturellement et affectivement rattachées à cet espace²¹.

Notre travail s'inscrit dans le champ des sciences de l'information et de la communication car la discipline s'intéresse à la manière dont les individus (les diasporas) se servent d'Internet en tant

²⁰ Wongo Ahanda, Antoine, «Information et structuration des opinions et des choix politiques des Camerounais de France. Etude des effets de l'information comme modalité d'expression du transnationalisme et de de la citoyenneté des Camerounais de l'île de France ». *Fréquence Sud*, n° 20, 2009 pp. 237-272

²¹ Wongo Ahanda, Antoine, *Comment s'informent et communiquent les Camerounais de l'étranger? Communication et transnationalisme*, Paris, L'Harmattan « Études Africaines », 2014

que dispositif pour légitimer leurs communications et interactions sur les faits sociétaux de leurs pays. De plus, avec l'explosion des médias, de nombreux travaux conçoivent les médias comme des formes d'espace publics²². Les médias sont donc associés à l'espace public car ils constituent des lieux symboliques où des gens se rassemblent pour exprimer leurs idées sur des sujets d'intérêts publics. Un point de vue, qui rappellent, après les considérations développées en anthropologie par Georges Balandier et en sciences politiques par Christian Coulon, ont connu l'ouverture des espaces de réflexion avec les les SIC²³.

Revue de la littérature

La question des usages sociaux des médias a fait l'objet des travaux d'auteurs, tels Josiane Jouët, Patrice Flichy, Fabien Granjon. À cet effet, une sociologie dite « des usages » s'intéresse aux pratiques des techniques de l'information et de la communication²⁴. Josiane Jouët, nous explique que la sociologie des usages a eu du mal à se forger. Elle s'est construite timidement à la suite des travaux empiriques anglo-saxons portant sur le courant « usages et gratifications ». Ce dernier courant d'ailleurs renversera le paradigme des effets. Dès lors, la question est non plus de savoir « *ce que les médias font aux individus* » mais sur « *ce que les individus font aux médias* ». On observe donc, nous dit Jouët l'émergence de la notion d'audience active, bien que c'est l'école culturaliste et les études de réception qui rendront compte de l'épaisseur sociale de « l'usage ».

²² Dahlgren, Peter, *Television and the public sphere : Citizenship, democracy and the media*, London, Sage, 1995, 176 P. Gingras, Anne-Marie, « Les médias comme espace public : enquête auprès des journalistes québécois », in *Communication*, 16 (2), 1995, pp. 15-36.

²³ Balandier, Georges, *Sociologie actuelle de l'Afrique noire. Dynamique des changements sociaux en Afrique centrale*, Paris : P.U., 1955 et Coulon, Christian, « Système politique et société dans les états d'Afrique noire. À la recherche d'un cadre conceptuel nouveau », *Revue Française de Sciences Politiques*, n° 5, 1972, pp. 1049-1073.

²⁴ Dans son article « Retour critique sur la sociologie des usages ». *Persée In Réseaux*, 2000, volume n°100. pp 487-521, Josiane Jouët retrace une archéologie de ce courant qui a émergé avec le développement des technologies de l'information et de la communication et s'est ensuite étendu à l'étude d'autres médias et dispositifs de communication. Pour ce faire, Josiane Jouët présente d'une part aussi bien les caractéristiques des chercheurs et équipes de recherche que les modalités de financement de la recherche. D'autre part, elle essaie d'évoquer les apports de la sociologie des usages pour une possible compréhension des phénomènes de communication.

Nous noterons ici que pendant que Jacques Perriault²⁵ s'est intéressé à étudier les logiques d' « usage », perçues ici comme une « *utilisation stabilisée, d'un objet, d'un outil pour obtenir un effet* »²⁶ Josiane Jouët pour sa part a fait une distinction entre les notions d'usage et de pratique, dans la mesure où pour elle, la notion de pratique est plus élaborée que celle d'usage car elle prend en compte l'utilisation des techniques, des comportements, des attitudes et mêmes des représentations de ceux qui y ont recours. En d'autres termes, il ressort de ses analyses que les pratiques engloberaient les idéologies, les discours de la légitimation de tout usage.

De son côté, en s'inscrivant dans une perspective très critique contre le déterminisme technologique, Fabien Granjon a abordé les thèmes de l'action collective, de la production alternative d'information, de l'exposition de soi ou encore des pratiques culturelles en ligne. Dans son ouvrage *l'internet militant. Mouvement social et usage des réseaux télématiques* (2001), il traite du néo-militantisme qu'il oppose au militantisme traditionnel. Il le présente comme une forme de structure culturelle qui essaie de mettre en place de nouvelles formes de structures culturelles. Granjon le pose comme éphémère, mobile, transversal (car il est possible de travailler avec d'autres) et anti-hiérarchique.

Fabien Granjon par exemple s'est intéressé aux « *nouvelles formes de militantisme liées de manières plus ou moins exclusive, à l'utilisation des ressources du net* »²⁷. Granjon explique donc que :

« [...] lorsqu'en 1997, j'ai commencé à travailler sur le sujet de l'internet militant, je suis parti d'un premier constat : certains mouvements politiques et/ou sociaux semblaient s'appropriier les technologies de l'information et de la communication (TIC) lié au Net beaucoup plus vite que les partis politiques et les syndicats . »

²⁵Perriault, Jacques. *La logique de l'usage. Essai sur les machines à communiquer*. Paris : Éd. L'Harmattan, 2008, 253 p. (« coll. Anthropologie, ethnologie, civilisation »).

²⁶ Chaudiron, Stéphane, Ihadjadene, Madjid, « De la recherche de l'information aux pratiques informationnelles », *Etudes de communication* [En ligne], 35 / 2010, mis en ligne le 01 décembre 2012. URL : <http://edc.revues.org/index2257.html>

²⁷ Granjon, Fabien, « L'Internet militant. Entretien avec Fabien Granjon », *Matériaux pour l'histoire de notre temps*, n°79, 2005. *Internet et mouvements sociaux : nouvelles pratiques militantes, nouvelles sources pour l'histoire*. pp. 24-29. DOI : 10.3406/mat.2005.1036, consulté le 12 février 2015. www.persee.fr/doc/mat_0769-3206_2005_num_79_1_1036

Ce qui l'a conduit à réfléchir aux liens entre ces usages des nouveaux outils et l'évolution contemporaine des formes d'engagement militant. Pour ce faire, Granjon s'est intéressé aux organisations appartenant à ce qu'on a pris l'habitude d'appeler le « *mouvement social* ». Il nuance cependant en expliquant que même si, en France, ce n'est qu'en 1990, que les acteurs sociaux s'emparent des nouveaux dispositifs techniques liés à Internet, il n'en demeure pas moins qu'il existait déjà des médias alternatifs. Il en arrive à la conclusion que

« [...] d'une manière générale, la critique sociale semble toujours être emparée facilement des nouvelles techniques de communication quelles qu'elles soient : on trouve dans les pays d'Amérique du Sud une tradition d'utilisation « activiste » de la vidéo pour la diffusion d'informations politiques, et on pourrait évoquer aussi le phénomène des radios libres en France à partir des années 1970 ou celui du minitel dans les années 1980. Quand de nouvelles techniques de diffusion de l'information apparaissent, et que les marchés ou les institutions permettent leur développement, à chaque fois les milieux militants s'en emparent, et affirment notamment qu'elles leur permettront de construire leur autonomie vis-à-vis des médias classiques. Sans surprise, ce sont les mêmes discours que nous avons entendu ces dernières années lorsque les acteurs du mouvement social ont cherché à légitimer leur appropriation des outils du net ».

Que s'est-il déjà écrit sur le web ? Sur les résultats d'analyse des sites ? Sur les pratiques militantes ? Ce sont également ces questions qui ont structuré l'ossature de notre travail. Dans cette optique, nous nous sommes intéressés aux travaux sur le « printemps arabe », qui nous ont révélé non seulement des formes de mobilisation mais également des pratiques militantes. Perçu sous cet angle, ces travaux, récents, ont conclu à l'ambivalence des lectures médiatiques des « révolutions arabes »²⁸. Par exemple Bertrand Cabedoche nous fait remarquer, d'une part que les médias (majoritairement français) ont présenté ces révolutions aux publics sous le visage d'une "cyber-révolution". D'autre part, il nous présente une lecture de ces révolutions comme renforcée par l'évolution du journalisme. Au sortir de cet argumentaire, " tous ces travaux poussent au même constat. Le déterminisme technologique, que l'on voit poindre dans les méta-discours réflexifs des journalistes".²⁹ Notons ici que nous sommes très loin d'inscrire le présent travail dans une approche déterministe des TIC (Technologies de l'information et de la communication) comme moteur de tout changement social. Néanmoins pour comprendre tous

²⁸ Cabedoche, Bertrand, « Enjeux contemporains de la recherche et des formations en journalisme en France à la lumière des révolutions arabes », *Communication et développement*, n° 3, Beyrouth, 2012, pp. 1-28.

²⁹ Cabedoche, Bertrand, *op. cit.*, p.10.

ces méta-discours réflexifs sur le « printemps arabe », il convient de relever quelques travaux qui en ont fait leur questionnement central. Nous pensons à ceux de : Pierre Musso³⁰, Patrick-Yves Badillo, Dominique Bourgeois, et Bruno Asdourian³¹, François-Bernard, Théo Corbucci et al. (2011), Zouha Dahmen-Jarrin (2011), Riadh Ferjani et Tristan Mattelart (2011)...

Au sortir de la lecture de ces travaux, il se dessine une volonté sous-entendue des médias de mettre en avant le caractère cyber-révolutionnaire des manifestations sociales ainsi relatées, de l'utilisation symbolique de l'image d'une femme voilée égyptienne brandissant un clavier d'ordinateur pendant les révolutions du Caire comme nouvel étendard des mouvements sociaux³², aux discours pro-contestations en ligne défendus lors des campagnes de liberté d'expression *Sayeb Slah et Nhar ala Ammar* au printemps tunisien de 2010 (Dahmen-Jarrin, 2011), en passant par le développement d'appellations non contrôlées telles que « *révolution internet* », « *cyber- révolution* » ou encore « *cyber-dissidence* » - et particulièrement « *révolution twitter* » pour l'Égypte et « *révolution facebook* » pour la Tunisie.

Parlant de *Facebook*, Bertrand Cabedoche affirme que dans la pratique :

"[...] un néomilitantisme s'y est en effet développé selon les modalités promettant la « communauté des égaux [...] Ainsi, serions-nous entrés, comme feignent d'abord de s'en étonner certains chercheurs (Badillo, Bourgeois et Asdourian, 2011) dans un modèle de communication généralisée, caractérisé par une transparence totale dans un système d'information et de cyberdémocratie pure et parfaite" ³³.

Autrement dit, cette approche supposerait qu'Internet favoriserait plus de liberté d'expression, « des coups de gueules » susceptibles d'engendrer des révolutions. Face à ces approches pro-

³⁰ Musso, Pierre, « " Révolution Facebook" ou révoltes populaires ? ». *Ecorev* (revue critique d'écologie politique, n° 37, 2011.

³¹ Badillo, Patrick-Yves, Bourgeois, Dominique, Asdourian, Bruno, les médias sociaux communication « généralisée » - Deux exemples euroméditerranéens : les révoltes dans les pays arabes et le projet Fire Paradox, Paris, éditions du CNRS, 2011.

³² Musso, Pierre, « " Révolution Facebook" ou révoltes populaires ? ». *Ecorev* (revue critique d'écologie politique, n° 37, 2011.

³³ Cabedoche, Bertrand, *op. cit.*, p.16.

déterministes des TIC, certains auteurs³⁴ (Corbucci, 2011), prennent de la distance en posant que *le printemps arabe* ne se limite pas à *Twitter* ou à *Facebook*

Outre les travaux sur « le printemps arabe », nous pouvons également mentionner la contribution essentielle de Romain Lecomte³⁵. En effet, l'auteur traite des usages de la diaspora tunisienne. Il nous montre comment, à partir de la fin des années 1990, Internet devient pour la diaspora tunisienne un espace d'expérimentation de l'espace public, d'activisme politique avec des débats publics. Il parle alors de « *blogosphère tunisienne* », qui jouera un rôle de contradiction du régime en place.

Un autre courant de travaux a vu le jour ces dernières années sur « La diaspora africaine et ses sites Internet »³⁶. Des études qui ont été menées pour la plupart sous quatre angles particuliers comme semble si bien le catégoriser Etienne Damome.

- Le premier angle concerne les fonctions des sites Web diasporiques³⁷.
- Le second angle s'intéresse à l'étude des différents publics. D'après Etienne Damome, cet angle par trois logiques dont la première consisterait à : cibler « *la communauté diasporique pour activer et maintenir le sentiment identitaire, en contribuant à la constitution de « bulles*

³⁴ Corbucci, Théo, « le printemps arabe » et les medias occidentaux », in Hughe, François-Bernard (dir.), Facebook, Twitter, Al-Jazeera et "le printemps arabe", *l'observatoire géostratégique de l'information* (IRIS), n°spécial, avril 2011.

³⁵ Le Comte, Romain. « Internet et la reconfiguration de l'espace public tunisien : le rôle de la diaspora ». *Tic et société*, volume 3, n°1-2. <http://ticetsociete.revues.org/702>

³⁶ Étienne L. Damome, « La diaspora africaine et ses sites Internet. Un nouveau format médiatique ? », *Afrique contemporaine* 2011/vol 4, (n° 240), p. 147-148. DOI 10.3917/afco.240.0147

³⁷ Pour Etienne Damome, l'on retrouve ici l'ensemble des « études socio-anthropologiques (qui) montrent que les médias des migrants remplissent trois fonctions essentielles (Mitra, 1997; Karim, 2003; Alkalimat, 2006; Scopi, 2009). Ils cristallisent la construction et la médiatisation de l'identité du groupe dans une dialectique entre intégration locale et survie identitaire dans le pays d'accueil. Ils contribuent à relier les membres du groupe qui sont géographiquement dispersés dans le monde. Ils maintiennent enfin le lien avec la communauté d'origine. En ce qui concerne les sites Web diasporiques, une quatrième fonction apparaît: la volonté de s'impliquer dans la vie des pays d'origine. Les webmédias partagent d'ailleurs ces fonctions avec d'autres technologies numériques : téléphones cellulaires, webcams ou autres visiophonies, webradio et webtélévision. Sous l'angle des sciences de l'information et de la communication, deux fonctions peuvent être appréhendées. Il s'agit tout d'abord d'une mission d'information. Ces sites et portails informent les compatriotes expatriés sur l'actualité du pays d'origine. La seconde fonction est celle de communication. Ces sites étant des outils de communication des associations d'expatriés et des organisations de la diaspora, ils assurent toutes les médiations dont parlent les sociologues et les anthropologues ».

culturelles » (Appadurai, 2001) au sein des pays d'accueil. »³⁸. La deuxième logique quant à elle viserait « *une communauté universaliste, mondialisée: les diasporas africaines, quelles que soient leurs origines et les non-Africains attirés par l'Afrique* ». ³⁹ La troisième logique ciblerait directement « *la communauté restée au pays, visant non seulement à susciter une interaction avec elle mais surtout à produire sur elle une action directe. L'effet miroir impose une remise en question de soi, une critique et en même temps un besoin d'adoption de comportements nouveaux, d'évolution sur le plan économique, culturel et social. C'est sur le plan politique que cette volonté est la plus notoire* » ⁴⁰.

- Le troisième angle quant à lui traite des usages et de contenus. Ici, Etienne Damone explique que « *l'utilisation de maquettes pré-formatées par les logiciels de création de sites implique que le contenu de l'actualité apparaît sur les sites «diasporiques» sous forme de rubriques, avec des titres similaires* ». Cependant, des champs spécifiques peuvent être ajoutés pour traduire un aspect particulier au pays concerné.
- Le quatrième angle, enfin, est celui de l' «*essai de typologie* », dans la mesure où la constitution d'un corpus de sites Web « diasporiques » n'est guère aisée. C'est une action qui nécessiterait, d'après Etienne Damome, d'extraire un ensemble de plateformes encore majoritairement hébergées dans les pays occidentaux, celles qui émanent effectivement de communautés situées hors de leur pays d'origine. L'on peut donc comprendre pourquoi, dans son argumentaire, Etienne Damome pose comme critère déterminant de différenciation la

³⁸ En développant cette première logique, Etienne Damone nous laisse comprendre que : « *La création de ces médias est par ailleurs justifiée par le souhait de rassembler la communauté autour d'une information unitaire, rééquilibrant le traitement jugé absent, insuffisant ou inapproprié de ces mêmes informations par les médias du pays d'accueil* ».

³⁹ Pour s'expliquer, Etienne Damone argue que dans cette logique, « *le réflexe de la sociabilité, du partage identitaire et de l'altérité prime sur celui du repli identitaire* ».

⁴⁰ Pour mieux étayer le dernier volet de cette deuxième logique, Etienne Damone poursuit en prenant l'exemple de deux sites camerounais – qui ont d'ailleurs été retenus dans notre corpus - . Il dit à ce sujet que : « *En effet, comme le montre Ruth Mireille Manga Edimo (2010) au sujet des diasporas camerounaises, certains sites sont le cadre d'une prise de parole politique (www.cameroon-info.net, www.camer.be).* » Et parmi les migrants se trouvent parfois être des exilés politiques qui s'impliquent directement dans les débats qui agitent leur pays d'origine »

vérification de la non émanation du site web d'un organe de presse existant et déjà enregistré en Afrique.⁴¹

Problématique

Notre question de départ première était de savoir : qu'est-ce qui explique la multiplication des sites d'informations camerounais alors qu'existe déjà la presse en ligne ? Initialement, nous souhaitons analyser l'évolution des sites d'informations dans le cadre de l'Internet. De quelles manières réagissent les acteurs et selon quelles logiques ?

Nous envisageons le recours à Internet par les diasporas africaines comme relais dans leur démarche d'information sur leurs pays en consultant des sites de journaux en ligne⁴², et comme la manifestation de leur volonté cachée de créer, voire de maintenir, tout lien possible de *reliance sociale* avec leurs patries d'origines⁴³. En effet, nous partons du constat que le monde enregistre aujourd'hui des mouvements migratoires non négligeables. Les explications des causes de ces migrations internationales vont se référer à deux principales théories⁴⁴ qui, elles, s'efforcent de

⁴¹ Pour aller plus loin, Etienne Damome propose une " *classification autour de trois types, au sens wébérien d'idéaltype, même si la réalité est si complexe que toute classification l'appauvrit. La première typologie peut s'articuler autour de l'identité revendiquée. Certains sites se veulent panafricains (...) La deuxième typologie possible repose sur des nuances de format. Certains sites se veulent généralistes et d'autres thématiques. Les premiers ambitionnent de couvrir toutes les dimensions de la vie des migrants. Les seconds ciblent une seule dimension: la culture, l'économie, l'éducation, le social, la politique, le genre, la jeunesse, même si le traitement de l'un des domaines empiète souvent sur les autres. La troisième typologie, celle proposée par Hassane (2010), s'inspire des concepts de «porte-identités» du sociologue Ervin Goffman, (Goffman, 1974), d'« identités statutaires » de François de Singly (De Singly, 2005) et d'« identités biographiques » ou « narratives » de Jean-Claude Kaufmann (Kaufmann, 2001). On peut ainsi distinguer les médias du « je » (blogs personnels où le migrant se présente comme sujet en quête d'interlocuteurs), les médias du « nous directif » (sites Internet communautaires, émanations des associations et organisations diasporiques), et enfin, les médias du « nous participatif », (permettant aux migrants d'origines diverses de discuter et de donner leur avis sur différents sujets)".*

⁴² Ngounou, Ingrid Alice, *la démarche d'information des étudiants immigrés: le cas des Camerounais de l'île de France*, Mémoire du diplôme de l'IFP- Panthéon Assas. Paris: Institut Française de Presse, 2006.

⁴³ Kiyindou, Alain, Miere Pelage, Théodora, « Réseaux virtuels, reconstruction du lien social et de l'identité dans la diaspora noire », *Études de communication* [En ligne], 38 | 2012, mis en ligne le 11 février 2013, consulté le 10 juin 2013. URL : <http://edc.revues.org/3425>

⁴⁴ Jacques Barou évoque d'une part, le courant des néo-classiques, qui pense que l'activité économique vise à l'instauration d'un équilibre entre les nations et les migrations internationales. Ces dernières ne sont que la manifestation du « *symptôme momentanée dans cet équilibre* ». D'autre part, comme autre explication des causes de ces migrations, Barou identifie le courant marxiste, pour qui les migrations internationales s'expliquent par « *les effets du contact entre la mode de production capitalistes et les modes de productions qui lui sont antérieures* ».

rendre compte de la réalité des relations économiques internationales. Les diasporas se forment ainsi à la surface de la planète parmi lesquelles la diaspora subsaharienne n'est pas la moindre, du point de vue de l'institut géopolitique des populations de POLEMIA⁴⁵. Barou souligne à cet effet que « *les migrations subsahariennes se dirigent aussi de plus en plus vers les pays développés d'Europe et d'Amérique du Nord. Toutefois leur présence y est encore relativement faible et liée aux relations historiques entretenues entre eux* »⁴⁶. Par exemple, la migration camerounaise se caractérise par une forte proportion d'étudiants et de femmes dans les années 1960⁴⁷.

Aujourd'hui, l'acuité des migrations ne saurait plus se réduire à des motifs d'exclusion, de rejet ou d'exil évoqués par les politiques, tel que le pose Chantal Bordes-Benayoum en mentionnant que :

« [...] *Si la diaspora a pris une valeur positive aujourd'hui, c'est que lui sont prêtées des vertus économiques et politiques qui tranchent avec la vision classique des diasporas marquées par l'exclusion et le rejet. La multiplication des sites consacrés aux diasporas depuis le début des années 2000, qui forment un ensemble disparate, donne la mesure de l'installation et de la banalisation des diasporas dans l'espace public (...)* »⁴⁸.

D'où l'adoption de l'appellation méliorative d' « homme interstitiel », développé par Stuart

Jacques, Barou, Jacques, *La planète des migrants*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, « Politique en + », pp. 8 et 10.

⁴⁵ Sources : <http://www.fdesouche.com/38982-limmigration-noire-africaine-un-phenomene-qui-samplifie> (Extraits choisis - Article de Polemia du 26 avril 2009 par J.Y Le Gallou et Y.M Laulan. à la suite du colloque " « L'Afrique en Europe : causes, conséquences, perspectives » du 23/04/2009. <http://archives.polemia.com/article.php?id=2132> D'après la communication de Jean-Yves Le Gallou, les chiffres parlent d'eux-mêmes : selon l'Institut national d'études démographiques (INED), les immigrés sub-sahariens n'étaient que 20.000 en 1962 ; ils passent à 570.000 en 2004, « soit une multiplication par 27 en plus de 40 ans ». Abbas Bendali, économètre statisticien, ancien de Havas et fondateur du cabinet Solis Conseil, donne pour sa part d'autres chiffres. En prenant en compte la deuxième génération, il estime à 1.080.000 le nombre de « Noirs africains ». De plus, le rapport de la Direction de la population et des migrations pour 2006 permet d'évaluer des entrées légales (études, migrations familiales, travail, statut accordé aux réfugiés et autres motifs de séjour, principalement la maladie) à 41.154 : 80% de ces migrants venant des anciennes colonies françaises.

⁴⁶ Barou, Jacques, *Op.cit.* p. 56.

⁴⁷ Bouly De Lesdain, Sophie, « *Femmes camerounaises en région parisienne. Trajectoires migratoires et réseaux d'approvisionnement* », *Revue européenne des migrations internationales*, vol. 15, n°3,1999. pp. 251-252, consulté le 01 juin 2013. URL : www.persee.fr/doc/remi_0765-0752_1999_num_15_3_1702_t1_0251_0000_1

⁴⁸ Bordes-Benayoum, Chantal, « La diaspora ou l'ethnique en mouvement », *Revue européenne des migrations internationales* [En ligne], vol. 28 - n°1 | 2012, mis en ligne le 01 mars 2015, consulté le 03 juin 2013. URL : <http://remi.revues.org/5700>

Hall et Homi Bhabha.⁴⁹

Pour Barou, c'est surtout le phénomène d'industrialisation qui a amplifié les flux migratoires dans la mesure où la société industrielle est avant tout une société de mobilité. Aussi, la mobilité va-t-elle imposer la nécessité de communiquer avec le grand nombre de personnes que l'on connaît. S'interrogeant sur la possible mise en place d'un monde de diasporas relativement au phénomène de globalisation, Jacques Barou argue que :

« [...] L'analyse des politiques d'intégration amène à faire le constat que les liens des immigrés avec leur pays d'origine ne disparaissent pas en une génération et qu'il y'a une multiplication d'identités minoritaires dans la plupart des pays d'accueil. Les immigrés dispersés à travers le monde ont aujourd'hui la possibilité d'entretenir des contacts plus denses que par le passé grâce à la circulation rapide des informations. Cela les amène parfois à prendre conscience de leurs héritages communs et à développer un sentiment d'appartenance à une diaspora »⁵⁰

Loin de prendre une position radicale en affirmant que toutes les migrations aboutissent à des constitutions diasporiques, nous pensons que même si les immigrés arrivent à se trouver des places dans leurs pays d'accueil et parfois s'assimilent au fil du temps à leur pays de résidence (cf. le processus d'acculturation), il n'en demeure pas moins qu'ils développent très souvent des stratégies de communications leur permettant d'activer des liens, d'échanger avec leur zone de provenance. D'un côté, des réseaux peuvent se constituer naturellement à partir par exemple de petits groupes ayant déjà réussi à s'installer – socialement, économiquement- dans un pays d'accueil donné, qui serviront de relais pour les nouveaux arrivants. D'un autre côté, les TIC permettent aux diasporas de rester en contact avec leurs proches - demeurant au pays - ou avec les réalités de dudit pays. S'intéressant particulièrement à ce dernier aspect, Tristan Mattelart rédige un article⁵¹ dans lequel il fait une analyse critique de la littérature, consacrée aux rapports nouant les diasporas aux TIC dès la deuxième moitié des années 1990, en vue d'en cerner les

⁴⁹ Hall, Stuart, *Identités et cultures. Politiques des Cultural Studies*, Paris, Editions Amsterdam, 2008. Hall, Stuart, « Une perspective européenne sur l'hybridation : éléments de réflexion », *Les identités collectives à l'heure de la mondialisation*, édition de Bruno Ollivier, Paris, CNRS Éditions, 2009, pp. 29-36. Bhabha, Homi, « Le tiers-espace. Entretien avec Jonathan Rutherford », *Multitudes*, n°26, 2006, pp. 95-107. Bhabha, Homi, *Les lieux de la culture : une théorie postcoloniale*, Paris, Payot, 2007.

⁵⁰ Jacques, Barou. Op.cit, P 151

⁵¹ Mattelart, Tristan, « Les diasporas à l'heure des technologies de l'information et de la communication : petit état des savoirs », *tic&société* [En ligne], Vol. 3, n° 1-2 | 2009, mis en ligne le 14 décembre 2009, Consulté le 04 juin 2013. URL : <http://ticetsociete.revues.org/600> ; DOI : 10.4000/ticetsociete.600

apports et les limites. Aussi, T. Mattelart nous explique que bien que les publics diasporiques soient en mouvement, ils restent néanmoins liés les uns aux autres par les moyens des médias⁵².

Wongo Ahanda également construit la thèse centrale de son ouvrage ⁵³ sur le fait :

« que les Camerounais de l'étranger, particulièrement ceux vivant en France, du fait des regroupements associatifs, de la visibilité des groupes de revendication et d'expression politique, existent et se structurent en une communauté qui fait « camerounais ». Être « Camerounais de la diaspora », en France ou ailleurs, apparaît d'avantage qu'un réquisit formel, une identité en creux ou une insularité. C'est un espace de complexité qui se construit entre utopie et réalité expérimentale, un terrain de jeu politique où se croise le réel et le symbolique. L'identité camerounaise construite de l'extérieur dévoile par conséquent des besoins, des virtualités d'insertion et de consolidation avec le pays d'accueil, mais aussi des liens multiformes avec le pays d'origine »⁵⁴

En étudiant donc la diaspora camerounaise de France, Wongo Ahanda s'intéresse aux usages et enjeux de la communication à l'aube du XXI^e siècle pour les communautés déterritorialisées et veut comprendre la structuration des relations parfois conflictuelles et contradictoires entre les Camerounais de l'extérieur et leur pays d'origine. Wongo Ahanda explique que la présence d'une diaspora camerounaise croissante en Europe et en Amérique du Nord, ouverte aux nouvelles technologies de l'information en particulier Internet, a intensifié :

« l'activité des mouvements transgressifs comme le CODE. Prolongement du terrain politique, Internet constitue dans une approche praxéologique un espace public par excellence dont la nature libertaire favorise la construction d'un idéal politique par l'action, la circulation fluide des informations, une transmissions tous azimuts du discours, un cadre régénérateur du contrat social, de communication politique et médiatique, d'énonciation, d'interrogation et d'interpellation. En s'appuyant sur cet outil, le CODE a significativement étendu son audience »⁵⁵

⁵² Mattelart, Tristan, *Op.cit*, p. 8.

⁵³Wongo Ahanda, Antoine, *Comment s'informent et communiquent les Camerounais de l'étranger? Communication et transnationalisme*, Paris, L'Harmattan « Études Africaines », 2014, p11

⁵⁴ Wongo Ahanda, *Op.cit*, p. 11

⁵⁵ Wongo Ahanda, *Op.cit*, p. 113

De plus, la montée d'Internet, dans la deuxième moitié des années 1990, participe également d'une attention particulière consacrée aux diasporas. Les diasporas ont donc recours aux TIC, notamment au téléphone mobile, à la messagerie électronique, aux sites internet et blogs etc., non seulement pour rester en contact avec leur pays d'origine mais aussi pour échanger, débattre sur des sujets d'actualité ou discuter des problèmes de développement (Alain Kiyindou et Théodora Miere Pelage, 2013)⁵⁶. « *Les Africains de la diaspora cherchent, avant tout, à maintenir des contacts avec leurs amis et leurs parents restés « au Pays ». La reconstruction du lien social et la reconstruction identitaire apparaissent, dans ce cadre, comme sources de motivation des internautes. (...)* »⁵⁷. A. Kiyindou et T. Pelage pensent que les usages de dispositifs techniques (donnant accès à Internet) par les diasporas africaines traduisent une volonté cachée de recréer, voire de maintenir, tout lien possible de *reliance sociale* d'avec leur patrie d'origine. L'intérêt pour cette démarche semble également s'élargir avec Bertrand Cabedoche et d'autres auteurs, qui considèrent les diasporas, non plus comme des réceptacles honteux de la fuite des cerveaux, mais les envisagent désormais à partir de la désignation symbolique de « *sixième région du monde* », participant de la circulation des compétences et œuvrant ainsi pour le pays d'origine.⁵⁸

Prenant donc acte de ces conclusions, nous avons décidé de voir ce qu'il en était pour le Cameroun.

Le Cameroun dispose aujourd'hui d'une panoplie de sites internet et de portails numériques. Dans cette euphorie d'arrimage aux standards internationaux, doublée d'un contexte marqué par la vulgarisation des outils informatiques au sein duquel la société du savoir s'impose, la profession de journalisme s'est vue restructurée par le multimédia au Cameroun.⁵⁹ Certains

⁵⁶ Kiyindou, Alain, Miere Pelage, Théodora, « Réseaux virtuels, reconstruction du lien social et de l'identité dans la diaspora noire », *Études de communication* [En ligne], 38 | 2012, mis en ligne le 11 février 2013, consulté le 10 juin 2013. URL : <http://edc.revues.org/3425>, p. 190.

⁵⁷ Alain Kiyindou, Théodora Miere Pelage, *Op.cit.*, p. 191

⁵⁸ Cf. Bertrand Cabedoche, "L'enseignement du journalisme interculturel pour les centres d'excellence et de référence en Afrique. Une contribution académique à la politique et à la réflexion critique de l'Unesco", in Sihem Najjar, *Les travaux du GDRI Comed* (titre provisoire), Tunis et Paris : IRMC-Karthala, 2015

⁵⁹ Ngounou, Ingrid Alice, *la presse écrite camerounaise à l'épreuve de la convergence numérique : cas de Cameroon tribune et Mutations*, Mémoire du diplôme des sciences et techniques de l'information et de la communication (DSTIC), filière journalisme, ESSTIC ,SOA : Université de Yaoundé II, 2004

journaux ont adopté une version en ligne par effet de mode et non par souci de modernité (Ngounou, 2004)⁶⁰. Un constat qui semble rejoindre la fameuse « démocratie événementielle », dont parlent Isabelle Pailliart et Bertrand Cabedoche, (cf. *supra*). Ce qui a conduit par certains journaux à la fermeture de leurs sites web, dans la mesure où cela s'est révélé très lourd pour eux en terme de ressources infrastructurelles et humaines.

En effet, le travail d'Ingrid Ngounou portait sur la convergence numérique dans la presse camerounaise : cas des sites web de *Cameroon tribune* et de *Mutations*. Par convergence, elle entend : « *une possibilité nouvelle offerte aux médias classiques, par les technologies de pouvoir diffuser sur un support qui n'est pas le support initial. Se rapportant au contexte de la presse imprimée, la convergence permise ou facilitée par Internet permet un nouveau type de diffusion de l'information la diffusion en ligne* ». La presse camerounaise va donc ouvrir des sites des 1996 et commencer la diffusion en ligne. Ngounou assimile les journaux en ligne à des journaux ayant à la fois une version imprimée et une version électronique.

Léopold Jumbo pour sa part a étudié le journalisme en ligne au Cameroun. Dans son mémoire de master, il présente les avantages qu'offrirait la publication en ligne parmi lesquels : des coûts réduits, l'instantanéité, un réseau universel des points de vente, l'interactivité, le multimédia. Il essaie autant que faire se peut de décrire, analyser et discuter les pratiques et perspectives - qu'offrirait une nouvelle d'édition et de diffusions nouvelles (entendues ici comme des informations) – dans une logique comparatiste entre deux pays voisins, à savoir le Cameroun et le Nigéria. En somme, Léopold Jumbo nous montre au travers de deux pays africains étudiés comment « *les acteurs du secteurs professionnels tentent de s'approprier ces outils qui viennent à bouleverser leurs pratiques et leur savoir-faire les obligeant à inventer des postures pour leur permettre de continuer à exercer ce métier* ».

Jumbo, Léopold : *la(La) recomposition des identités professionnelles des journalistes par internet : au Cameroun et au Nigéria*, Mémoire de master 2 en sciences de l'information et de la communication, Douala : Université de Douala, 2009

Dans cette course pour une identification sur la « toile mondiale » qu'est Internet, la presse en ligne camerounaise est donc "introduite à la fin des années 1990"⁶¹. La presse en ligne prend ainsi son envol avec la présence sur la présence de quotidiens tels *Cameroon Tribune*, *Mutations*, *Le Messenger*, *le jour...* ou des hebdomadaires tels que *Ouest-echos...* À côté des journaux en ligne camerounais, viennent se greffer dès le début des années 2000 des sites web camerounais d'informations générales⁶². Au-delà de l'aspect informationnel de ces derniers, comment comprendre leur multiplication en une dizaine d'années ?

Aujourd'hui, l'on semble assister à une nouvelle nomenclature où l'on a la possibilité de prendre la parole. Les citoyens ne se résument plus simplement à être des « récepteurs passifs » des informations, qu'elles soient d'ordre politique, économique, ou culturel. À présent, des citoyens, toujours plus nombreux, veulent plus que jamais s'exprimer, débattre indépendamment de leur appartenance à une sphère donnée. Dès lors, les sites web d'informations générales ne sont plus de simples dispositifs d'informations mais plutôt des espaces où se débattent des sujets d'ordre sociétal. Il se met donc en place des discours sur et autour de ces plateformes, que constitueraient les sites web camerounais d'informations générales. Les citoyens camerounais ne se contentent plus de recevoir les informations, ils veulent discuter. Ils disent ce qu'ils pensent avec leurs mots. L'on assiste donc à une forte prise de parole *via* ces sites web. Dès lors, l'on en vient à se demander qu'est-ce qui y est dit ? qu'est-ce qui fait finalement la caractéristique de ces sites web camerounais d'informations générales ?

Quel est le rôle de ces sites web d'informations générales ? Quelle place occupent les citoyens dans le secteur de l'information en ligne ?

La problématique autour de laquelle se fonde donc notre recherche est la suivante : face à l'existence d'une presse traditionnelle écrite déjà implantée et même présente sous forme électronique sur Internet, qui rencontre des difficultés financières et matérielles empiétant sur

⁶¹ Lamère Moutapbemo, Eric, *la problématique d'un statut juridique de la presse en ligne au Cameroun*, Mémoire de licence, ESSTIC, Université de Yaoundé II, 1992, 119P

⁶² Nous avons dénombrés en dénombrons 21 : *Cameroun Online*, *237Online.com*, *camerounlink.net*, *journalducameroun.com*, *caemroon-info.net*, *camer.be*, *africapresse.com*, *bonaberi.com*, *brukmer*, *njanguiipress*, *cameroun24.net*, *camerounactu.net*, *toutcameroun.com*, *cameroon-report.com*, *camernews.com*, *cameroun24.de*, *mboa24.net*, *newsmba.com*, *mboapages.com*, *camnews24.net*, *camnews24.com*, *camerpost.com*.

son bon fonctionnement, comment comprendre la prolifération des sites web camerounais d'informations si l'on considère parallèlement les malentendus que leurs informations génèrent ?

Hypothèses

Hypothèse centrale : les sites web camerounais d'informations générales sont des plateformes de prise de paroles utilisées par les diasporas pour débattre des questions sociétales au Cameroun.

Cette hypothèse centrale prend ancrage sur les conclusions de Wongo Ahanda⁶³ pour qui le transnationalisme camerounais permet de constater que les Camerounais de l'étranger vivent en expatriation entre intégration dans les pays d'immigration et revendication de la citoyenneté externe d'une part. D'autre part, qu'en contexte de migration, les processus de transmission d'information et de communication, qu'ils soient véhiculés par une rencontre directe (conversation) ou par l'intermédiaire d'un médium (radio, télévision, Internet), créent progressivement un espace public déterritorialisé. Cet espace, ainsi constitué (artificiellement), mobilise des médias pour prendre corps dans la société (réelle) et se projeter comme acteur à part entière dans l'espace public d'origine.

C'est pourquoi, nous supposons que les diasporas de ces sites web essaient de se redéfinir des espaces d'échanges, au sein desquels il semble se débattre des sujets d'actualité et même de société civile. Nous lisons, nous discutons sur des faits de société. En somme, nous nous intéressons à la chose publique. Des moyens sont mis en place par les uns et les autres pour des tentatives de contournements de censure. Tout y est dit, sans frein : s'installe une liberté d'expression pouvant friser parfois le libertinage, la place est souvent laissée aux polémiques et rumeurs... « *un cyberspace critique camerounais* » se met en place, et tout le monde pourrait y accéder, à partir du moment où il disposerait d'une connexion internet.

⁶³ Wongo Ahanda, Antoine, *Comment s'informent et communiquent les Camerounais de l'étranger? Communication et transnationalisme*, Paris, L'Harmattan « Études Africaines », 2014, pp. 11 et 17

Hypothèse secondaire 1 : les sites web camerounais d'informations générales seraient une illustration « virtuelle » d'un phénomène de *démocratie événementielle*.⁶⁴

Cette hypothèse prend appui sur les travaux de Pailliar⁶⁵, et Cabedoche et al.⁶⁶,

Comme pour les hommes politiques, pour qui la visibilité sur la « toile » et/ou Internet importerait plus que l'incidence de la qualité des leurs dialogues sur les publics et potentiels électeurs, les Camerounais créent de jour en jour des sites web d'information. L'on croirait faire face à un mimétisme qui ne prônerait que la pratique constituant pour tout un chacun, professionnel de la communication ou pas, à créer son propre site d'information afin de se rendre visible. Et ceci, sans pour autant se préoccuper véritablement de la possibilité, de la faisabilité et de la qualité des dialogues que cela pourrait provoquer aux yeux des publics

Hypothèse secondaire 2 : les contenus des sites web camerounais d'informations générales émaneraient des stratégies d'instrumentalisation de la communication des acteurs des diasporas à des fins politiques.

Les promoteurs des sites web d'informations générales, appartenant majoritairement aux diasporas camerounaises, chercheraient au moyen d'Internet à se décliner en médiateurs sociaux, représentant les opinions publiques. Les promoteurs des sites web camerounais d'informations générales, au travers de discours on ne peut plus prescriptifs, cacheraient des idéologies et stratégies politiques. Nous supposons donc que les axes des thématiques choisies ne sont pas neutres. Les textes produits seraient conditionnés par deux aspects : l'un symbolique (notamment avec les conceptions idéologiques motivant les promoteurs...) et l'autre politique. Quelle serait

⁶⁴ Cabedoche, Bertrand. « Information and communication : do these terms define absolute opposite practices and concepts ? Reflections from OMBs », in Carpentier, Nico Prүүлmann-Vengufeldt Pille , Nordendstreng Kaarle, Hartmann Maren, Vihalemm Peter et Commaerts Bart (ed.). *Media Technologies and democracy in an Enlarged Europe. The intellectual work of the 2007 European media and communication doctoral summer school*, Tartu, University of Tartu Press, octobre 2007, pp. 87-101. http://www.researchingcommunication.eu/reco_book3.pdf
Cabedoche, Bertrand. « Débats publics et nanotechnologies : quand le journaliste s'invite pour reprendre du pouvoir au sein de "l'espace public autonome" », in : *Les Cahiers du journalisme*, n° 18, 2008, pp. 246-284).

⁶⁵ Pailliar, Isabelle, « Les enjeux locaux de la démocratie électronique », *Hermès*, n° 26-27, 2000, pp. 139-138

⁶⁶ Cabedoche, Bertrand, Ruellan, Denis, Lecam, Florence, « L'information de service public », *Groupement d'intérêt scientifique Marsouin*, 2006, pp. 307-318.

la finalité des articles postés sur ces sites web ? Nous nous intéressons ici à la fonction construction de l'*agenda* médiatique⁶⁷, étant entendu que l'individu consomme l'information et que c'est cette information qui structure la façon de penser des gens.

Nous partirons de la notion d'agenda pour voir comment s'hierarchise l'information. Puis nous évoquerons la construction de l'agenda par les communicants et/ou les acteurs. Ensuite, nous verrons comment, à partir d'un évènement public et collectif présent sur ces sites, ceux-ci contribueraient à activer un espace public national construit par ces évènements.

Hypothèse secondaire 3: le traitement de l'actualités sur les sites web camerounais d'informations générales, se caractériseraient par le conformisme et/ou le mimétisme.

Cadre méthodologique

Les outils et les méthodes d'analyses utilisées reposeront sur une approche quali-quantitative. La collecte des données s'est effectuée en deux démarches. La première était discursive, dans la mesure où nous avons interviewé, d'une part les responsables des sites camerounais d'informations générales et, d'autre part des internautes de diasporas camerounaises de France, de Belgique et des États-Unis. La deuxième démarche quant à elle a porté sur une analyse de contenus des publications de ces sites web du 15 janvier 2014 au 15 janvier 2015⁶⁸.

Choix du corpus des sites web camerounais d'informations générales

Notre démarche visant à définir les corpus des sites web de l'étude s'est déroulée en deux temps. Au départ, nous avons effectué manuellement, *via* le moteur *Google*, des recherches de sites référencés sous la dénomination « portail web sur le Cameroun » ou « portail web camerounais » sur Internet. Au final, nous avons recensé moins d'une dizaine de sites. Cependant, nous nous sommes rendu compte que certains de ces sites web se faisaient passer

⁶⁷ En référence à l'*agenda setting* de Mc Combs et Shaw (1970), pour qui les médias exercent un effet considérable sur la formation de l'opinion publique, en orientant les audiences sur certains évènements et en négligeant d'autres. Mc Combs, Maxwell, Shaw, Donald, « The agenda setting function of mass media, *Public Opinion Quarterly*, Vol 36, n°2, 1972, pp. 176- 187.

⁶⁸ Nous y reviendrons au chapitre 4.

pour des portails web⁶⁹, ce qui n'était pas toujours le cas. Ce qui nous a conduit à une deuxième démarche opératoire, *via Google et Facebook*, pour répertorier d'autres sites web traitant de l'actualité au Cameroun. Nous avons donc initialement décidé de travailler sur les 21 sites web camerounais d'informations générales énumérés plus haut. Cependant, nous n'avons pu réaliser que sept entretiens avec certains de leurs promoteurs. Il s'agit en l'occurrence des sites : *camer.be, njanguipress.com, brukmer.be, journalducameroun.com, 237online.com, cameroun24.net, camerpost.com.*

Délimitation du champ d'étude

Nous avons choisi de mener notre étude sur la diaspora camerounaise, entendue ici comme l'ensemble des Camerounais immigrés, correspondant à un statut juridique précis ou « déplacés » qui désigne une population plus large, vivant à l'étranger. À cet effet, nous nous sommes limité à trois pays : France, Belgique, Etats-Unis : deux à majorité francophone et un à majorité anglophone. Notre choix se justifie non seulement par une forte représentation des communautés camerounaises dans lesdits pays⁷⁰ mais aussi par le choc linguistique existant au Cameroun, entre le français et l'anglais comme langues nationales. Notons qu'en Belgique, outre les deux langues sus-mentionnées, sont également parlés le wallon, le flamand, le néerlandais. De plus, de par son passé historique colonial, le Cameroun fait face à des revendications identitaires en fonction des régions. Pour ce faire, nous présenterons la nature de ces colonisations, étant donné que très souvent les colonies empruntent au moule administratif de leurs anciens colonisateurs. De plus, la transposition de cette étude à trois pays dont deux sont

⁶⁹ Dans le sens commun, le portail web est un site web dont la page d'accueil propose un ensemble de services gratuits. Source : <http://www.ebsi.umontreal.ca/jetrouve/internet/potail.htm> page mise à jour le 1er janvier 2011 Rubrique recherche biblio internet-section internet.

Le portail web est une page web présentant de manière unifiée de multiples sources d'informations, avec en général un moteur de recherche, un service de courrier électronique, des news, des cours de bourse, la météo, des vidéos etc le portail web est très à la mode depuis les années 1995-2000 et permet d'accéder de manière pratique aux différentes informations du web. Aujourd'hui les portails web peuvent être personnalisables via les flux RSS tels ceux de Yahoo, MSN, Google, Wanadoo. Scherer, Éric. *La révolution numérique: glossaire*. Paris: Dalloz, 2009, p 168.

⁷⁰ Selon le recensement de la population française 1999, « la France abrite la plus forte communauté camerounaise d'Europe. En 1999, on recensait 32541 personnes ou d'origine camerounaise en France et 60% des ressortissants Camerounais résidaient dans la seule région de l'Île-de-France, soit un effectif total de 19819 personnes ». Wongo, Ahanda (2014, p. 69)...

européens et un est états-unien nous permettra de voir de quel type de diaspora il sagirait. En d'autre termes, y-aurait-il un impact des pays d'accueil sur la diaspora ? La France souvent est dite « nation civique » où la différence est écrasée par le mythe de l'égalitarisme ; les USA sont dits pays multiracial avec une histoire de colonisés⁷¹... Ces pays hôtes auraient-ils une influence sur la manière de penser des acteurs diasporiques camerounais ? Pour ce faire, nous avons privilégié une lecture statistique , en nous rapprochant des associations camerounaises dans ces pays et en leur administrant des guides d'entretiens semi-directifs. Nous avons aussi eu recours à une approche plus singulière, en proposant des entretiens au cas par cas, à des Camerounais résidant dans ces pays.

Les outils méthodologiques

Les entretiens ont été semi-directifs avec les promoteurs des sites web camerounais étudiés. Ces entretiens ont eu pour but d'appréhender leurs pratiques, au travers des discours qu'ils tiennent. En effet, nous partons du principe de Josiane Jouet selon lequel, *"les discours sont (...) parties prenantes des pratiques. (...) les discours expriment aussi les attentes comme les déceptions envers ces objets et mettent en jeu tout un imaginaire sur la puissance et la limite de la technique. Aussi les représentations se ressource-elles à un ensemble de croyances et de valeurs qui articulent les pratiques "*⁷².

Les questionnaires semi-directifs ont également été adressés aux internautes camerounais, usagers de ces sites web. Nous avons voulu voir les utilisations et les perceptions que les diasporés camerounais faisaient des sites web camerounais d'informations générales.

⁷¹ Smith, Antony, « Tres conceptos de nación », *Revista de Occidente*, 1994, pp. 7-22.

⁷² Jouët, Josiane, « Pratiques de communication et figures de la médiation. Des médias de masse aux technologies de l'information et de la communication », in *Sociologie de la communication*, volume 1, n°1, 1997, pp. 291-312, consulté le 2 mai 2012 URL www.persee.fr/doc/reso_004357302_1997_mon_1_1_3843

Collecte des données.

Les principales informations qualitatives et quantitatives de ce premier travail de terrain effectué proviennent d'une part, d'entretiens semi-directifs avec les promoteurs des sites web d'informations générales. D'autre part, d'enquêtes que nous avons menées sur différents terrains au Cameroun de (2010 à 2012 et avril 2014), en France (de 2012 à 2014), en Belgique (étés 2013 et 2014, soient mi-juin à fin août), aux États-Unis (novembre 2011 à mars 2012, novembre à décembre 2013, septembre 2014...)

Une autre partie des informations recueillies auprès des internautes de la diaspora camerounaise, dans chacun de ces pays, France, Belgique, États-Unis, s'est effectuée par l'utilisation du site de sondage sondageonline.com. Le lien s'y référant était <https://www.sondageonline.com/s/c83753b>. La durée de vie de ce sondage en ligne fut de deux mois, soit du 22 août 2014 au 22 octobre 2014.

Les enquêtes effectuées sur le terrain nous ont donc permis de recueillir des informations utiles à la vérification de nos hypothèses.

Données recueillies

Qu'elles soient qualitatives ou quantitatives, les informations collectées dans ce travail proviennent d'entretiens menées sur différents terrains, Cameroun, Belgique, États-Unis, France. De plus, nous mentionnerons que des données d'ordre secondaires à l'instar des enquêtes, documents administratifs sur le Cameroun et ses différentes communautés diasporiques dans les cas sus-cités, ont servi de compléments de nos diverses sources d'informations.

Comme outils, nous avons eu recours à des entretiens semi-directifs avec des promoteurs de sites web camerounais d'informations générales. Ceux-ci nous ont paru être des informateurs clés dans le déroulement de cette étude.

Notre étude a été conduite sous la forme d'une recherche quali-quantitative fondée entre autres sur une observation indirecte dans des foyers, communautés et/ou lieux fréquentés par les diasporas camerounaises.

En ce qui concerne les Camerounais résidant en France, sur 350 questionnaires distribués, 117 nous ont été retournés. Pour la Belgique, nous avons travaillé sur un échantillon de 74 diasporés et sur un échantillon de 95 aux États-Unis.

Nous avons choisi de travailler avec un échantillonnage accidentel/ de commodité ou à l'aveuglette (*fishing expeditions*) dans chacun des pays cités plus haut. C'est dire que le mode de sélection des immigrés enquêtés a été aléatoire et non pas représentatif au sens statistique du terme)

Choix des sites d'observation

Répertorier des lieux stratégiques, grandement fréquentés par les immigrés camerounais à l'intérieur de chacun des trois pays concernés par cette étude, nous a paru incontournable pour le bon déroulement de notre travail.

En France, nous avons répertorié le marché "château rouge", les salons de coiffure et les restaurants camerounais dans le 18^e arrondissement de Paris sis à "château rouge" et marcadet poissonniers)⁷³, des quartiers en île-de-France⁷⁴, et des lieux de rencontre de Camerounais dans les villes de Lyon et Grenoble.

En Belgique, nous avons retenu les villes de Bruxelles, Liège et Mons, des villes très habitées et fréquentées par les communautés camerounaises.

La tenue de l'évènement *Challenge* en Allemagne a été pour nous une véritable aubaine à saisir pour la distribution de nos questionnaires aux enquêtés qui s'y trouvaient cet été 2014. En effet, bien que l'Allemagne ne soit pas mentionnée dans notre corpus, nous précisons ici que l'évènement culturel *Challenge* (l'un des plus grands rassemblements diasporiques camerounais) s'y déroule chaque année. Cette année, il s'est tenu dans la ville de Dortmund du 6 au 9 juin 2014 sous la thématique: *Open to the world*. Et étant donné que Dortmund est presque limitrophe à Bruxelles, et que nous nous trouvions également à Bruxelles à la même période, cela nous a

⁷³ Cf. tableau 1 en annexe

⁷⁴ L'Île-de-France est une région aux opportunités économiques et culturelles supérieures à d'autres régions françaises, ce qui explique la forte concentration de l'immigration camerounaise cette région (Okama, 1997, Kamdem, 2007, Pondi, 2007).

paru plus pratique d'y distribuer les questionnaires. Cependant, compte tenu de l'ambiance festive dudit événement, les résultats escomptés en termes d'effectifs n'ont pas été au rendez-vous. Aussi, n'avions-nous pu enregistrer qu'une trentaine de questionnaires retournés, que nous avons par la suite joints à l'effectif de l'échantillon de la Belgique.

Aux États-Unis, nous avons choisi l'Etat du Maryland, lieu de forte concentration de la communauté diasporique camerounaise... Pour ce faire, nous nous sommes rendus dans des lieux fréquentés par la communauté camerounaise, tels le restaurant *Kitchen near you*, le quartier *Takoma Park* (quartier fréquenté et habité par des immigrants africains) et plus précisément aux *Belford Tower* communément dénommée *les tours bamiléks*⁷⁵. En sus de cela, nous nous sommes rendus dans l'un des collèges du comté de l'état du Maryland, dénommé *Montgomery College* et dans les associations camerounaises (durant leur réunion aux rencontres sportives et/ou culturelles).

La sélection de ces différents sites d'observation se justifie à partir des deux principaux critères suivants : le fort taux de concentration et/ou de fréquentation des Camerounais à ces endroits, la disposition des individus à répondre aux questions .

Population de l'enquête

Elle était composée de deux types de publics : jeunes et personnes âgées. Les jeunes ont été choisis dans les tranches d'âge de 15 à 55 ans. Les hommes et femmes de plus de 55 ans constituaient pour nous la catégorie de personnes âgées.

En France et en Belgique, la tranche la plus jeune composait une grande partie de l'échantillon. Cela pourrait s'expliquer entre autres par leur engouement et leur facilité d'accès à Internet.

Bien que le taux de non réponses des enquêtés n'ait pas facilité notre traitement des informations collectées, la population finalement retenue de cette étude a été constituée de :

57 % d'hommes pour 43 % de femmes en France,

34.5% d'hommes pour 65.5 % de femmes en Belgique,

⁷⁵ Les bamiléks est un terme générique généralement utilisé pour désigné une tribu de sémi-bantous au Cameroun.

51% d'hommes pour 49 % de femmes aux USA.

Organisations des interviews

Nous avons mené des interviews individuelles de chaque promoteur des sites web camerounais d'informations générales étudiés. Nous sommes personnellement entré en contact avec chacun des promoteurs des dits sites et/ou avec leur comité de rédaction. Après des mois d'attente, d'aucuns ont finalement consenti à nous fixer des rendez-vous, généralement dans les lieux publics ou sur *Skype*, dépendamment de leur disponibilité.

A ce jour nous comptons, sept entretiens individuels approfondis:

- Entretien avec Hugues Bertin Seumo, rédacteur en chef, *camer.be*, 30 novembre 2013. Durée : 42 min

-Entretien, avec Nel Tsopo Nziemi, promoteur, *Brukmer.be*, 1^{er} décembre 2013. Durée : 49 min 20 sec

-Entretien, avec Cyrille Ekwalla, rédacteur en chef, *njangui press*, 6 janvier 2014. Durée : 1h 05 min

-Entretien avec Ingrid Ngounou, rédactrice en chef de *journalducameroun*, 28 décembre 2013. Durée : 56 min 25 sec

- Entretien avec Augustin Lévi Timfang, promoteur de *cameroun24.net*, le 24 juillet 2014. Durée. 44 min 48 sec.

- Entretien avec Tchepnkep Tokom, le directeur de publication de *237online.com*, le 23 septembre 2014.

- Echange écrit avec Robert Ndjingui, membre de *camerpost.com*, le 13 février 2015.

Outils de collecte

Un guide d'entretien a été élaboré pour interviewer les promoteurs de sites web camerounais étudiés. Un questionnaire, disponible en français et en anglais, a été distribué aux différents enquêtés.

Déroulement de l'enquête sur le terrain

Dès l'entame de notre sujet, nous avons voulu faire ressortir les différents usages et pratiques des diasporés camerounais des sites web camerounais d'informations générales. En d'autres termes, nous nous sommes situés dans les formes de contextualisation des pratiques des diasporés camerounais relativement à ces sites et aux possibles interprétations s'y référant. L'objectif était de faire ressortir comment les personnes interrogées, les immigrés camerounais de France, Belgique et des États-Unis percevaient, d'une part, les sites web camerounais d'informations, d'autre part, les discours institutionnels des promoteurs desdits sites.

Une observation indirecte a été pratiquée, en plus de la distribution du questionnaire. Des difficultés liées aux déplacements et aux contraintes financières, nous ont conduit à opter pour un second outil pouvant nous permettre de collecter les informations, indépendamment de leur lieu de résidence respectif (cf. les 3 pays sus-cités). Il s'agit d'un sondage en ligne (pour une durée 2 mois) dont le lien est le suivant : <https://www.sondageonline.com/s/c83753b>.

D'autres limites, telles que les problèmes d'échantillonnage, la longueur du questionnaire, ont augmenté à certains moments le taux de refus de réponses, de non réponses et/ou de réponses superficielles.

Cadre théorique

Des medias de type « nouveaux » aujourd'hui tels que Internet et les réseaux sociaux, ont contribué à des changements dans la pratique professionnelle du journalisme. À cet effet, Olivier Blondeau (Blondeau, 2007) explique que l'arrivée des nouveaux medias, tels Internet, des radios pirates, des télévisions communautaires, du minitel, de la vidéo... constituent un élément déstabilisateur du journalisme traditionnel, qui pose l'existence *d'arènes publiques*⁷⁶ dites *digitalisées*— au sein desquelles est posé en objet d'engagement public.

⁷⁶ Allard, Laurence, Développer l'audiovisuel numérique libre dans le style bazar. Collectifs en ligne et nouvelles arènes publiques, 2003, 29 p. <http://culturesexpressives.fr/lib/exe/fetch.php?media=allard15octobre.pdf>

Internet est devenu aujourd'hui l'une des premières sources d'informations pour les publics qu'ils soient journalistes ou quidams. Aujourd'hui plus que jamais Internet représente en Afrique le lieu par excellence :

« [...] des nouveaux engagements politiques. On assiste depuis quelques années à la création tous azimuts depuis la diaspora des sites internet dédiés particulièrement aux pays africains, à l'instar de abidjan.net pour la Côte d'Ivoire, benininfo.com le Togo, Cameroonindependant, camerounlink, cameroun-info.net et camer.be pour le Cameroun ou encore lemali.fr pour le Mali utilisés fréquemment comme source par les médias occidentaux pour informer sur l'Afrique. Pourtant un bon nombre de ces sites espèrent – même s'ils ne l'avouent pas nécessairement cet objectif au sommet de leur priorité – influencer sur la vie politique dans leur pays, ce qui met en doute leur objectivité. »
77

Ainsi dit, une observation de la communication transnationale camerounaise⁷⁸ a conduit à poser l'hypothèse selon laquelle la construction de l'image de marque du Cameroun se retrouve influencée depuis les années 2000 à la fois par le discours et l'activisme politique par le canal d'Internet d'une *exopolitie*⁷⁹ camerounaise et la recherche par des professionnels camerounais de la communication ou de personnes se réclamant comme tels à partir d'un statut d'exilé dans les pays d'accueil.

Ces discours accompagnant donc l'activisme politique d'une certaine catégorie des diasporés camerounais, qu'ils soient professionnels ou non du journalisme et/ou de la communication, sous-entendraient qu'ils aient des perceptions légitimant leurs actions. Cette légitimation reposant sur des combinaisons de stratégies.

⁷⁷ Wongo Ahanda, Antoine, *Comment s'informent et communiquent les Camerounais de l'étranger? Communication et transnationalisme*, Paris, L'Harmattan « Études Africaines », 2014, p 117

⁷⁸ Wongo Ahanda, Antoine, « Information et structuration des opinions et des choix politiques des Camerounais de France. Etude des effets de l'information comme modalité d'expression du transnationalisme et de de la citoyenneté des Camerounais de l'île de France ». *Fréquence Sud*, n° 20, 2009 pp. 237-272

Wongo Ahanda, Antoine, « le site internet cameroun-info.net : une expression du transnationalisme politique camerounais. Contribution à l'analyse du discours des médias diasporiques », *langue et communication*, n° 7, 2009, pp. 469 - 495

⁷⁹ Dufoix, Stéphane, *Politiques d'exil*, Paris, PUF, 2002

Par conséquent, explorer la problématique des *stratégies* supposerait l'analyse des différentes logiques d'acteurs inhérentes au phénomène de *légitimations* des publications sur les sites web d'informations. De quoi s'interroger sur la construction de leur actualité que nous avons dénommée ici *agenda building* d'une part et le rapport de la production et de la conception avec

* *l'agenda building* et/ou construction de l'actualité. Nous voulons étudier la construction d'évènements collectifs en vue d'une réactivation d'un espace public national dans le contexte de production des sites web d'informations ⁸⁰. Nous partons du principe que les sites et/ou portails web d'information générale camerounais sont des médias disposant chacun d'un agenda. Nous entendons par agenda, une sélection, un tri de sujets (constituant leur actualité) qui est un ajustement entre les diverses perceptions, opportunités et stratégies d'acteurs par les promoteurs de sites web camerounais d'informations générales. Autrement dit l'agenda est un ajustement de l'intuition de ces promoteurs (économique, politique, social et culturel), des pratiques et de perception des priorités sociales. Nous voulons montrer que ce tri (parlant d'agenda) est orienté dans le type de média (les sites web camerounais) que nous étudions. Cependant, compte tenu du fait qu'on a évolué depuis les théories fonctionnalistes et diffusionnistes, nous voulons également montrer que ce travail en amont des promoteurs de ces sites web fait intervenir en aval un autre travail de perception et de participation qui, lui-même, se perçoit au niveau des pratiques.

* L'approche sémio-discursive Patrick Charaudeau⁸¹ a été adoptée pour décrire le jeu d'acteur, interroger la légitimité de la parole et la question de la légitimité, à travers lesquels les acteurs autour des sites web d'information générale camerounais construisent des débats et/ou se déploient pour légitimer leur crédibilité dans « l'espace public virtuel camerounais » et/ou déterritorialisée.

Si nous admettons que l'information est une construction de la réalité sociale, dès lors une approche constructiviste des médias nous paraît pertinente ici car rend compte « *des processus des dynamiques et des enjeux de la médiatisation et pour examiner les problèmes que pose*

⁸⁰ Esquenazi, Jean-Pierre. *L'écriture de l'actualité : pour une sociologie du discours médiatique*. Grenoble, PUG. 2002.

Charaudeau, Patrick, *les médias et l'information : l'impossible transparence du discours.*, 1^{ère} édition, Bruxelles, ed. De boeck, « Medias recherches », 2005.

⁸¹ Charaudeau, Patrick. *Le discours politique. Les masques du pouvoir*, Paris : librairie Vuibert, 2005

l'exercice du métier de journaliste »⁸². En effet, l'on ne saurait faire fi de la difficulté du traitement objectif de l'information. Aucune information n'est une vérité en soi. Aussi, une adéquation entre le discours journalistique et le réel serait-il mieux perçu par une prise en compte d'une construction du sens comme dynamique sociale.

Plan

La réflexion menée dans le cadre de ce travail s'articule en trois parties, chacune d'elle subdivisée en trois chapitres. La première partie traite de l'état des lieux, les causes, les logiques (aussi bien internes qu'externes), les visions qui ont prévalu à l'émergence du phénomène des sites web camerounais d'informations générales.

Le premier chapitre dresse une vue panoramique du « champ médiatique camerounais » à l'aune d'Internet. Ce chapitre fait une sociogenèse des médias traditionnels camerounais, plus précisément de la presse écrite et de la presse en ligne. Il retrace ses évolutions techniques dans un environnement on ne peut plus précaire et répressif.

Le deuxième chapitre est intitulé les conditions d'apparition des sites web camerounais d'informations générales. Il s'est consacré à faire ressortir lesdits sites web et à en faire une description analytique. Le chapitre trois explore les approches théoriques afin d'en faire ressortir *le portrait de l'identité éditoriale* – appréhendé sous l'angle de Ringoot - de chacun des sites web camerounais d'informations générales étudiés.

La deuxième partie s'intéresse à la mise en évidence des discours, la conception/production des messages, les stratégies et procédés argumentatifs des diasporas dans le développement et l'utilisation des sites web camerounais d'informations générales.

Le chapitre quatre traite globalement les données obtenues des différents terrains d'études (France, Belgique, États-Unis) et d'une analyse de contenus des publications présentées sur les corpus retenus.

⁸² Delforce, Bernard, « Le constructivisme : une approche pertinente du journalisme », *Questions de communication* [En ligne], 6 | 2004, mis en ligne le 25 mai 2012, consulté le 30 juillet 2015. URL : <http://questionsdecommunication.revues.org/4345>

Les cinquième et sixième chapitres quant à eux essaient de répertorier et catégoriser les grands axes thématiques des discours et sujets traités sur les sites web camerounais d'informations générales au travers du corpus constitué. Il y est question de faire ressortir les symboliques que les énonciateurs (c'est-à-dire les responsables et/ou promoteurs de ces sites) attribuent à leurs actions promotionnelles, d'une part et les publics diasporiques, d'autre part.

Enfin, la troisième partie met en exergue les pratiques et représentations se greffant autour des discours « incitatifs » et procédés argumentatifs que, aussi bien les promoteurs que les utilisateurs diasporiques des sites web camerounais d'informations générales, présentent pour légitimer ou non l'ancrage social de leur action sur ces sites.

Le chapitre sept, intitulé : les sites web camerounais d'informations générales, des communications plurielles pour quels publics ?, porte sur les discours produits dans la sphère publique des internautes que constitue la diaspora camerounaise. Il a été question d'identifier les qualificatifs qu'ils attribuaient à ces sites camerounais afin de cerner les opinions, perceptions et représentations qu'ils s'en faisaient.

Le chapitre huit pour sa part, en remontant aux discours produits dans la sphère privée des migrants et/ou diasporés camerounais, essaient de mettre en exergue comment les liens s'opèreraient entre Internet et les diasporas camerounaises de France, Belgique et États-Unis.

Le chapitre neuf, au sortir des différentes analyses de contenus des discours produits dans les sphères publique et privée, émanant parfois de polémiques et d'environnement cacophonique, se tourne vers le traitement politique des informations sur les sites camerounais. Un traitement informationnel qui, très souvent, attise des polémiques et sur lequel les promoteurs des sites web camerounais d'informations générales semblent bâtir leur argumentaire pour légitimer leurs actions.

**PREMIERE PARTIE : CONTEXTE ET
CONDITIONS D'ÉMERGENCE D'ESPACES D'
EXPRESSIONS PLURIELLES AU CAMEROUN.**

L'espace public dans ses débuts a été identifié comme un espace symbolique et immatériel où les gens peuvent se rassembler pour discuter sujets d'intérêt public et y donner leur prise de position⁸³. Même si cette définition d'Habermas semble accorder plus d'importance à la dimension politique de la vie d'une cité, elle laisse néanmoins transparâtre les rapports que les publics entretiendraient avec l'État. Cette conception de l'espace public évoluera, après plusieurs critiques, à telle enseigne qu'avec l'essor des mass medias, certains auteurs assimilent de nos jours les médias à des formes d'espace sociétaux. Partageant donc cette dernière conception, nous essaierons autour d'elle de construire une sociogenèse des medias qui ont prévalu à l'émergence d'espaces d'expressions plurielles que nous identifions ici à un espace public sociétal camerounais. Ce dernier est entendu comme une sphère à laquelle s'associeraient les médias de prime abord, qui constitueraient des lieux symboliques où les populations camerounaises viendraient à se rassembler pour exprimer leurs idées et donner leur avis sur les sujets d'intérêt public de la nation camerounaise.

C'est pourquoi il sera question, dans cette première partie, de procéder à un état des lieux, en faisant ressortir les logiques et/ou visions (aussi bien internes qu'externes) qui ont prévalu à l'émergence des sites d'informations générales au Cameroun. Deuxièmement, il s'agira en chapitre 2 d'exposer les conditions soci-politiques et économiques autour desquelles se sont construites les logiques de sites internet d'informations en général et au Cameroun en particulier. À cet effet, les notions d'*expressivisme*, d'*arènes publiques digitalisées*, de *cyberdémocratie*, en tant qu'arguments pro-démocratiques présentés, seront revisités. Enfin, le chapitre 3 rendra compte des sites d'informations générales camerounais dans une approche analytique du portrait de chacune de leur identité éditoriale, méthode que nous empruntons à Roselyne Ringoot. Ce qui débouchera sur une étude contextuelle pour une meilleure compréhension de ce phénomène qu'est l'explosion des sites web camerounais d'informations générales, une étude des acteurs et manifestations.

⁸³ Habermas, Jürgen, *L'espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Paris, éditions Payot, (1962), 1992 [réédition], 324 P.

CHAPITRE 1 : L'ÉTAT DES LIEUX DU « CHAMP MÉDIATIQUE » CAMEROUNAIS À L' AUNE D'INTERNET

« Tout produit médiatique implique trois espaces sociaux différents : celui de la production : celui de sa réception, et enfin, celui, moins facile à définir qui est engendré par le caractère discursif de l'objet... les institutions médiatiques sont les principaux acteurs de la production. Toutes ensemble, elles forment ce qu'on peut appeler le champ médiatique. Ce dernier doit se confronter aux pressions et contraintes provenant d'autres champs [...]. Le champ médiatique détermine aussi l'ensemble des métiers qui peuvent y être exercés, en particulier celui de journaliste. Les pratiques et coutumes professionnelles, les relations, les hiérarchies font l'objet de normes explicites et aussi de routines tout aussi importantes... »⁸⁴

Dans notre cas d'espèce, parler du champ médiatique au Cameroun nous pousse d'abord à évoquer sa production, puis sa réception (son lectorat/ auditorat) et enfin le journalisme dans sa globalité au Cameroun, c'est-à-dire la déontologie journalistique, les pratiques journalistiques, les mutations des identités journalistiques à l'aune d'internet...

Parlant du journalisme au Cameroun, Georges Madiba nous fait comprendre que le journalisme est à l'image d'une société et chaque société a ses travers. Il poursuit en affirmant que :

«[...] les pratiques du journalisme peuvent prendre la coloration de ses travers sociaux [...] au cours de la décennie 1990 des changements sont intervenus dans le cadre légal et sociologique de la pratique du métier, notamment l'émergence d'un nouveau type de journalisme plus critique et polémique, mais a aussi généré des avatars tels " les journalistes de listes" ou le "gombo journalism"».⁸⁵

⁸⁴ Esquenazi, Jean-Pierre, *L'écriture de l'actualité : pour une sociologie du discours médiatique*, Grenoble : PUG. 2002, p. 9.

⁸⁵ Madiba, Georges, « Le journalisme au Cameroun : logiques de débrouillardise d'un territoire professionnel en chantier », pp. 119-130, in Atenga, Thomas et Madiba, Georges (Dir), *La communication au Cameroun. Les objets, les pratiques*, Paris, Éditions des archives contemporaines, 2012. 120.

Georges Madiba s'est questionné sur la perception sociale du journalisme, le statut légal du journaliste, son identité, son acception du professionnalisme. Il est ainsi parvenu aux conclusions selon lesquelles le journalisme au Cameroun rencontre les critiques habituelles à la profession, telles que des conditions d'entrée flexibles, le problème généralisé du non-respect de la déontologie, car pour lui :

«[...] la professionnalisation du journalisme au Cameroun, tardive et inachevée est la résultante d'une limitation étatique de l'activité journalistique dans la mesure où une bonne partie des professionnels des médias ont un statut légal de fonctionnaires et les autres n'ont pas encore acquis un véritable statut. Ces différences de statut posent encore un problème de définition de l'identité du journaliste et de son rôle dans la société camerounaise».

En présentant une sociogenèse du journalisme camerounais, particulièrement exerçant dans la presse écrite, ce premier chapitre va retracer les tensions sociales, politiques, économiques, d'un environnement concurrentiel, précaire, anarchique et sur-contrôlé / répressif dans lesquels évoluerait le journalisme camerounais.

A) Le journalisme au Cameroun: ses logiques, ses défis et le marché de la presse écrite camerounaise

Avant de nous intéresser à la presse en ligne et par la suite aux sites web d'informations générales au Cameroun, il nous est apparu plus opérant de faire un bref retour historique sur la presse écrite camerounaise dans la mesure où la presse en ligne camerounaise est sa résultante ⁸⁶, et les sites web d'informations générales une continuité, jusqu'à, parfois même, ne constituer que de simples répliques de la presse écrite dans la presse en ligne camerounaise⁸⁷. Cependant, compte tenu du vaste contexte dans lequel la presse écrite camerounaise évolue et des différentes

⁸⁶ Ngounou, Ingrid Alice, *la démarche d'information des étudiants immigrés: le cas des Camerounais de l'île de France*, Mémoire du diplôme de l'IFP- Panthéon Assas. Paris: Institut Française de Presse, 2006.

⁸⁷ Wongo Ahanda, Antoine, *Comment s'informent et communiquent les Camerounais de l'étranger? Communication et transnationalisme*, Paris, L'Harmattan « Études Africaines », 2014

catégories de presse existantes, nous porterons plus notre intérêt sur la presse quotidienne et hebdomadaire d'information générale.

*** Un bref retour historique pour une meilleure mise en contexte du cas Camerounais**

"Les médias sont devenus des acteurs de la vie politique et des instruments, inégalement répartis de la modernisation et de l'acculturation. (...) les médias en Afrique noire sont le résultat d'un transfert de technologie dont les premiers bénéficiaires avaient été, pour la presse et plus tard pour la radio, des Européens installés en Afrique. Les dirigeants africains des nouveaux Etats ont hérité de la concentration des pouvoirs que les colonisateurs avaient opérée dans les zones francophones..."⁸⁸

Dans ses travaux portant sur les médias en Afrique, André-Jean Tudesq peint le décor situationnel et les enjeux des médias en Afrique subsaharienne. Il en ressort que la première presse qui s'adresse aux Africains fut d'abord celle des missionnaires protestants. Tudesq nous explique que cette presse a d'abord été à l'usage des Blancs entre guillemets, venus s'installer dans le Sud de l'Afrique (en 1800 au Cap)...

Tudesq nous explique comment, au sortir des deux guerres mondiales, les leaders africains – dont certains faisaient partie des troupes venues combattre en Europe pour les Français et les Anglais –, ont introduit à leur retour en Afrique des idées et aspirations nouvelles, favorables au développement d'une presse plus libre qu'en Afrique colonisée. Dès lors, la presse va devenir un instrument utilisable par différents protagonistes, à l'instar des administrateurs coloniaux, colons ou Africains, à l'adresse des populations urbaines alphabétisées (encore peu nombreuses) ou des dirigeants des métropoles. Disons, avec André-Jean Tudesq, qu'au sortir de la 2^{ème} guerre mondiale, « la presse est davantage associée aux évolutions vers l'autonomie ou vers l'assimilation. Deux mouvements renforçant le besoin d'information. »...

Pour André-Jean Tudesq, *"les médias se caractérisent au Cameroun par une presse écrite très politique avec des antagonismes violents entre les participants du pouvoir, qui*

⁸⁸ Tudesq, André-Jean. *Les médias en Afrique*. Paris : Ellipses, 1999, p. 3.

contrôlent étroitement la radio et la télévision, et une opposition, sans doute majoritaire mais désunie »⁸⁹.

*** Vers le développement d'une presse pluraliste et bilingue au Cameroun**

Les premiers périodiques en langues africaines au Cameroun furent l'œuvre des missionnaires protestants allemands. Il s'agit en l'occurrence de : *Mulee-Ngea* (« le guide »), lancé en 1903 à Buéa par les missions évangéliques et *Mwendu Ma Musango*, lancé en 1906 à Douala par les missions baptistes. En 1922, le bimensuel *la Gazette du Cameroun* (presse administrative et coloniale, créée par le commissaire français Marchand) est rédigé par des Camerounais « émancipés ». Après 1945, une presse rédigée par les Camerounais se développe encore, avec un clivage entre les modérés (Louis Paul Ajoulat, André Marie-Mbida et plus tard Ahmadou Ahidjo) et l'UPC (Union Populaire du Cameroun), dont la *Voix du peuple du Cameroun* est le principal organe à partir de 1948⁹⁰. L'année 1955 voit naître naître 3 journaux : l'*Effort Camerounais*, catholique, le *Bamiléké*, bimensuel de Yaoundé, et *la presse du Cameroun*, quotidien du groupe De Breteuil à Douala⁹¹.

« Après avoir connu un pluralisme limité par le climat de guerre civile entretenu par l'action clandestine de l'UPC et les pressions de l'administration française à la fin de la période coloniale, la presse subit rapidement après l'indépendance une surveillance accrue de l'État avec une ordonnance du 13 mars 1962 autorisant les poursuites des nouvelles mensongères, puis avec la loi du 21

⁸⁹ Le Cameroun a connu les dominations coloniales allemande, puis, en 1916, anglaise et française. Il a regroupé, au moment de l'indépendance en 1960, le Cameroun qui avait été placé sous mandat français par la Société des Nations puis de l'ONU, et la plus grande partie de la zone placée sous le mandat britannique pour former une fédération, devenant en 1972 après référendum, une république unitaire. Depuis, 1982, Paul Biya, auparavant Premier ministre sous le régime Ahmadou Ahidjo, succède à ce dernier et devient le deuxième Président de la République. En 1983 et 1984, des tentatives de coups d'état échouent et provoquent un durcissement du régime. « *En 1990, l'agitation sociale provoquée par l'exigence du multipartisme a été réprimée. Le refus d'une conférence nationale a entraîné une campagne de désobéissance civile et d'opérations "villes mortes" et une baisse de l'activité économique* ». Des élections avec une reconnaissance de 48 partis (certains les boycottant) en mars 1992 ont amené le parti au pouvoir, devenu le RDPC (Rassemblement Démocratique du Peuple Camerounais), à s'allier avec un petit parti pour conserver la majorité. Profitant des divisions de l'opposition, Biya a été réélu président en octobre 1992 (contre sept autres candidats) et de nouveau, le 10 octobre 1997, s'étant présenté sans rival, l'opposition ayant boycotté les élections... Pareillement pour les dernières élections présidentielles d'octobre 2011.

⁹⁰ En Avril 1950, *la Voix du Peuple du Cameroun* écrivit que « *la colonisation, c'est le vol, c'est le pillage, c'est le meurtre* ». À cet effet, elle subit de nombreux procès. À la suite d'une révolte en mai 1955, l'UPC devient clandestine. Aussi, *la Voix du Peuple du Cameroun* est interdite. Cf. Tudesq, André- Jean. Op. cit, p. 133.

⁹¹ Bayart, Jean-François. *L'Etat au Cameroun*. Paris : Presses de la Fondation Nationale des Sciences politiques, 1985.

décembre 1966, aggravée par la loi du 14 juillet 1980 et le décret du 22 juillet 1981 qui instaure une autorisation préalable et le dépôt d'un cautionnement. Une relative libéralisation en 1982, au moment de l'avènement de Biya, a amené l'apparition de nouveaux journaux indépendants, comme *Le Messenger* qui avait publié ses premiers journaux en 1979. Mais la tentative de coup d'Etat du 06 avril 1984 à Yaoundé y a mis fin même si le président Biya au congrès de l'UNC à Bamenda en mars 1985 a renoncé au monopartisme et semble admettre le pluralisme de la presse puisqu'il a déclaré qu'il n'est pas nécessaire « pour exprimer ses opinions, de prendre le maquis, de vivre en exil »⁹².

La presse anglaise, quant à elle, est plus diversifiée. Elle a pour principaux titres *Cameroon Post* (lancé en 1969, qui tire 8000 exemplaires), *Cameroon Life*, *The Herald* (bi-hebdomadaire lancé en juillet 1992 à Yaoundé, tirant 15000 exemplaires à ses débuts), *Witness* (publié à Bamenda).

S'appuyant sur les publications anciennes de journaux tels que *le Messenger* et *l'Effort Camerounais*, la presse en langue française, pour sa part, vit ses titres se multiplier à partir de juillet 1990 avec : des hebdomadaires (*Challenge Hebdo*, *Dikalo*, *la Vision* en 1991), *La Nouvelle Expression* à Douala ; des bimensuels comme *Le Jeune observateur* à Yaoundé, *Cameroun Express* (bimensuel datant de 1931). A la fin des années 1990, 57 titres paraissent à Yaoundé, 37 à Douala, 7 à Limbé⁹³.

Des journaux ont continué à se lancer, tandis que beaucoup disparaissaient ou paraissaient irrégulièrement. En 1997, seule une trentaine de journaux avaient une parution régulière. Depuis, seuls deux quotidiens ont survécu : *Cameroon Tribune* (le quotidien gouvernemental qui publie à Yaoundé) ; *Le Quotidien* qui paraît à Douala depuis 1995).

Quatre bi-hebdomadaires poursuivent leur parution : *The Herald* à Yaoundé, à Douala *la Nouvelle Expression*, *Le Messenger* et *Cameroon Post* (publié uniquement en anglais en 1997).

« Parmi les principaux hebdomadaires, seul *Le Patriote*, plus polémique que le quotidien gouvernemental, publié à Yaoundé, soutient le gouvernement. *Challenge Hebdo* traite principalement de la politique (plus de la moitié des pages) [...] *Dikalo* [...]. Ces deux hebdomadaires ou bimensuels paraissent à Douala, surtout comme *Le Combattant* ou à Yaoundé, *Galaxie*, *Génération*,...

⁹² Tudesq, *Op.cit*, p 133 et 134

⁹³ Ces journaux ont connu leur plus grande expansion entre 1992 et 1993 : 50000 exemplaires pour *Le Messenger*, 40000 pour *Challenge Hebdo* et 20 000 exemplaires pour le *Combattant* (créé en 1984)

mais aussi à Bafoussam, L'Hebdomadaire , Le Couchant ou le bimensuel La Dépêche des Montagnes, The Messenger à Bamenda, The Star headline ».

Tous les journaux n'ont pas une publication régulière. Même s'ils peuvent s'exprimer assez librement, ils ont souvent un accès difficile à l'information. La permanence du pouvoir en place et l'incapacité des opposants à présenter une alternative cohérente et crédible ont durci l'opposition, aggravant les divisions de l'opinion, partisans du gouvernement et opposants s'accusent mutuellement de provoquer les antagonismes ethniques. En 1997 Eboussi Boulaga écrivait:

« la presse joue un rôle indispensable dans cette phase qui consiste à demander aux détenteurs du pouvoir de rendre compte de leur gestion...on concède qu'elle a jusqu'à présent peu éduqué le public au sens critique, au sens du compromis et de la négociation, au goût de l'exactitude dans l'information et au respect de l'adversaire »⁹⁴

En somme, la pratique du journalisme est introduite par les missionnaires européens en direction de leur communauté dès les années 1920.

Aujourd'hui, le paysage médiatique camerounais, bien diversifié demeure cependant fragile. Dans ses travaux sur le journalisme au Cameroun et ses logiques de débrouillardise sur un territoire professionnel en chantier, Georges Madiba nous en fait une présentation panoramique des plus significatives. A cet effet, il nous rappelle que le Ministère de la Communication au Cameroun a dénombré près de 500 journaux, 102 radios et 12 télévisions dans les années 2000 dont :

- 7 quotidiens nationaux réguliers: *Cameroon Tribune, Le Messenger, la Nouvelle Expression, Mutations, Le Jour, l'Actu, Le quotidien de l'économie*
- De nombreux hebdomadaires et bihebdomadaires, qui paraissent au gré des «coups médiatiques», mais seulement une demi dizaine est crédible.

⁹⁴ Tudesq, Jean, *Op.cit*, p.135 et Eboussi Boulaga, Fabien, *La démocratie de transit au Cameroun*, Paris, L'harmattan, 1997, p. 440

- 5 hebdomadaires régionaux qui apportent un autre regard sur la réalité du Cameroun profond, les plus réguliers et les plus légitimes dans la tenue et le ton sont *Ouest Echos* (couvre la partie ouest du pays), *Ouest littoral* (s'intéresse aux régions limitrophes de l'Ouest et du Littoral), *L'œil du Sahel* (couvre toute la partie septentrionale du pays).

- *Des magazines de sports et loisirs: Ndamba* (football), *Sport Olympique, Stade* (Sport), *Nyanga, Ici les gens du Cameroun, Week End, Récréation, Situation* (magazine people).

Au-delà des sites électroniques des journaux, il existe de nombreux cyberjournaux. Les plus en vue sont *Cameroononline.net, Camer.com...*

A-1) Le dynamisme de la presse quotidienne d'information générale et politique?

***Les journalistes camerounais: Acteurs de l'information**

Traitant de la naissance et de l'évolution de la profession de journaliste au Cameroun, à la suite d'Eboussi Boulaga et Nga Ndongo Valentin, repris par Jean Tudesq, Georges Madiba pense que le journaliste camerounais a œuvré en tant qu'agent de développement dans les années 1970 à 1980, avant de se poser en "*héraut de lutte*" pour les libertés politiques et civiques dès le début des années 1990. D'où cette assertion affirmative de Tudesq :

« [...] à la fin des années 1980 [...] le multipartisme et le pluralisme de la presse entraînaient les divisions de l'opinion et une certaine contestation des dirigeants, prompts à réagir [...] la presse indépendante tient lieu d'espace public difficile à naître dans les sociétés. dans les sociétés où le sacré et les influences ethniques pénètrent profondément tous les aspects de la vie quotidienne [...] Même s'il y a eu un reflux de la presse par rapport au début des années 90, il existe une plus grande liberté d'expression non sans péril toutefois pour ceux qui l'utilisent [...] Le Messenger, Popoli au Cameroun tirait un article le 2 juin 1998 « le président sodomisait ses collaborateurs » [...] la presse écrite pluraliste aggrave les différences et les tensions ; en allant à l'encontre des consensus, elle court le risque d'aller à l'encontre des tendances profonde de la mentalité africaine, surtout en milieu rural [...] Mais l'opinion publique ne se construit que lentement en Afrique noire où l'origine ethnique et géographique des partis ou des hommes politiques est souvent plus considérée que leur programmes ou leurs idées [...]. Mais la presse est surtout encore un moyen d'information et d'expression des citoyens en Afrique. Sa faible pénétration chez les ruraux ne tient pas seulement aux difficultés de distribution en dehors des capitales où elle est publiée, ou à son

prix, mais à des problèmes culturels ; l'alphabétisation est faible dans les campagnes, peu de journaux sont publiés en langues africaines et leur contenu correspond principalement aux préoccupations des lecteurs citadins. "

Aujourd'hui, le journaliste au Cameroun essaie plus que jamais de se définir une identité par rapport au pouvoir politique. L'État reste influent dans le domaine de la presse écrite avec le quotidien national *Cameroun Tribune*, malgré la pléthore de journaux existants.

Le décret du 24 mai 1991 au Cameroun, portant identification des journalistes et auxiliaires de la presse, considère comme journaliste : *« toute personne qui sur la base de ses facultés, de sa formation ou de son talent, a pour occupation permanente et rétribuée, des tâches effectives de rédaction, de reportage, de recherche et de traitement de l'information dans plusieurs organes de presse ou dans un service officiel d'information »*. Une telle flexibilité de la définition de la profession de journaliste offre la possibilité à des amateurs, de s'autoproclamer journaliste, du fait de la simple possession d'une carte de presse. Ce qui conduira inévitablement à des dérives et/ou tares vis-à-vis d'une bonne pratique du métier de journaliste au Cameroun. Aussi, des manquements, tels que pots de vins et corruptions indirect(e)s, sont-ils enregistrés. Alexandre T. Djimeli présente ces derniers dans son analyse de la déontologie des journalistes, à l'épreuve de la précarité au Cameroun. À la suite de Georges Madiba, lui aussi dénonce la pratique du *« gombo »*, devenue monnaie courante dans les échanges entre annonceurs et journalistes, lors des couvertures médiatiques. En effet, il argumente:

" à un premier niveau, les journalistes considèrent « gombo » comme un don (en argent ou en nature) que l'organisateur d'un événement fait aux reporters chargés de la couverture médiatique. Au deuxième niveau, le « gombo » désigne, selon eux, de l'argent qu'un individu donne à un journaliste pour commander un article, généralement à l'insu de certains membres de la rédaction. Un reporter qui récupère le « gombo » sur le terrain peut aussi donner à son chef de rédaction pour faciliter la publication d'un article. Le « gombo » peut être donné délibérément par le commanditaire d'un article ou alors sur la demande du journaliste lui-même. Tout un langage s'est développé pour exprimer et fonder la pratique du « gombo ». Les journalistes ne parlent pas de corruption, mais de «

frais de taxi», « carburant », « per-diem », « frais de facilitation », « frais de couverture » etc. ⁹⁵

Force nous est donc donnée de constater que la dépendance et la fragilité économique des entreprises de presse facilite la pratique du « gombo ». D'autant plus que les responsables d'organes de presse tardent à appliquer la rémunération prévue par la convention collective nationale des journalistes et des professionnels des métiers connexes de la communication sociale au Cameroun du 12 novembre 2008.

Les journalistes camerounais se meuvent donc dans un environnement de travail non sécurisé, avec des salaires dérisoires et irréguliers. Ce qui pousse, consciemment ou inconsciemment, les uns et les autres, à rechercher des sources additionnelles de revenus, en vue simplement de subvenir à leurs besoins.

A-2) Les ventes, les investissements, les aides de l'État

S'il est vrai qu'une structuration claire et rigoureuse de l'économie nationale d'un pays déterminerait le système de financement des medias de ce pays ⁹⁶. Le cas camerounais, lui, est moins respecté, nous affirme Georges Madiba, lequel constate que l'économie camerounaise a cette particularité d'être informatisée. Par conséquent, il poursuit que bien que la publicité soit la mamelle nourricière des medias en général:

" [...] au Cameroun certains journaux, radios et télévisions généralistes fonctionnent avec un apport minimal de la publicité qui avoisinerait les 15% du budget de l'entreprise. Ce qui rend périlleux la gestion de celle-ci et ouvre naturellement les portes à tous types de financements: politique, tribal, religieux des lobbys... D'autant plus que le système d'aide à la presse qui ne reprend pas à des critères rationnels de soutien est largement décrié par les medias de référence. Autrement dit quand l'enveloppe globale de cette aide tourne autour de 250 millions de FCFA, la part reversée a un quotidien ne dépasse pas les

⁹⁵ Djimeli, Alexandre, « Le journalisme camerounais à l'épreuve de la précarité », pp. 131-143, in Atenga, Thomas, Madiba, Georges (dir), *La communication au Cameroun. Les objets, les pratiques*, Paris, Éditions des archives contemporaines, 2012, p. 134.

⁹⁶ Gabzewicz, Jean, Sonnac, Nathalie, *L'industrie des medias*, Paris, La Découverte, 2006, pp. 45 -55

2.000.000 FCFA, ce qui ne correspond pas à ces journaux au paiement de 2 jours de tirage chez l'imprimeur »⁹⁷.

Ces remarques de Georges Madiba semblent bien nous décrire l'ambiance précaire dans lequel se meut le journaliste de la presse écrite au Cameroun. Il se dessine une forme de prolétarianisation, qui tend de plus en plus à rendre misérables les pratiquants de cette profession. En d'autres termes, ces journalistes s'appauvriront davantage sur le plan matériel dans la mesure où les employeurs peuvent être dans l'incapacité de payer leurs employés et stagiaires, ce qui conduira inévitablement à une exploitation de l'employeur sur son employé. En outre, les entreprises de presse peuvent connaître la baisse de leur pouvoir d'achat, du nombre de leurs tirages et leurs conditions de vie.

L'environnement socio-économique des médias au Cameroun reflète aujourd'hui la société camerounaise. Une société marquée par un environnement entaché de corruption⁹⁸ et une faible volonté productive à l'échelle nationale.

A-3) La presse camerounaise en état d'asphyxie ?

***La législation de la presse au Cameroun et son application face à la « pression étatique »**

La magistrature camerounaise n'a pas toujours suffisamment joui de son indépendance. En effet, même si la constitution de 1972 reconnaît la liberté de presse⁹⁹, il n'en demeure pas moins que

⁹⁷ Madiba, Georges., « Le journalisme au Cameroun : logiques de débrouillardise d'un territoire professionnel en chantier », in Atenga, Thomas et al., *La communication au Cameroun : les objets, les pratiques*. Paris : éditions des archives contemporaines, 2012, pp. 120-121.

⁹⁸ Le Cameroun a été classé comme le pays le plus corrompu du monde dans la fin des années 90 par l'ONG (*Transparency International*)

⁹⁹ Des amendements successifs y ont été ajoutés, notamment la loi du 19 décembre 1990 sur la liberté de communication sociale, qui facilite la création des journaux mais impose la remise préalable, au moins 4 heures avant leur parution, des exemplaires au procureur général ou au gouverneur de Province. À cet effet, Tudesq nous dit que l'article 14 indiquait : « *les journaux ainsi déposés peuvent faire l'objet de censure partielle ou totale pour atteinte à l'ordre public et aux bonnes mœurs* ». Cette loi a entraîné des procès de journalistes et des suspensions de journaux. Par exemple, feu Puis Njawé (ancien directeur du *Messenger*), et Célestin Monga (ancien collaborateur de *Jeune Afrique Economie*). En ce qui concerne ce dernier, Célestin Monga avait rédigé un article dans le numéro du 27 décembre 1990, une lettre ouverte au président Biya intitulée « La Démocratie truquée ». Ces deux journalistes furent traduits en justice en Janvier 1991 devant le tribunal de Douala pour outrage au président de la République, aux tribunaux et aux membres de l'Assemblée nationale et les 90.000 exemplaires du numéro furent saisis. Le 18 janvier 1991, chacun de ces deux journalistes écope de six mois de condamnation avec sursis et à 300.000 Francs

la législation de la presse a subtilement codifié les délits d'outrage envers les chefs d'Etat, les ministres, les hauts fonctionnaires, tout ce qui concerne les atteintes à l'ordre public, à la morale, à la diffusion de fausses nouvelles. Aussi, la législation de la presse a-t-elle prévu des sanctions (pécuniaires, censure...) sévères et des peines de prisons. Ce qui a donc conduit à des poursuites, des arrestations, des condamnations et même des emprisonnements de journalistes pour divers motifs. Nous pouvons prendre ici, avec Tudesq, l'exemple du regretté Puis Njawé, le directeur du groupe *Le Messenger*, qui avait écrit le 22 décembre 1997 que le président Biya aurait eu un malaise cardiaque en assistant à un match de football: le journal publia quatre jours plus tard un démenti de la Présidence. Mais Puis Njawé, quant à lui, fut condamné le 13 janvier 1998 à deux ans de prison, réduits à un an le 14 Avril. Célestin Lingo, grand témoin des années de braise qui ont marqué la fin du combat nationaliste en 1970, sera de son côté détenu 4 ans à Matoun ...

Quatre journalistes camerounais ont été emprisonnés depuis septembre 2008 pour "reportages critiques"¹⁰⁰. Il s'agit d'abord de Lewis Medjo (poursuivi pour "propagation de fausses nouvelles" suite à des articles critiques à l'endroit du chef de l'État et du chef de la police camerounaise), le journaliste a été arrêté et placé en détention préventive depuis septembre 2008, condamné à trois ans de prison ferme et à deux millions de FCFA d'amende. Les trois autres journalistes sont Michel Mombio (directeur de publication du magazine bimestriel *L'Ouest républicain*, inculpé pour "*tentative d'escroquerie, outrage à corps constitué et chantage*"); Armand Ondo (directeur de publication de l'hebdomadaire *Régional*) et Zacharie Ndiomo (directeur de publication l'hebdomadaire *Zénith*, accusé de "*tentative de chantage et atteinte à l'honneur*" d'un haut responsable au même titre que Armand Ondo). Tous ont été emprisonnés à Yaoundé, sans procès.

Le directeur de publication de l'hebdomadaire *Cameroun Express*, Bibi Ngota, a été incarcéré et est décédé à la prison centrale de Yaoundé sis à Nkondendgui le 22 avril 2010. Bibi Ngota avait été écroué en même temps que deux autres journalistes, Serge Sabouang (*La Nation*) et Robert Mintsa (*Le Devoir*), pour « *faux et usage de faux* ». Les autorités les accusaient d'avoir imité « *la*

CFA d'amende... D'autres saisies, aux dépens du *Messenger*, de *Challenge Hebdo* et de la *Nouvelle expression*, eurent également lieu. Quatre ans plus tard, une loi du 4 janvier 1996 simplifie la loi de 1990 : elle abolit la censure préalable, les exemplaires devant être déposés désormais au plus tard 2h après la parution.

¹⁰⁰ http://www.ifex.org/cameroon/2009/01/30/four_journalists_imprisoned_since/fr/

signature du secrétaire général de la présidence de la République sur des documents dont ils se servaient pour (lui) faire du chantage ». Dans une lettre, Bibi Ngota avait clamé son innocence.¹⁰¹

D'autres exemples pourraient être mentionnés à l'instar de Amungwa Tanyi Nicodemus¹⁰², directeur de publication de l'hebdomadaire privé *The Monitor*, condamné le 10/03/2014 par un tribunal de Bamenda, à quatre mois de prison et 10 millions de francs CFA de dommages et intérêts, pour diffamation. Puis le cas de Jean-Marie Tchatchouang¹⁰³ : le directeur de publication de l'hebdomadaire *Paroles* a été condamné par un juge du tribunal correctionnel de Douala, la capitale économique du Cameroun, à deux mois de prison, et à payer 2 millions de francs CFA de dommages-intérêts à Jean Ernest Ngallè Bibébé, président directeur général de *la Société camerounaise de transport urbain* (SOCATUR)....

Dès lors, l'on pourrait comprendre cette assertion de Thomas Atenga lorsqu'il évoque la dérision de la presse camerounaise. En effet, il se trouve que la presse privée camerounaise et gabonaise, ayant émergé depuis les années 90 comme « *pôle d'opinions, contre-pouvoir, du fait de la faillite des parties politiques de la société civile* », compte parmi celles qui affichent le plus de victimes de répression en Afrique¹⁰⁴. Pour ces deux seuls pays, Thomas Atenga recense près de 600 procès et plus de 2000 atteintes à la liberté d'expression : atteintes qui vont des sévices corporels à la prison, en passant par les mises à sacs des rédactions, les saisies, les suspensions, la censure administrative, le harcèlement fiscal... S'interrogeant sur la répression des journaux gabonais et camerounais, il questionne ce qui, dans leur manière de faire, de communiquer l'information, de servir de médium entre gouvernants et gouvernés, provoque le courroux répressif des pouvoirs en place ? Dans ses analyses, Thomas Atenga arrive à la conclusion que « *les États autoritaires camerounais et gabonais répriment d'abord l'image que les journaux donnent d'eux dans l'opinion* ». Plus loin pour étayer son argumentaire, il nous dira que :

¹⁰¹ Lire l'article sur *Jeuneafrique.com* : [Cameroun | Mort de Bibi Ngota : la famille "indignée" par la version des autorités | Jeuneafrique.com - le premier site d'information et d'actualité sur l'Afrique](#)

¹⁰² [ps://www.cpj.org/fr/2014/04/un-journaliste-camerounais-emprisonne-pour-diffama.php](https://www.cpj.org/fr/2014/04/un-journaliste-camerounais-emprisonne-pour-diffama.php)

¹⁰³ https://www.ifex.org/cameroon/2013/04/01/cpj_cameroonian_journalist/fr/

¹⁰⁴ Atenga, Thomas, « Dérision et subversion dans la presse camerounaise et gabonaise ». p 119-195, Biyele, Franck François (coord.), *Nouvelles approches des problématiques de communication sur l'Afrique subsaharienne : Représentations, idéologie et instrumentalisation*, Paris, L'harmattan, pp.119-195.

« Eboussi Boulaga, parlant de la presse camerounaise, note à ce sujet qu'elle est l'ennemi numéro un du régime clientéliste et corrompu de Biya, parce qu'elle « lui renvoie cette image et exprime l'opinion qu'on a de lui, et le sens qu'on donne à son action et de ses performances, au lieu d'être le seul à parler, à dire ce qui est, ce qui doit être dit, vu, entendu et compris de ses faits et gestes. L'acharnement, la férocité avec lesquels la presse est persécutée indique clairement qu'elle frappe au cœur du système patrimonialiste et autocratique et en vise les fondements »¹⁰⁵

* Les difficultés de la presse camerounaise

Même s'il est vrai que « les journaux plus anciens ou gouvernementaux sont aussi affectés; que ce soit par la concurrence de nouveaux journaux ou de nouvelles radios, par le dégageant des États ne pouvant plus financer aussi librement la presse gouvernementale, ou par des mutations en cours. »¹⁰⁶, nous faisons délibérément le choix de traiter ici plus de la presse privée, car celle-ci enregistre plus de manquements.

En effet, la presse privée camerounaise rencontre des difficultés financières qui favorisent un penchant pour la corruption et par conséquent un traitement de l'information « peu fiable ». Il va sans dire que les journalistes camerounais évoluent dans un environnement précaire, et leurs journaux à l'image des « [...] journaux africains ont été très vite conscients des dérives dues au manque de professionnalisme entraînant trop de dénonciations sans preuve (même s'il s'agissait souvent de faits réels), à la méconnaissance des lois et des méthodes les plus élémentaires de gestion, à la corruption »¹⁰⁷. Aussi, la précarité de la presse camerounaise contribue à la corruption, communément appelé *gombo* (pour désigner leur pot-de-vin) ou *perdiems* dans leur jargon, pour désigner des sommes d'argent qui leur reviennent de droit, des motivations, des encouragements dans l'accomplissement de leur travail.

De plus, les sanctions étatiques ne participent pas au développement économique de la presse privée et n'assurent en rien son indépendance économique. Les procès, l'étouffement, les arrestations, les condamnations, les sanctions... sont très souvent utilisées par les autorités

¹⁰⁵ Eboussi Boulaga, Fabien, *La démocratie de transit au Cameroun*, Paris, L'Harmattan, 1997, p 349.

¹⁰⁶ Tudesq, Op.ci, p. 44.

¹⁰⁷ Tudesq, Op.cit., p. 44.

publiques. Ce qui engendre des difficultés financières, auxquelles les entreprises de presse doivent faire face. Ainsi, la résolution de ces difficultés économiques devient au fil du temps prioritaire or il va sans dire avec Tudesq que « [...] *la suspension d'un journal ne le prive pas seulement du produit de ses ventes : souvent il ne retrouve pas ses lecteurs quand il réapparaît* [...] »

B) Internet¹⁰⁸ au Cameroun : du cadre conceptuel à la sociogénèse d'une publication online

Par son étymologie grecque « communicare », la communication signifie mettre en commun. De cette idée de mise en commun pourrait s'ajouter le sens de partage, échange¹⁰⁹. Communiquer est une activité inhérente à l'homme telle que se nourrir, de se vêtir. Toute société, aussi infime soit-elle, communique. De ce fait, chaque société met sur pied d'ingénieuses idées pour répondre aux besoins de communication. « *L'on ne peut ne pas communiquer* », nous disent les promoteurs de l'école de *Palo Alto*.

Loin de faire ici un panorama des techniques de l'information et de la communication, force est de constater qu'avant l'antiquité grecque avec Aristote et sa rhétorique - définie ici comme « la recherche de tous les moyens de persuasion » - les sociétés antiques assyriennes, babyloniennes, chinoises, égyptiennes, africaines – pour ne citer que celles-ci, ont également communiqué.

Dès le XVII^e siècle, parler de communication renvoie à une construction réflexive cartésienne¹¹⁰, conduite autour de la rhétorique pour comprendre l'organisation des relations humaines. Au XIX^e siècle et pendant une partie du XX^e siècle, la rhétorique est pervertie et utilisée massivement dans les techniques de propagandes idéologiques, parmi lesquelles : la publicité, le

¹⁰⁸ Eric Scherer définit Internet comme le réseau mondial de communication, reliant des ordinateurs connectés entre eux, qui permet à ses utilisateurs et/ou internautes d'accéder à des informations et de les partager *via* de multiples canaux. L'internet est une vaste infrastructure d'équipements informatiques et de logiciels à l'échelle planétaire. C'est un espace de communications et d'échange qui efface les frontières grâce à des protocoles simples, universels renouvelant complètement les technologies de l'information et de la communication. Scherer, Eric, *La révolution numérique : glossaire*, Paris, Dalloz, 2009.

¹⁰⁹ Au sens de l'*Agir communicationnel* de Jürgen Habermas.

¹¹⁰ Le rationalisme de Descartes postule que toute possibilité de discussion sur un fait implique qu'il est simplement probable à bien de chance d'être « inexact ». Ceci est donc venu à mettre en péril la rhétorique.

marketing, les relations publiques, le journalisme, l'apologie du rationalisme scientifique, devenues indispensables à la vie économique et sociale. Les technologies de l'information et de la communication (TIC), quant à elles, s'inscriront dans la même logique.

Aujourd'hui, les technologies actuelles de transmission des informations convergent dans des outils et des systèmes de communication se déployant de part et d'autre autour de : l'informatique, les télécommunications et le traitement numérique des images et des sons. Tout tourne aujourd'hui autour du multimédia et d'internet : depuis le stockage des informations sur supports digital (CD-ROM, clés USB) des images fixes ou animées et de sons à leur diffusion audiovisuelle respective selon des processus interactifs pilotés par un utilisateur et gérés par un outil (micro-ordinateurs, téléphones mobiles multimédia, tablettes...)

Internet, défini ici comme « le réseau mondial de communication, reliant des ordinateurs connectés entre eux, qui permet à ses utilisateurs et/ou internautes d'accéder à des informations et de les partager via de multiples canaux »¹¹¹, s'est graduellement incrusté dans la vie des populations, à telle enseigne que bien que les sciences de l'information et de la communication s'inscrivent en faux contre « le déterminisme technologique »¹¹², les « *développeurs du monde et une petite frange de la classe dirigeante et des intellectuels puis des élites des capitales et de quelques grandes villes considèrent que les réseaux de communication et les applications et les applications multimédias constituent le moteur de développement durable* »¹¹³. Tout se passe comme si l'émergence des technologies de l'information et de la communication sous entendait un bouleversement radical, une amélioration, mieux une originalité dans le flux informationnel. Autrement dit, l'engouement pour les technologies de l'information et de la communication a laissé augurer un intérêt pour Internet. En effet, en quelques années, internet est passé « *du statut de nouvelle technologie réservée à des milieux initiés à celui de véritable phénomène de société. Présent tant à l'échelon individuel que collectif, dans la sphère privée aussi bien que dans le*

¹¹¹ Scherer, Eric, *La révolution numérique : glossaire*. Paris : Dalloz, 2009, p 107

¹¹² Le déterminisme technologique est un courant de pensée de la sociologie des techniques, qui postule que d'un point de vue historique, la technologie est l'élément central susceptible d'expliquer les changements sociaux.

¹¹³ Misse, Misse, « Représentations sociales, acteurs et pouvoir dans l'appropriation sociale des dispositifs communicationnel : Recherche sur l'Internet au Cameroun », in *Africa'NTI- observatoire de l'insertion et de l'impact des technologies de l'information et de la communication en Afrique*, 2003, 16 pages. Disponible sur : <http://www.africanti.org/IMG/colloque/colloque2003/Communications/MISSE3.pdf>

milieu de l'éducation et du travail, il s'étend à tous les champs constitutifs de la société, social, culturel, économique, juridique et politique. »¹¹⁴.

B-1) Internet au Cameroun: naissance et enjeux

Dans cette section, il s'agit premièrement de s'immerger dans le champ d'Internet au Cameroun en présentant un bref aperçu historique, les différents acteurs et leurs fonctions régulatrices (les organismes / institutions publics et privés, tels que le *Ministère des postes et télécommunications*, le *Ministère de la communication*, CAMTEL (*Cameroon's telecommunications*), l'ANTIC (*Agence nationale de régulation des technologies de l'information et de la communication*), les fournisseurs d'Accès à Internet (FAI), le CNC (*Conseil national de communication*). Deuxièmement, il s'agit de prendre acte de l'évolution de la presse en ligne camerounaise.

Dans les années 1980, Internet a fait son entrée en Afrique mais ce n'est qu'en 1994 que le Cameroun se connecte au « réseau des réseaux », par le biais de l'IRD (Institut de Recherche en Développement).

***Les fournisseurs d'accès à internet au Cameroun**

Internet va donc s'implanter modestement au fil du temps. En 1998, une étude menée sur l'appropriation d'internet au Cameroun recense trois fournisseurs d'accès à internet, dont l'un est public, CAMTEL, deux autres sont privés (CENADI, ICCNET), auxquels s'ajoutent quatre cybercafés dans la ville de Yaoundé¹¹⁵. En 1999, l'on compte quatre fournisseurs d'accès à Internet et/ou revendeurs de connexion internet et gérants de milliers de clients : « *CAMNET - qui représente de service public-, ICCNET, SUPTELECOM et JCNET les privés.* »¹¹⁶ et une société publique CAMTEL qui gère le point cm (Cameroun).

¹¹⁴ Compiègne, Isabelle, *Internet : Histoire, enjeux et perspectives critiques*, Chambray- les – Tours, Ellipses Edition, « INFOCOM », 2007, p. 1

¹¹⁵ Etude menée par la division III de l'ESSTIC, Université de Yaoundé II

¹¹⁶ Nitcheu, Serge, « Cameroun : l'internet prend son envol » in *africultures*, le site et al revue de référence des cultures Africaines, Douala, 1999, mis en ligne le 01/12/1999, disponible sur <http://www.africultures.com/php/index.php?nav=article&n°=1109>, consulté le 29/04/2011

D'après l'ANTIC¹¹⁷, les services Internet aujourd'hui sont offerts au grand public grâce à une trentaine des ISP (Internet Service Provider) déclarés. L'ANTIC note une télédensité¹¹⁸ depuis 2003, soit un an après la mise en exploitation du câble sous-marin SAT-3.

***L'ANTIC, agent régulateur**

La publication en ligne émerge au Cameroun dans les années 2000. A cet effet, l'État camerounais met sur pied un organisme de régulation dénommé l'ANTIC. C'est un établissement public administratif, doté de la personnalité juridique et de l'autonomie financière. L'Agence ainsi créée est placée sous la tutelle technique du *Ministère des Postes et Télécommunications* et sous la tutelle financière du *Ministère des Finances*.¹¹⁹

L'ANTIC est créée le 8 avril 2002 par décret présidentiel, chargée de réguler l'Internet et ses composantes usuelles et par conséquent la communication électronique. Notons également dans le même ordre d'idées qu'il existe une sous-direction de la presse en ligne au *ministère de la communication*, censée gérer les activités de la dite presse au Cameroun.

Par ailleurs, le 9 juin 2004, à la suite d'une rumeur au sujet de la mort du président Paul Biya, le ministre de la communication à cette époque, en la personne de Jacques Fame Ndong, a publié une décision portant création d'alerte cybernétique du Cameroun (SYSVAC), chargée de la surveillance des sites web, du stockage des informations importantes et de la rédaction quotidienne d'un rapport sur l'état du web camerounais. Mais il serait judicieux de mentionner ici qu'on ne lui connaît aucune action jusqu'à ce jour.

En 2010, suite à la promulgation de la loi N°2010/012 du 21 décembre 2010 relative à la cybersécurité et à la cybercriminalité et de la Loi N°2010/013 du 21 décembre 2010 régissant les

¹¹⁷ Agence Nationale des Technologies de l'Information et de la Communication au Cameroun dont le site officiel est www.antic.cm

¹¹⁸ La télédensité représente ici le nombre d'abonnés à l'Internet.

¹¹⁹ http://www.antic.cm/index.php?option=com_content&view=article&id=287%3Apresentation&catid=29%3Alagence&Itemid=27

communications électroniques au Cameroun, l'ANTIC s'est vu assigner plusieurs missions. Ainsi, l'ANTIC est désormais chargée de promouvoir les TIC, de réguler des activités de sécurité électronique (audit de sécurité - certification électronique - veille sécuritaire), de réguler l'Internet et de gérer le .cm. Tout ceci en vue d'atteindre deux principaux objectifs notamment. Premièrement, faciliter et accélérer le développement, le déploiement et l'exploitation harmonisés des TIC au Cameroun. Secondement, contribuer au développement du Cameroun par l'usage des TIC en toute sécurité.

***Déploiement d'Internet au Cameroun Internet**

L'utilisation d'Internet aujourd'hui a gagné du terrain auprès des populations camerounaises. Des sites web sont créés chaque jour. Les outils d'accès de contenus web, tels des moteurs de recherche, nous offrent des contenus web très diversifiés, en consultation des catalogues, achat des billets d'avion, pages personnelles, chat, petites annonces, téléchargement de fichiers, radio, télévision, communautés virtuelles, téléphonie, commerce électronique, visiophonie.

Le « toile numérique camerounaise » est très diversifiée. Elle est composée aussi bien des portails numériques, des plateformes, des blogs que des sites web, et chacun d'eux agit dans un champ d'action bien défini. Mais dans le cadre de cette étude nous nous intéressons uniquement aux sites web d'informations générales.

B- 2) Du développement d'une presse en ligne au Cameroun...

Il s'agit ici de retracer les origines de la presse en ligne au Cameroun, en présentant la mise en ligne des journaux camerounais et le contexte actuel dans lequel évolue cette presse en ligne. Nous ferons également un bref aperçu des pratiques journalistiques relatives au cyberjournalisme.

L'avènement des TIC au Cameroun n'a pas été sans conséquence. Il a laissé libre cours à l'introduction de profonds changements dans le secteur des medias, parmi lesquels celui de la presse écrite au Cameroun. Ce qui a sans doute conduit la presse quotidienne camerounaise à s'arrimer aux nouvelles de la presse électronique. Ainsi, les medias traditionnels, tels que les

quotidiens *Mutations, le Messenger, le jour, Cameroon tribune...*, sont désormais disponibles en ligne.

En outre, la quasi-inexistence des conditions à remplir, pour exercer comme media en ligne dans les années 2000 au Cameroun, crée un cadre où la voie est libre. Il va désormais exister une multiplicité de sites web, créés par des opérateurs et/ou acteurs camerounais. Ainsi, un intérêt est davantage observé pour internet, aussi bien dans la transmission que la libre circulation des informations au Cameroun. De plus, des travaux, comme ceux d'Ingrid Ngounou¹²⁰ ou de Léopold Jumbo¹²¹ sur l'objet Internet au Cameroun, nous montrent bien qu'Internet en tant que « nouveau media » a favorisé de nouveaux défis dans la presse.

Léopold Jumbo¹²² pour sa part, a étudié le journalisme en ligne au Cameroun. Il présente dans son mémoire de master les avantages qu'offrirait la publication en ligne, parmi lesquels: des coûts réduits, l'instantanéité, un réseau universel des points de vente, l'interactivité, le multimédia. Il essaie, autant que faire se peut dans sa production, de décrire, analyser et discuter les pratiques et perspectives qu'offrirait une nouvelle d'édition et de diffusions des nouvelles, dans une logique comparatiste entre deux pays voisins, à savoir le Cameroun et le Nigéria. En somme, Léopold Jumbo nous montre, au travers de deux pays africains étudiés, comment « *les acteurs du secteurs professionnels tentent de s'approprier ces outils qui viennent à bouleverser leurs pratiques et leur savoir-faire les obligeant à inventer des postures pour leur permettre de continuer à exercer ce métier* ».

Ingrid Ngounou¹²³ montre également que, dans un contexte marqué par la vulgarisation des outils informatiques, « la société du savoir » s'impose, bouleversant ainsi les modes de travail et

¹²⁰ Ngounou, Ingrid, *La démarche d'information des étudiants immigrés: le cas des camerounais de l'île de France*, Mémoire du diplôme de l'IFP- Panthéon Assas, Paris, Institut Française de Presse, 2006 .

¹²¹ Jumbo, Léopold. *La recomposition des identités professionnelles des journalistes par internet : au Cameroun et au Nigéria*, Mémoire de master 2 en sciences de l'information et de la communication, Douala : Université de Douala, 2009.

¹²² Jumbo, Léopold, *La recomposition des identités professionnelles des journalistes par internet : au Cameroun et au Nigéria*, Mémoire de master 2 en sciences de l'information et de la communication, Douala, Université de Douala, 2009.

¹²³ Ngounou, Ingrid Alice, *La presse écrite camerounaise à l'épreuve de la convergence numérique : cas de Cameroon tribune et Mutations*, Mémoire du diplôme des sciences et techniques de l'information et de la communication (DSTIC), filière journalisme, ESSTIC, SOA, Université de Yaoundé II, 2004.

de pensée. Des métiers, tels que le journalisme, sont restructurés par le multimédia, d'où l'essor de la presse en ligne. Pour ce faire, elle se propose d'évaluer la presse camerounaise, à l'épreuve de la convergence numérique (c'est-à-dire d'examiner cette intégration sur le plan infrastructurel et humain). Au terme de son analyse, Ingrid Ngounou note que : « *sur le plan du dispositif technique, les marques infrastructurelles existent. Sur le plan des compétences humaines, les efforts sont faits mais la rédaction en ligne se limite au webmaster chargé de gérer la forme du site* ».

Une seconde recherche, conduite par Ingrid Ngounou¹²⁴, montre que l'« *Internet dans son développement quotidien bouleverse les pratiques sociales* ». Pour elle, l'univers de la presse et surtout de la diffusion n'a pas échappé à cette redéfinition des espaces, dans la mesure où Internet est aujourd'hui non seulement une source d'information mais aussi un média. Ingrid Ngounou va donc étudier les utilisations que les étudiants immigrés de l'Ile de France font de la presse en ligne camerounaise et la fonction de lien social que remplit une telle pratique. Elle conclut qu'au-delà de la technique et de la consultation des journaux en ligne, c'est « *une question d'identité culturelle à préserver, et des rapports avec [...]* » les familles et les proches à conserver, qui entre en jeu.

La presse en ligne (c'est-à-dire cette nouvelle approche, qui préconise la diffusion en une version en ligne des journaux traditionnels ayant déjà une version imprimée) fait timidement son entrée au Cameroun. La mise en ligne des journaux s'est faite progressivement au Cameroun à partir de 1998 en ce sens que,

« [...] de nombreuses publications camerounaises décident d'avoir un site internet. Mutations sera le premier journal à se mettre en ligne en créant une version électronique de la version imprimée. De nombreux journaux se mettront aussi en ligne [Cameroun Tribune en 1998, Ecovox en 1998, Globalfootball en 2002, Le Messenger en 1999, Ouest Echos en 1999, Le Patriote en 1998, The Herald en 2002, la Nouvelle Expression, Le Jour. Mais très tôt, cette frénésie se transformera en aventure sans lendemain. De nombreux sites de journaux ressemblent alors à des cimetières abandonnés car de véritables problèmes se révèlent : les difficultés des coûts qu'exigent alors les FAI [fournisseurs d'accès à Internet] qui s'occupent alors de la gestion des sites mais surtout les rédactions

¹²⁴ Ngounou, Ingrid Alice, *La démarche d'information des étudiants immigrés: le cas des camerounais de l'île de France.*, Mémoire du diplôme de l'IFP- Panthéon Assas. Paris: Institut Française de Presse, 2006.

se rendent compte qu'il ne s'agit pas d'un investissement rentable car la publicité de ces sites n'existent quasiment pas et la consultation est gratuite. Tout se fait sans véritable logique commerciale. Le plus important est alors l'existence sur Internet. Très tôt, de nombreux journaux abandonnent le projet et seuls, quelques-uns parmi lesquels les trois quotidiens nationaux (Cameroon-tribune, le Messenger, Mutations) ont une véritable présence sur Internet et surtout, ont mis en place un dispositif matériel et humain pour arriver à leurs fins. Ainsi, l'administrateur des sites internet de ces journaux est un employé de la maison et non plus un provider . Bien plus, ces journaux ont des problèmes de recyclage de quelques journalistes pour une adaptation à la cyber écriture. Ecriture qui tient compte de l'Internet comme un média à part entière, avec des particularismes comme la maîtrise de l'hypertexte et la prise en compte du caractère non linéaire de la navigation sur un écran »¹²⁵.

Le contexte d'émergence de discours technophiles des TIC et des bienfaits d'Internet a contribué au mimétisme d'adoption des sites web en tant qu'outils de communication par les médias camerounais. Même s'il paraissait prometteur en offrant de nombreux avantages pouvant « révolutionner » la presse traditionnelle, cet engouement, non contrôlé, de la presse camerounaise pour Internet s'est heurté à plusieurs obstacles. De la difficulté de rentabilité de la presse en ligne camerounaise, en passant par le problème de recyclage des journalistes à la *cyberécriture*, à l'acquisition des équipements de haute technologie de pointe et des coûts de connexion à l'accès à Internet, tout ceci configure autant de difficultés auxquelles la presse camerounaise doit faire face.

La presse en ligne camerounaise offre la possibilité de conquête d'un lectorat éloigné en dehors de la zone de diffusion. C'est l'un des résultats majeurs auxquels semble aboutir Ingrid Ngounou, au terme au terme de son étude sur la démarche informationnelle des immigrants Camerounais. Elle nous offre ainsi le constat suivant :

« Internet offre une éventualité aux Camerounais qui vivent hors du territoire national : celle d'avoir accès gratuitement au journal électronique. Par ailleurs la création de ces journaux numériques résout en partie le problème de l'accès aux informations des ressortissants camerounais [... pour mieux nous expliquer cela, Ingrid Ngounou souligne qu'...] autrefois, il fallait souscrire à un abonnement international pour recevoir Cameroon-tribune. Sans certitude de

¹²⁵ Ngounou, Ingrid Alice. *La presse en ligne dans la démarche d'information des étudiants immigrants: le cas des camerounais de l'île de France.*, Mémoire du diplôme de l'IFP- Panthéon Assas, Paris, Institut Française de Presse, 2006.

l'avoir le jour de sa parution car il fallait compter avec les retards des compagnies de voyage ou de fret. Rien n'était aisé » .

Vues sous cet angle, toutes les difficultés rencontrées, notamment en termes d'aléas de distance lors de l'acheminement des journaux papier camerounais, semblent être gommées. La dispersion géographique des ressortissants camerounais n'est plus un obstacle dans la recherche de l'information, du fait de la souplesse d'utilisation de la presse en ligne. Même des immigrés camerounais peuvent s'informer en tout temps et en tout lieu de l'actualité de leur pays...

Une nouvelle presse, appelée « *presse en ligne* », « *presse numérique* », « *presse électronique* » ou « *cyberpresse* » - c'est-à-dire toute version en ligne de journaux papiers et/ou traditionnels - a vu le jour au Cameroun; et entre désormais en concurrence avec le flux informationnel sur le net. À côté de cela, nous notons également l'existence des webzines (c'est-à-dire, des journaux qui ne sont qu'uniquement publiés sur internet) dans le paysage médiatique camerounais comme : *noiraufeminin.com, glance-magazine.com, okabol.com...*

Cependant, il faut souligner que compte tenu du pack informatique, de la lourdeur des coûts de productions relatifs à la communication électronique et d'une moindre rentabilité, les responsables de journaux camerounais se contentent de retransmettre la version papier de leurs journaux en ligne. L'on comprend dès lors pourquoi Léopold Jumbo rappelle que : *“beaucoup de journaux n'ont proposé que la mise en ligne des articles papier pour sauvegarder, si ce n'est accroître le rendement”*¹²⁶.

C) Pour un « complément » dans la recherche de l'information : du prolongement d'une presse en ligne à la publication online des informations générales

Ici, nous partons du principe qu'avec Internet, de « nouvelles » cultures journalistiques se mettent en place dans la publication en ligne. Il n'existe plus de frontières, tout le monde peut publier en ligne et l'on fait face à des problématiques d' « auto-publication », de diversification

¹²⁶ Jumbo, Léopold , *La recomposition des identités professionnelles des journalistes par internet : au Cameroun et au Nigéria*, Mémoire de master 2 en sciences de l'information et de la communication, Douala : Université de Douala, 2009.

des moyens d'information, de multiplicité des sources d'information, bref à la multiplication des publications en ligne. La presse en ligne évolue donc dans un milieu hybride composé et fait face à des concurrents tels les sites web d'information/d'actualité, les blogs et sites participatifs, les magazines, les radios et télévisions sur le web, les portails web d'informations générales¹²⁷. Aussi que nous semble-t-il opérant d'étudier la portée des portails web d'informations camerounais dans cette logique.

Avec le développement d'Internet et la quête sans cesse permanente de la souplesse de son utilisation, un constat pourrait être fait aujourd'hui, sur la diminution des versions papiers au profit de la publication numérique dans la production des informations d'actualité à l'échelle internationale. En effet, l'on observe de plus en plus des mutations à l'œuvre dans les médias, avec la mise en place de nouvelles pratiques et l'apport de nouveaux acteurs¹²⁸. Aussi, « *la multiplication des publications en ligne et des magazines de marque, le phénomène des blogs sur Internet, le déclin de la presse d'information générale payante et le succès de la presse gratuite et des magazines, sont autant de lieux de manifestations de (ces) transformations* »¹²⁹ ; à telle enseigne que des problèmes identitaires ont été enregistrés, du fait de cette « *dispersion* » du journalisme. C'est dire qu' Internet, en tant que technologie, bouleverserait le métier du journalisme et les pratiques s'y référant, depuis son processus de collecte de données jusqu' à la diffusion des informations.

Au Cameroun, par exemple, aujourd'hui de nouvelles tendances sont observables. Des portails et/ou sites sont créés par des internautes camerounais pour traiter activement des faits d'actualité. Des quidams entreprennent de part et d'autre des initiatives de créer des sites web d'informations générales, dont le souci majeur « déclaré » est d'informer les populations du déroulement de la vie politique, économique et sociale du Cameroun, à la suite des medias classiques déjà

¹²⁷ Ringoot, Roselyne, Utard Jean-Michel. *Le journalisme en invention : Nouvelles pratiques, nouveaux acteurs*, « Coll. Res publica. Rennes », ed. Presses universitaires de Rennes , 211 pages.

¹²⁸ Roselyne Ringoot, Jean-Michel Utard, *ibid.*

¹²⁹ Roselyne, Ringoot, Jean-Michel, Utard, *ibid.*

Chantal Bordes-Benayoun. « La diaspora ou l'ethnique en mouvement », *Revue européenne des migrations internationales* [En ligne], vol. 28 - n°1 | 2012, mis en ligne le 01 mars 2015, consulté le 03 juin 2013. URL : <http://remi.revues.org/5700>

existants. Ces amateurs camerounais se trouvent donc au cœur de l'actualité, en tant que source d'information ou témoin préalable. Ils prennent la parole à tout moment voulu du moment qu'ils disposent d'une connexion internet.

Nous avons dénombré 22 sites d'informations généralisés camerounais consultables gratuitement online. Les internautes, quant à eux, manifestent un intérêt pour ceux-ci du fait de leur offre plurielle à des informations. En outre, pour eux, ces sites ont une valeur ajoutée : ils assurent l'interactivité, et ce au travers des outils /moteurs de recherche et services des éditeurs et des internautes. De tels sites web favorisent la médiation entre les internautes (qu'ils soient locaux ou originaires de la diaspora) et les éditeurs/producteurs, par l'accès des ressources en lignes... qui développe davantage «*un journalisme amateur*»... comme présenté par nos enquêtes sur le terrain.

***Sites web d'informations généralisées et diasporas**

Loin s'en faut de tenir un discours - technophile sur les TIC et d'ordre économique faisant l'apanage de la publication numérique relativement à toute minimisation des coûts, force est de mentionner ici que les publications numériques portent ombrage aux supports papiers auprès des acteurs diasporiques. En effet, avec l'interactivité qu'Internet permet, il est désormais possible d'échanger des informations, de communiquer avec tout public, aussi éloigné soit-il, sur toute la planète. Les distances non négligeables, séparant des immigrés de leur pays d'origine à leur pays d'accueil, ne constituent plus pour les productions, des obstacles pour l'acheminement et la diffusion des informations. Les lecteurs d'un journal ne sont plus réduits à ceux ayant sur place accès à la version imprimée. Toute information est désormais consultable sur la toile numérique, quels que soient le vecteur, les moteurs de recherche, le support presse en ligne, les blogs, les réseaux sociaux (*Facebook, Twitter...*), les sites web spécialisés ou les portails d'informations générales... et ce, indépendamment de la localisation géographique de leur émetteur.

Depuis le début des années 2000, des sites web internet, qui reprennent très souvent les contenus de la presse camerounaise, sont créés par des Camerounais de la diaspora¹³⁰. Très souvent assimilés à des agrégateurs d'informations, ces sites sont désignés par le terme de portails. L'internet militant gagne du terrain, à telle enseigne qu'Internet se présente aujourd'hui comme « *un nouveau territoire de lutte des opposants en exil* ». Wongo Ahanda justifie cela entre autres par le fait que sur les sites d'auto-publication aujourd'hui, les actions se multiplient aujourd'hui avec l'accroissement du nombre d'intervenants sur Internet, ce qui semble irréductiblement lié au développement d'une « blogosphère » journalistique et politique. Un Internet politique qui s'insère dans l'espace public en exerçant un rôle critique. En identifiant une *exopolitie* camerounaise¹³¹, constituée de mouvements *transgressifs*¹³², Wongo Ahanda identifie par exemple le CODE¹³³ (*le collectif des organisations démocratiques et patriotiques de la diaspora*, « *un mouvement d'opposition camerounais animé par une idéologie cristallisée dans des discours repérables qui a investi depuis sept ans les medias en ligne ainsi que les sites d'informations servant de soutiens et de vecteurs à ses actions* ». Autrement dit, certains sites web camerounais d'informations générales constitueraient des canaux et relais médiatique du CODE, à l'exemple de www.camer.be. De plus, la participation, on ne peut plus manifester,

¹³⁰ Wongo Ahanda, Antoine, *Comment s'informent et communiquent les Camerounais de l'étranger? Communication et transnationalisme*, Paris, L'Harmattan « Études Africaines », 2014, p 107

¹³¹ C'est-à-dire d'actions politiques menées par les migrants forcés ou en exil en vue de contester la politique menée par leur pays.

¹³² Wongo Ahanda (2015, pp. 91 à 96), s'appuyant sur les travaux de Jordan Tim (Jordan, 2003), qualifie de mouvements transgressifs sont ceux qui « *viseraient des changements sociaux, destinés à redéfinir les structures sociales. Ils rejettent les institutions existantes, en envisageant parfois de nouvelles structures* ».

¹³³ Wongo Ahanda nous présente la constitution du CODE en tant que pôle progressiste alternatif. En effet le CODE est composé principalement d'association à caractère politique notamment le *Cercle Félix Moumié et d'action pour un mieux d'être du Cameroun et de l'Afrique en France* ; le *Conseil national de la résistance* ; le *Groupe Campaign for Democracy* en Angleterre ; l'*Association d'aide socio-humanitaire au Cameroun (ASASH)* ; *Cameroon Diaspora Coaliton*, le *Cercle belgo-africain pour la promotion humaine (LIBERAL-CEBAPH)* ; le *Collectif national contre l'impunité* ; la *ligue camerounaise des droits de l'Homme* ; *Ma patrie*, le *Mouvement pour la démocratie et l'indépendance (MDI)*. Le CODE assiste très souvent de manière ponctuelle ou régulière des partis politiques camerounais d'opposition, représentés en Occident, tels que le *SDF (Social Democratic Front)*, le *MP (le mouvement progressiste et l'UPC (Union des populations du Cameroun)*.

Le CODE s'est donc constitué en Août 2003 en Allemagne (à Hambourg), à l'initiative de parlementaires (c'est-à-dire d'étudiants qui avaient opté pour la contestation violente à la suite des luttes estudiantines des années 1990) et d'anciens étudiants de l'université de Yaoundé, exilés en Allemagne. Le CODE s'est assigné comme objectif de fédérer ce qu'il désigne comme toutes les forces patriotiques de la diaspora camerounaise, pour contribuer au renversement d'un régime dit « antipopulaire » au pouvoir et pour l'instauration d'un véritable changement démocratique au Cameroun. (source : les blogs *lecode*, *afrikblog.com/* et *leode.canalblog.com*).

d'Hugues Bertin Seumo (promoteur de *www.camer.be*, en tant que responsable de la communication du CODE en 2013 n'est pas anodine. En outre, Wongo Ahanda ajoute que « *sur le terrain au Cameroun, des activistes du CODE ont bénéficié de l'attention des médias grâce à une notoriété acquise sur Internet avec les sites Camer.be et Cameroon-info* ». Il conclut que :

« la présence d'une diaspora camerounaise croissante en Europe et en Amérique du Nord, ouverte aux nouvelles technologies de l'information, particulièrement à Internet, a intensifié l'activité des mouvements transgressifs, comme le CODE. Prolongement du terrain politique, Internet constitue dans une approche praxéologique, un espace public par excellence dont la nature libertaire favorise la construction d'un idéal politique par l'action, la circulation fluide des informations, une transmission tous azimuts du discours, un cadre régénérateur de contrat social, de communication politique et médiatique, d'énonciation, d'interrogation et d'interpellation [...] L'Internet reste un des moyens privilégiés de la lutte et de la coordination des actions de l'exopolitie qui compense le déficit des répertoires d'actions traditionnels et la résidence extraterritoriale des acteurs externes. Les mouvements transgressifs camerounais comme le CODE ont de l'Internet une conception avant tout instrumentale : c'est un moyen qui leur permet de mieux contrôler la popularisation de leurs actions auprès du public, et surtout de mettre en œuvre en direction des médias de masse une communication politique qui leur confère une visibilité internationale en même temps qu'il facilite les contacts et les coordinations entre des organisations opérant dans des secteurs ou des pays différents »¹³⁴ .

Les sites web d'informations générales sont donc basés sur la publication ouverte et prédispose à la mise en place d'un environnement favorable à la mise en place de nouveaux rapports à l'information et à l'action. Le développement de ces sites d'information et d'opinion sur le Cameroun préfigure « *l'émergence d'un espace de contestation mondialisée* ».

Conclusion

Au Cameroun les sites web d'informations générales sont nés à la suite de la presse en ligne. Une presse en ligne camerounaise qui émerge dans un contexte de mimétisme sans forcément cerner les contours et revers des normes de la presse électronique. -Une presse en ligne camerounaise qui très souvent reprendrait les contenus de la presse quotidienne. Au regard des

¹³⁴ Wongo Ahanda, Antoine, *Comment s'informent et communiquent les Camerounais de l'étranger? Communication et transnationalisme*, Paris, L'Harmattan « Études Africaines », 2014 , p 113

paradoxes de la non rentabilité de la presse en ligne camerounaise, dans un environnement où le secteur médiatique tend à se paupériser du fait des conditions difficiles dans lesquelles évolueraient les journalistes camerounais ; comment percevoir les logiques de création des sites web d'informations générales ? Ces sites seraient-ils des fruits de la volonté de la société civile camerounaises ou au contraire seraient-ils tributaires des mouvements transgressifs des diasporas camerounaises ? Les sites web d'informations camerounais émanent t-ils de consensus d'une volonté d'informer des publics ou correspondraient-il à des stratégies idéologiques masquées ? Questions auxquelles nous essaierons d'apporter quelques éléments de réponses dans les chapitres suivants.

CHAPITRE 2 : LES CONDITIONS D'APPARITION DES SITES WEB CAMEROUNAIS D'INFORMATIONS GENERALES

L'objectif visé dans ce chapitre est de rendre compte des logiques d'émergence des sites web camerounais d'informations générales et du maintien de leur l'activité dans un environnement on ne peut plus concurrentiel...

«... il est possible de dire que l'Internet de la première décennie, celui des années 1980, est essentiellement universitaire et institutionnel, alors que son ouverture, au moins théorique, au public ne se fait qu'à partir de 1991, en réalité le milieu de la décennie. L'Internet Society est créé est 1992, année où l'on ne compte qu'une cinquantaine de sites à travers le monde. Très vite, les premiers journaux en Amérique du Nord mais également en Europe (plutôt du Nord, également), créent les premiers sites web. Le Chicago Tribune, hébergé par l'AOL, fournit ses premières informations sur Internet cette année-là. Il s'agit alors essentiellement de textes, de quelques photos et graphiques, repris du contenu même du journal. Rapidement, les journaux, du moins aux Etats-unis, forts de leur ancrage local, s'emploient à capter sur leur sites des activités de transactions commerciales, d'accueil de différents services constituant une ébauche de portails, dont ils escomptent une contribution substantielle à la rémunération du nouveau media (Pelissier, 2001 ; Rebillard 2009)... »¹³⁵

Parlant des débuts d'Internet, Charon et Floch nous font comprendre que par l'évolution de ses fonctionnalités, Internet va rapidement lever la barrière des sons, puis progressivement, celle de l'image animée va suivre. Ils poursuivent qu'à partir de 2003-2004, de nouvelles fonctionnalités de l'Internet et surtout une transformation dans la conception des usages font émerger la notion de web 2.0¹³⁶. Par conséquent, les sites d'informations connaîtront des mutations avec l'avènement du web 2.0. En effet :

¹³⁵ Charon, Jean-Marie, Patrick Le Floch, *La presse en ligne*. Paris : ed. la Découverte, 2011, p. 13.

¹³⁶ Le terme web 2.0 est utilisé pour la première fois en 2003 avec Tim O'Reilly. Durant l'automne 2004, Tim O'Reilly organise – dans le cadre de media group - une conférence « what is the web 2.0 ? », au cours de laquelle il essaie de promouvoir l'Internet, non seulement comme une industrie à part entière et importante, mais aussi comme

« les protocoles de messagerie disponibles, les standards de navigation qui se diffusent, l'évolution des applications clientes vont permettre le plus souvent à partir de l'Amérique du Nord, la diffusion des idées de sites contributifs et des plates-formes. À partir de celles-ci, chaque internaute peut proposer de mettre à disposition des textes (Indymedia), images (Flickr), vidéos (Myspace, Youtube, exprimer ses préférences en votant (Digg), commercer (Ebay), proposer des annonces (Craigslist), s'exprimer par le blog (Blogger), contribuer à une œuvre collective (les wiki, à commencer par la plus célèbre, Wikipédia). De nouveaux acteurs font irruption... Les fonctionnalités simplifiées, qui permettent de passer des "sites personnels" exigeant une certaine maîtrise aux blogs[...] Le web 2.0 et sa dimension participative ne peuvent pas non plus être disjoints de l'idée même d'un accès facilité aux contenus grâce à la gratuité de ceux-ci. Concernant les formes du débat public et l'information générale, le web 2.0 se traduit d'abord par la vogue des blogs et la question de journalisme citoyen [...]. Ailleurs dans le monde, des sites d'informations voient le jour sans journalistes, ou seulement quelques-uns chargés de la validation des informations et de la mise en forme finale des contributions, alors que la collecte des nouvelles, l'analyse émanent d'internautes ... (Pélissier et Chaudy, 2002). Le Web 2.0 conduit à une évolution substantielle des sites d'information. [...] Le web 2.0 contribue également à la floraison des pure-players, que ceux-ci affichent d'emblée comme des sites d'information ou qu'ils se pensent plutôt comme des sites participatifs ou contributifs»¹³⁷.

Les sites web¹³⁸ d'informations générales restent généralement ouverts au fait d'actualité. Néanmoins, ils peuvent également présenter d'autres services ou des petites annonces, ou

un phénomène technique et social central de la période contemporaine. De leur côté, Philippe Bouquillon et Jacob T. Matthews soulignent que la construction de la notion de web 2.0 s'est faite progressivement avec les études relatives aux caractéristiques des sociétés qui ont survécu au crash boursier. En d'autres termes, le web 2.0 serait cette nouvelle plateforme pouvant rassembler les activités économiques sur le web. Aussi, Tim O'Reilly propose-t-il de rechercher le secret de survie de ces entreprises, indispensable au développement des autres sociétés. À cet effet, Tim O'Reilly défend la proposition selon laquelle le salut d'Internet (et par ricochet des industries de la culture) reposerait sur un modèle « participatif », sollicitant un usager avec une double casquette : l'une de consommateur, l'autre de « générateur de contenu ».

Le web 2.0 est aussi dénommé *web collaboratif*. Pour Rebillard, le web collaboratif conduirait à « un nouveau stade d'expansion sociétal », dans la mesure où il favoriserait divers échanges interpersonnels médiatisés par le web, oeuvrant ainsi à une nouvelle liberté.

¹³⁷ Charon, Jean-Marie, Patrick Le Floch. *Op. cit.*, pp. 17-20

¹³⁸ Un site web est un ensemble de pages web composée de textes, de photos, et parfois d'autres objets numériques (vidéos, animations...) possédant une adresse unique (adresse IP) et accessible au sein d'un réseau internet ou intranet. Il est hébergé par un serveur informatique. L'ensemble des sites web accessibles, pris collectivement forment le « world wide web ». Dans un site web, des rubriques et des liens sur les pages permettent la navigation et l'accès au contenu. Des « widgets » (des mini écosystème web, applications ou outils légers en ligne qui fonctionnent comme des minis sites web et qui peuvent s'intégrer facilement (« drag et drop ») dans un blog, une

emprunter la voie du commerce. Les sites web d'informations générales, encore qualifiés de « *sites d'actualités généralistes* » pour emprunter à Charon et Floch, constituent une forme de presse en ligne. En effet, selon ces deux auteurs, la presse en ligne compte principales formes :

- *les sites d'actualité¹³⁹ généralistes* proposent une information « chaude, forts d'une capacité à livrer les nouvelles dans les délais très courts, parfois même instantanément. Ils traitent simultanément un large éventail de domaines. Ce type de sites peut parfois émaner des medias existants (presse écrite, radio, télévision). Les sites d'actualité généralistes ont la particularité d'offrir une information diversifiée, tant du point de vue des thèmes ou des domaines abordés que des modes de traitement, du flash factuel et brut au dossier, en passant par les blogs etc... Cette diversité transparait dans la page d'accueil, que d'aucuns qualifient également de «une». Textes, images fixes ou vidéos, sons, titres aux caractères et couleurs différents, etc. défilent sur l'écran, au fur et à mesure que celui-ci se déroule.

- *les sites d'actualité locaux* sont constitués de sites de presse locaux. Il peut s'agir de sites de différents quotidiens régionaux et départementaux, de ceux de presse hebdomadaire locale ou des sites d'information spécialisés liés à une publication dans une agglomération, un département, une région, ainsi que divers *pure-players*. Les principaux traits communs des sites d'actualité locaux sont qu'ils proposent une sélection d'informations de proximité, directement accessibles dès la page d'accueil, moyennant un clic sur celle-ci ou l'inscription du nom de la commune dans la première recherche.

- *les sites d'actualité spécialisés* recouvrent, comme pour la presse quotidienne, les domaines de l'économie et du sport. Cependant, ils sont plus diversifiés, étant donné qu'ils cohabitent sur le web avec des sites issus de la presse imprimée, des *pure-players* dépendants et indépendants.

page d'un site de socialisation), voire même des applications d'autres sites web, peuvent y être intégrés. Source : Scherer, Éric, *La révolution numérique: glossaire*, Paris, Dalloz, 2009, p. 168.

¹³⁹ Le terme d'«actualité» est très souvent préféré à celui d'«information» par certains auteurs, tel Jean-Pierre Esquenazi pour des problèmes terminologiques. Aussi argumente –t-il que « *les nouvelles nous parviennent dans l'heure, parfois dans la minute qui suit les faits dont elles rendent compte. Ce qui explique que le terme d'«actualité» s'est peu imposé et tend à remplacer celui d'«information».* L'«actualité» serait donc perçue comme la représentation du monde contemporain que nous offrent délibérément jour après jour, semaine après semaine, les médias.

- *les sites d'enquête et d'analyse* proposent une information décalée du flot des nouvelles. Elle n'est pas sans lien avec l'actualité. Elle interfère parfois avec celle-ci, en y introduisant des éléments nouveaux ou en la prolongeant ; révélations des faits méconnus, propositions d'angles inusités... L'internaute n'est pas laissé sans repère, quant au déroulement des évènements présentés à l'écran, dans un emplacement secondaire.

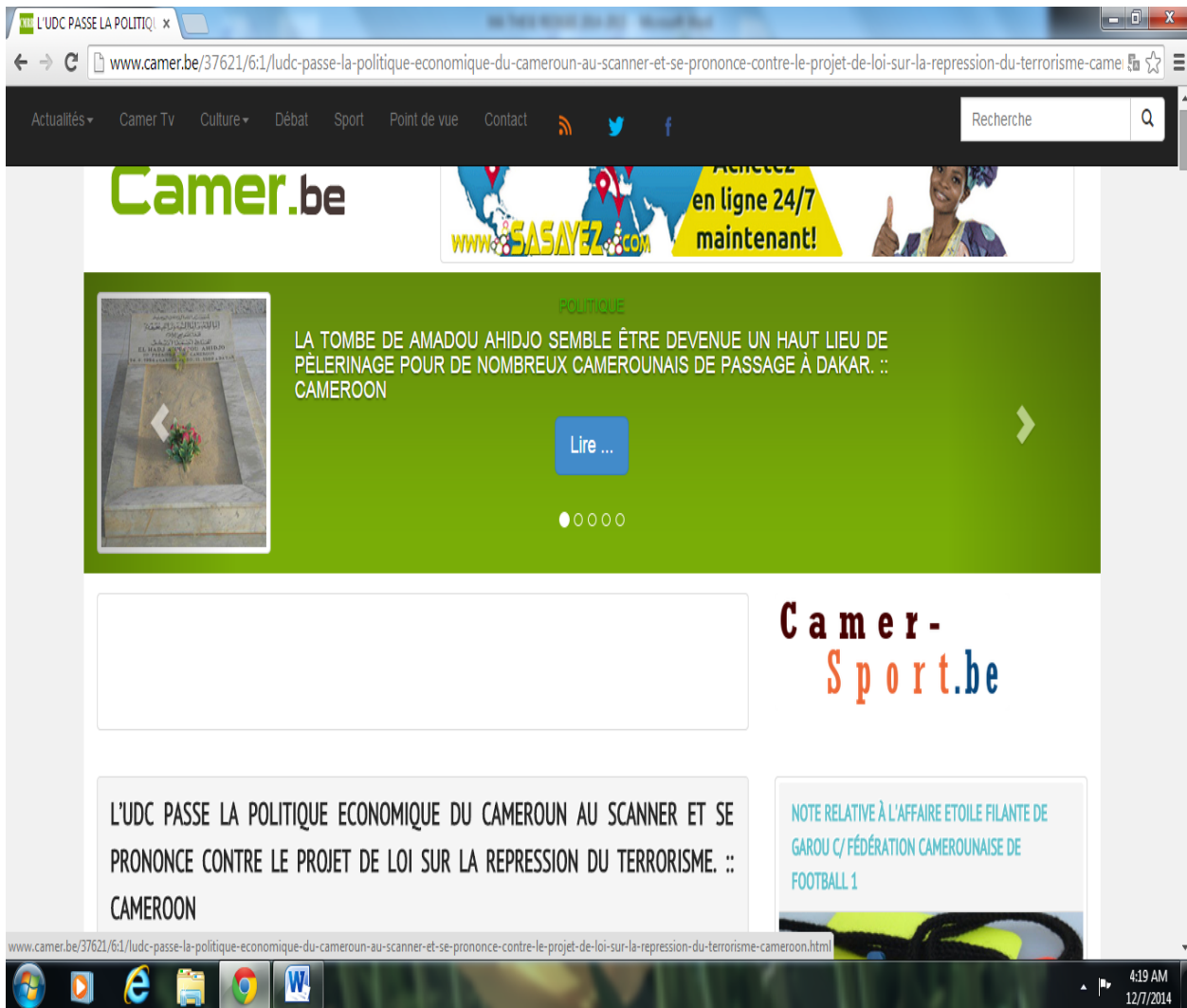
Notre objet portant sur les sites web camerounais d'informations générales, nous ne nous intéresserons qu'au sous-ensemble de la presse en ligne que représentent *les sites d'actualité généralistes* cités *supra*.

Dans le cadre de la présente étude, nous avons dénombré vingt et un sites d'origine camerounaises. Il s'agit en l'occurrence de : *Cameroun Online*, *237Online.com*, *cameroun link*, *journalducameroun*, *caemroon-info.net*, *camer.be*, *africapresse.com*, *bonaberi.com*, *brukmer*, *njanguipress*, *cameroun24.net*, *camerounactu.net*, *toutcameroun.com*, *cameroon-report.com*, *camernews.com*, *cameroun24.de*, *mboa24.net*, *newsmba.com*, *mboapages.com*, *camnews24.net*, *camnews24.com*, *camerpost.com*. Nous nous chargerons donc d'en effectuer respectivement et succinctement la présentation, pour une meilleure appréhension. Pour ce faire, nous présenterons leurs conditions de création, leur évolution et leur fonctionnement.

A)Présentation succincte des sites web camerounais d'informations générales.

A-1) *camer.be*

Photographie 1: capture d'écran d'une page d'accueil de www.camer.be



A-1-1) Description, naissance et évolution

camer.be est décrit par ses promoteurs comme le site de la diaspora du Cameroun. *camer.be* est le premier portail du Cameroun en Belgique. Hugues Bertin Seumo, l'un de ses promoteurs interviewé, nous a relaté que :

«[...] camer.be mais comme au Cameroun on dit toujours « camer.bi ». Le site internet a vu le jour en 2005. C'est un Camerounais amoureux de l'information qui, à l'époque s'était dit qu'il n'y'avait que cameroon info qu'on connaissait un peu partout, qui avait eu l'initiative de créer ce site. Et quand il a créé le site, il s'est retrouvé un peu seul et le site n'évoluait pas. Donc en 2005, le site a fonctionné (jusque comme on dit ici chez nous jusqu' à et chez vous jusque ... le

site a fonctionné jusqu'en 2007 et à un moment donné, [...] un de nos compatriotes Herman N'gowa qui a rejoint l'équipe et au mois de juin 2007. J'ai également rejoint l'équipe et nous avons mis sur pied une dynamique qui a fonctionné jusqu'à ce jour et c'est comme ça qu'on a commencé à réagir et être présents un peu sur le net. Mais camer.be explose en 2008, avec les émeutes de février 2008 au Cameroun, les journaux ne paraissaient plus. Et nous, nous avons eu la présence d'esprit d'appeler tous nos contacts dans les dix provinces et qu'est-ce qu'on faisait ? Par skype tous les jours, on prenait les comptes rendus dans les dix provinces et on les diffusait en ligne, donc il y avait ce qu'on appelait flash info à l'époque donc du 25, 26, 27, 28, 29 février 2008. Tous les jours à midi, il y'avait un compte rendu, un round-up d'actualité dans les 10 provinces du Cameroun. Aujourd'hui, ce sont les régions. Donc voila comment le public cherchant à avoir les informations sur le Cameroun se retournait plutôt vers camer.be. Il y a même les agences de presses AFP, Reuters qui venaient puiser chez nous. Et c'est comme ça qu'on a commencé à avoir l'audience. Au départ, il y'avait 5 à 6000 lecteurs. Et en 2008, nous sommes montés à 25000. Aujourd'hui nous sommes à plus ou moins 32000 visiteurs par jour. »¹⁴⁰

A-1-2) Compositions des équipes de multimédias de rédaction

Camer.be dispose de deux principales équipes, dont une au Cameroun avec deux correspondants à Yaoundé, un correspondant à Douala et une correspondante à Bruxelles. L'équipe centrale de *camer.be* se trouve à Bruxelles et est composée d'un webmaster, d'un rédacteur en chef, et un autre rédacteur associé. *Camer.be* dispose également d'un correspondant aux Etats-Unis, un correspondant en Allemagne, un correspondant à Paris. Cette équipe de travail de *camer.be*, gère parallèlement *camer.be* et *camer-directsport.be*. Ce dernier fait partir du groupe *camer groupe belgium*.

A-1-3) Ses objectifs, financements et partenariats

Camer.be s'est fixé pour objectif principal de fournir à ses publics une information claire et nette. C'est ce que nous rapporte Hugues Bertin Seumo, durant notre entretien,

«L'information claire et nette, c'est notre leitmotiv. Diffuser les informations aussi tôt que nous les avons en toute impartialité. Ne pas faire comme les autres, servir pour une cause ; parce que tous, nous savons que nous, les pays du tiers-monde, nous avons un problème majeur chez nous... nous voulons être la voix de ceux qui n'ont pas de voix ; c'est-à-dire que par exemple si vous avez un papier

¹⁴⁰ Entretien avec Hugues Bertin Seumo, rédacteur en chef du site *camer.be*. Bruxelles, 30 novembre 2013.

que vous avez écrit sur le Cameroun et qu'un journal refuse de le diffuser au Cameroun ; envoyez-le nous sur camer.be, nous sommes indépendants, nous allons le diffuser, c'est ça qui fait notre force quoi !»

Camer.be était financé à ses débuts par ses promoteurs, mais depuis cinq ans, il est devenu rentable et s'autogère avec ses bénéfices enregistrés. Autrement dit :

«Au départ, toute l'équipe [de camer.be], beaucoup plus [que] l'équipe de l'Europe [...], avait injecté les sous dans le projet. Mais depuis que (camer.be) a commencé à avoir des annonces publicitaires, des concerts de musique où les promoteurs demandent qu'on fasse la publicité [...] [il] a pu combler le vide. Donc depuis, bientôt cinq ans [l'équipe de camer.be] n'a jamais mis les mains dans [ses] poches pour régler quoi que ce soit. Tout ce qui se paie chez l'hébergeur [...] »¹⁴¹.

Camer.be travaille en collaboration avec plusieurs sites tels *Allafrika.com*, *Le messager*, *le jour*, comme le rappelle son rédacteur en chef :

«Nous sommes en partenariat avec plusieurs sites internet. [...] Allafrika.com nous reprend, vous allez constater très souvent que le messager reprend certains de nos articles, le quotidien le jour, il y a plusieurs sites internet ; même Mutations qui reprend également nos papiers. Donc plus nous donnons, eux aussi nous donnent de l'autre côté. Et très souvent, nous fonctionnons avec tous ceux qui nous donnent les articles. Si, par exemple, les lions indomptables du Cameroun viennent en Belgique pour un stage ; si nous couvrons l'évènement, toutes les photos que nous prenons sur place, les prises de vue, nous les envoyons à nos partenaires ; donc avant de faire leurs papiers sur place au Cameroun articles, ils ont déjà les photos. Et en retour, quelque fois, ils nous renvoient aussi des articles à diffuser. Il y a aussi certains journalistes de certains medias qui nous envoient des articles et nous demandent de les publier à une date précise, en attendant que ce soit d'abord publié au Cameroun. Donc c'est un peu comme ça que nous fonctionnons !»

A-2) *journalducameroun.com*

Photographie 2: capture d'écran d'une page d'accueil de www.journalducameroun.com

¹⁴¹ Entretien avec Hugues Bertin Seumo, rédacteur en chef du site *camer.be*. Bruxelles, 30 novembre 2013.



A-2-1) Description, naissance et évolution

Journalducameroun est un site édité par la société *Yogam Communications Sarl*¹⁴². Lors de l'entretien qu'elle nous a accordé Ingrid Ngounou, rédactrice en chef de *Journalducameroun*, nous a fait un historique descriptif sur les conditions de création du dit site.

«[...] 2008 [...], j'étais stagiaire dans une entreprise qui édite des sites internet à destination de l'Afrique et [...]. L'idée a muri de mettre sur pied un site d'internet d'information à destination des marchés de niches, c'est-à-dire au lieu d'avoir un site d'internet généraliste sur l'Afrique comme Afrik.com, l'idée,

¹⁴² La Société *Yogam Communications Sarl*, N° RCS 501 781 827 Paris B. Son siège social est : 15, rue Alexandre Dumas 75011 Paris France. Elle a un capital social de 5000 €. *Yogam Communications Sarl* a pour directrice de publication Stéphanie Ngassam et directrice de la rédaction Ingrid Alice Ngounou.

c'était plutôt de fragmenter et d'avoir pour chaque pays [(sic)]. [...] étant ressortissante du Cameroun, c'était plus facile pour moi [...] et ayant travaillé comme journaliste au Cameroun, c'était plus facile pour moi, de concevoir le projet en partant sur la base d'un pays comme le Cameroun. C'est pour ça qu'en novembre 2008, on a mis sur [pied] journalducameroun. L'entreprise s'appelle Yogam, Cédric Nono est le directeur. J'ai accompagné le projet. Journalducameroun date de novembre 2008[...] »

Yogam entreprise possède aujourd'hui une douzaine de sites web, journaldutchad, journaldugabon, journaldumali, journaldugabon, journaldemalabo, journaldefaso ...

Journalducameroun.com a débuté par une évolution horizontale en touchant plusieurs pays. S'agissant de son évolution verticale, à journalducameroun.com, ils se sont rendus compte que dans un pays

« [...]rend compte que tout le monde ne consomme pas de l'information générale ; on peut encore fragmenter le marché. Et donc, [ils ont...] en place cameréchos, qui est un site écho sur le Cameroun et 237sport qui est un site sport sur le Cameroun. Ça [leur...] permet de développer la notion de niche. Et en fait sur un plan purement commercial, ça a une explication, c'est que quand on se place du point de vue de la diaspora, [...] contrairement à l'idée qui peut être répandue ; toutes les diasporas africaines ne se ressemblent pas. Tous les pays ne sont pas les mêmes. Et donc euh... quand Moneygram a envie de faire une publicité et qu'il choisit d'appeler le Monsieur qui va faire la pub Mamadou qui va rentrer en Afrique ; un Sénégalais peut se retrouver, un Camerounais du Nord peut se retrouver mais pas forcément un Camerounais du Sud. Donc c'était donc important de pouvoir proposer des espaces où ils tiennent compte des spécificités de chaque pays pour communiquer. Et donc le modèle économique a été basé sur [...] cette redéfinition de ce concept de diaspora là. Donc aujourd'hui [...] journalducameroun, c'est la plus grosse rédaction. »¹⁴³

A-2-2) Compositions des équipes de multimédias de rédaction

Journalducameroun dispose de deux principaux bureaux : l'un à Yaoundé (avec une dizaine de journalistes / correspondants dispersés dans tout le Cameroun). Et l'autre à Paris, dont Ingrid Ngounou est la directrice de rédaction.

Cependant, à l'avenir, l'équipe de travail de *journalducameroun* :

¹⁴³ Entretien avec Ingrid Ngounou, rédactrice en chef du site *journalducameroun.com*, Paris, 28 Décembre 2013.

« [...] pense créer un bureau à Douala cette année (2014) et ... continuer à garder des correspondants dans les autres villes. Parce qu'(elle) n'a vraiment pas besoin d'avoir un bureau à Garoua par exemple, d'avoir un bureau à Bafoussam ou à Dschang, [...].[Elle] préfère plutôt travailler de manière ponctuelle avec des gens. [...] après dans la ponctualité, il y en a qui sont plus réguliers que d'autres ; il y a plus d'évènements Garoua par exemple que dans des petites villes comme Figuil [...]. Et [...] ça [...] [leur] permet d'avoir recours à des correspondants ponctuels. Et puis sur le plan financier, ça pèse moins d'avoir un correspondant que d'avoir un journaliste à temps plein en fait. »¹⁴⁴

A-2-3) Ses objectifs, financements et partenariats

Pour l'équipe de *Journalducameroun* :

« le pari de l'information pure, c'est de l'information venant du Cameroun c'est-à-dire qu'elle ne s' image pas [...] chercher à couvrir ce qui se passe à l'étranger. Elle s'intéresse plutôt de chercher à informer son public qui est à l'extérieur du Cameroun, de ce qui se passe dans Cameroun. »¹⁴⁵

Journalducameroun est un media commercial, qui tire ses ressources de ses espaces publicitaires. En effet, parlant du modèle économique de *Journalducameroun*, Ingrid Ngounou nous fait comprendre que :

«pour [son] modèle économique, *Journalducameroun* n'a pas des pages publicitaires mais des espaces publicitaires. De plus, il fait de la fourniture de contenus à l'intention des organismes. C'est-à-dire que les informations [récupérées chez ses des journalistes] journalistes et [qui sont par la suite traitées] sur des sites ; il arrive que ces mêmes informations soient vendues à des organismes. C'est une source de financement. Et puis sous forme d'alertes, de dépêches, sous formes de textes, d'articles, de magazines, ajouter au fait qu'effectivement *Journalducameroun* a réussi à fidéliser, [...] une clientèle d'habitues pour ce qui est des annonces diaspora vers l'Afrique, par exemple, les compagnies aériennes comme Air France, Brussels [Airlines] ou encore des compagnies d'envoi d'argent comme Western union, Moneygramm ou encore même Guinness, [...] Orange... [En somme], ceux qui ont besoin de communiquer et toucher les deux publics. C'est ce type d'espace qu'ils recherchent en fait. »¹⁴⁶.

¹⁴⁴ Entretien avec Ingrid Ngounou, rédactrice en chef du site *journalducameroun.com*. Paris, 28 Décembre 2013.

¹⁴⁵ Entretien avec Ingrid Ngounou, *ibid*.

¹⁴⁶ Entretien avec Ingrid Ngounou, *ibid*.

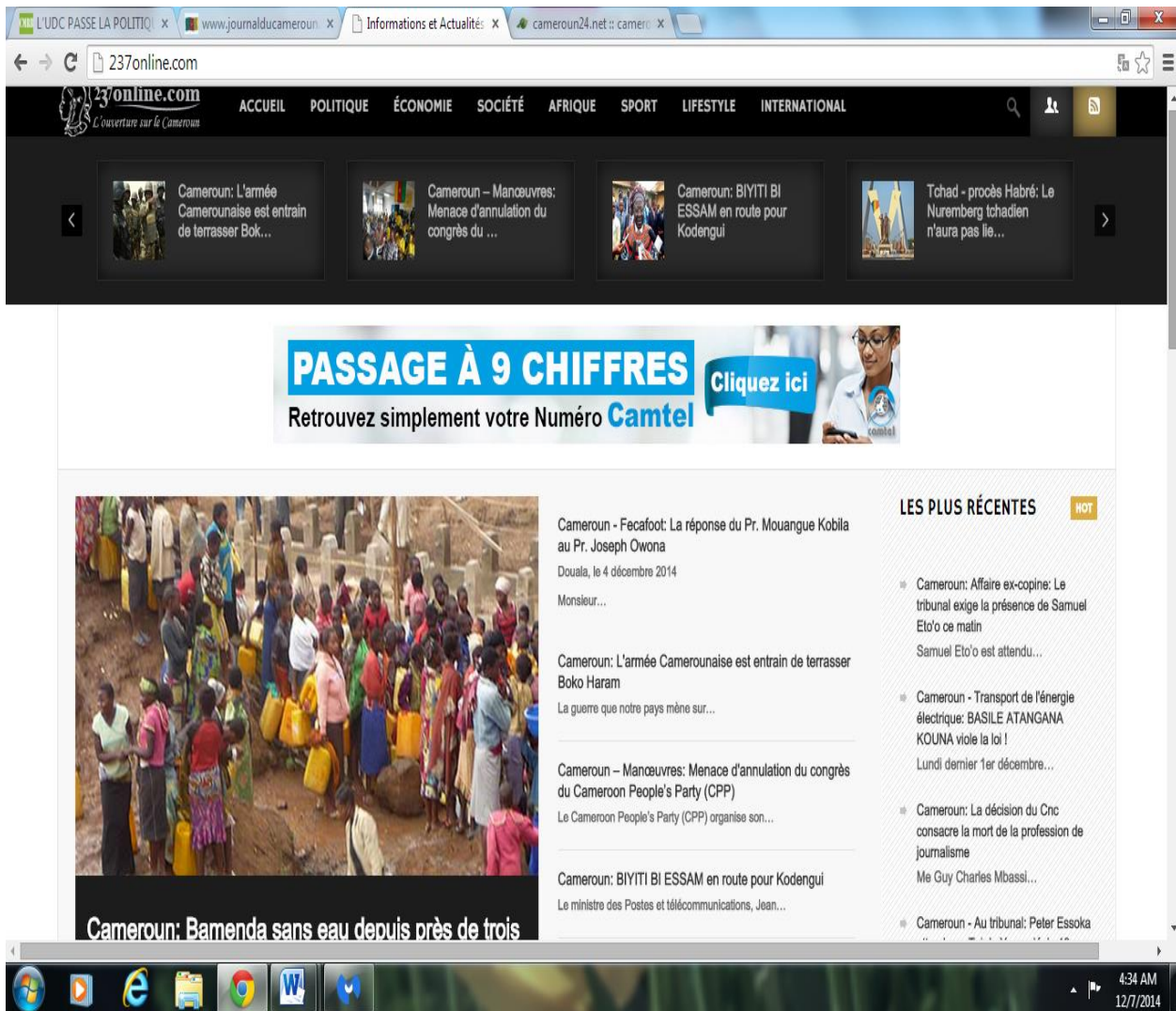
En terme de collaboration, nous notons que *Journalducameroun* évolue :

« avec des contrats de partenariats clairs, avec plusieurs organismes de presses. [Journalducameroun] privilégie les hebdomadaires au minimum en terme de fréquence de parution, si non au mieux les mensuels ; tout simplement parce qu'ils font un travail de profondeur par rapport à l'information qu'[il] ne peut pas faire parce qu' [il] est dans l'immédiateté et la gestion quotidienne de l'information. Et donc, il y a des échanges de services où [il] met en avant le sommaire du numéro en kiosque, ou bien [il] publie la une. Et puis derrière [il] peut récupérer les articles appropriés. Mais généralement, [il] privilégie les articles magazines, parce que sinon, ça n'a pas d'intérêt pour nous. Vu qu'eux, ils sont des hebdomadaires, l'information est déjà passée. Du coup, c'est plutôt les grandes enquêtes, les interviews intéressantes que [Journalducameroun] publie. À côté de ça, [...] il y a une démarche contraire, qui consiste quand [Journalducameroun] n'a vraiment pas de choix, à reprendre l'information qui a été publiée par un journal confrère. C'est-à-dire que [...] si Cameroon Tribune, parce que c'est souvent le cas, est seul à avoir l'information sur un sujet parce que ils ont eu accès à ce sujet, du fait que c'était une presse gouvernementale. [Journalducameroun] ne peut pas refuser d'informer [ses] lecteurs, tout simplement parce que ce n'est pas [lui] qui a publié l'information. Et donc [Journalducameroun] peut reprendre à [son] (son) compte évidemment l'information en respectant les règles du copyright. C'est-à-dire bien signifier clairement que l'information n'émane pas de [lui]... ». ¹⁴⁷

A-3) 237online.com

Photographie 3: capture d'écran d'une page d'accueil de 237online.com

¹⁴⁷ Entretien avec Ingrid Ngounou, *ibid.*



A-3-1) Description, naissance et évolution

237online.com est créé en septembre 2008 par Tokom Tchepnkep et d'autres jeunes Camerounais. *237online.com* se veut une ouverture sur le Cameroun. *237online.com* présente le Cameroun dans sa diversité et ses richesses culturelles, sociales et historiques. *237online.com* s'est proposé de faire au quotidien chaque jour une revue sélective de l'actualité nationale et internationale.

A-3-2) Compositions des équipes de multimédias de rédaction

A ce jour, *237online.com* compte un développeur, un graphiste, trois rédacteurs permanents et un développeur et rédacteur.

Pour l'avenir, l'équipe de *237online.com* compte mettre en place une plateforme plus grande, qui devrait avoir au moins cinquante rédacteurs à travers le Cameroun d'ici l'année 2015. Ceci dans au maximum cinq mois à la date 23 septembre 2014. Ceci en vue de positionner leur site internet comme leader au Cameroun.

A-3-3) Ses objectifs, financements et partenariats

Dès ses premiers balbutiements :

« le public [de 237online.com] initialement visé était la diaspora, car 237online.com est né à un moment où l'image du Cameroun était de plus en plus terni par des blogs et sites sur internet. Au début il était question de contrer ceux-là et de redorer l'image du Cameroun. De donner envie aux gens de venir au Cameroun. Cela a fonctionné ainsi purement pendant 3 ans tel un site de vente de la destination Cameroun. Mais très vite [237online.com] compris qu'[il était un] media et que [son] devoir était aussi de donner de l'information aux Camerounais de l'intérieur. [C'est ainsi que 237online.com a] ouvert [ses] publications aux informations locales et commencé à créer des partenariats avec des presse locales. »¹⁴⁸

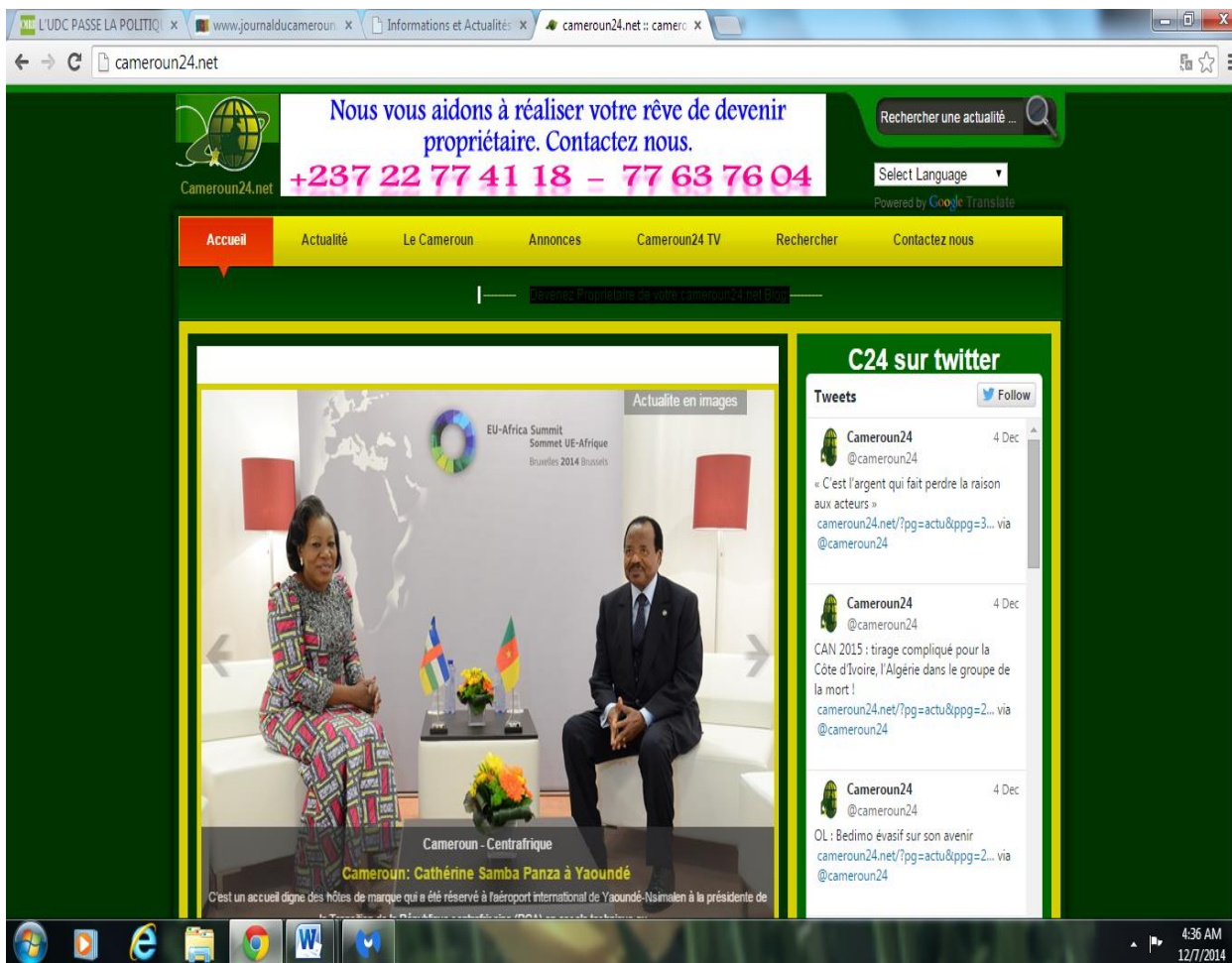
237online.com ne dispose pas encore d'autonomie financière inhérente à son bon fonctionnement. La gratuité de ses services ne saurait le démentir. Ainsi, sa rentabilité économique est encore fragilisée car pour son promoteur *« les Camerounais et les entreprises n'ont pas encore véritablement perçu la puissance et les ouvertures qu'offrirait Internet »*. Par conséquent, son promoteur représente sa première source de revenus octroyés par *google*, encore très loin de combler les différents besoins pour la bonne gestion de *237online.com*

Bien qu'étant un agrégateur de contenu, du fait de l'existence d'un accord tacite, *237online.com*, travaille en collaboration avec *Jeune Afrique* pour l'échange de contenu. *237online.com* a également signé un accord de partenariat avec le journal *La Nouvelle Vision*.

¹⁴⁸ Échange avec Tchepnkep Tokom, rédacteur en chef de *237online.com*, 23 septembre 2014

A-4) cameroun24.net

Photographie 4: capture d'écran d'une page d'accueil de www.journalducameroun.com



A-4-1) Description, naissance et évolution

Cameroun24.net est une propriété de *Master communication*. Pour ses défenseurs, *Cameroun24.net* participe à sa manière au rayonnement du Cameroun dans le monde, en fournissant aux touristes toutes les informations dont ses lecteurs ont besoin pour visiter le Cameroun. En d'autres termes, le promoteur nous explique les conditions d'émergence de son site *cameroun24.net* en ces termes:

« Cameroun24.net est une idée personnelle implémentée [par...] un groupe de personnes, donc qui sont également dans le domaine de la communication et du journalisme en général. Donc, euh, pour moi, le but était dans un premier temps... puisque nous avons remarqué qu'étant à l'extérieur, on était très sous-informé de ce qui se passait au pays, et parce que, à l'intérieur, il y avait des camarades, des amis, qui avaient accès à certaines sources d'informations mais qui ne valorisaient pas beaucoup l'information qui venait du pays, comme vous pouvez toujours le remarquer que la plupart des informations qui viennent du pays sont toujours des informations péjoratives, des informations de chiens écrasés, on a braqué ci, on a versé le sang là-bas [(sic)]. En fait, la règle des 3 S (Sexe, Sang, Sous), [(sic)] donc nous avons voulu aller dans un ton différent, donc montrer un peu aussi ce qui marche au pays, donc beaucoup de contributeurs [...] »¹⁴⁹.

A-4-2) Compositions des équipes de multimédias de rédaction

D'après son promoteur Augustin Timfang, *cameroun24.net* compte une équipe permanente d'une demi-dizaine de personnes. Ces dernières sont permanentes, qui travaillent régulièrement pour le site, et les autres travaillent dans d'autres organes de presses que le promoteur n'a voulu citer. Pour ce faire, ils envoient leurs contributions régulièrement. De plus, d'autres correspondants, du côté de la diaspora, envoient de temps à autres des informations sous forme de correspondances particulières ou lorsqu'ils couvrent un évènement bien précis pour lesquels *cameroun24.net* a été sollicité. Aussi, peuvent-ils faire un reportage que *cameroun24.net* pourra par la suite diffuser. Pour l'avenir, malgré les difficultés technologiques, *cameroun24.net* envisage s'élargir en une web radio et une web télévision.

A-4-3) Ses objectifs, financements et partenariats

L'équipe de *cameroun24.net* s'est assignée pour mission

«[...]de porter un message différent, un regard différent des informations sur le Cameroun [...] de montrer un autre regard sur le Cameroun, de montrer ce qui marche au Cameroun. Mais cela n'exclut naturellement pas, qu' [elle] puisse de temps en temps diffuser des informations sur ce qui ne va pas. Et qu' [elle] puisse critiquer aussi quand il faut critiquer ».¹⁵⁰

¹⁴⁹ Entretien avec Augustin Timfang, promoteur de *cameroun24.net*, Yaoundé, 12 juillet 2014.

¹⁵⁰ Entretien avec Augustin Timfang, *ibid*.

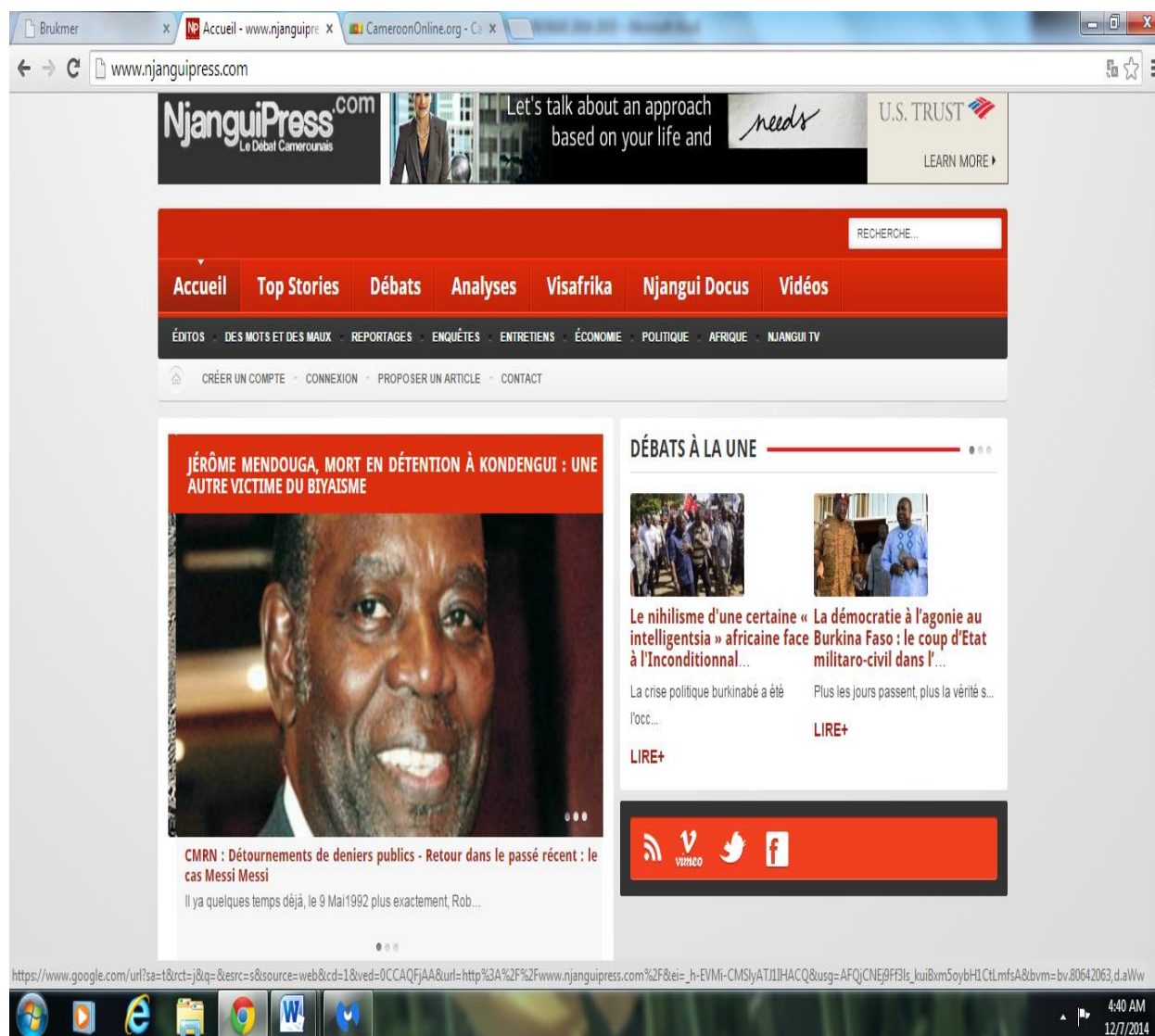
A l'image de nombre de médias camerounais, *cameroun24.net* n'échappe pas à la situation précaire des medias camerounais. En effet, « *très peu de Camerounais, très peu de médias camerounais peuvent prétendre être économiquement rentables. C'est la raison pour laquelle le gouvernement parfois accorde une modique subvention* »¹⁵¹ dont *cameroun24.net* n'a toujours pas bénéficié, à en croire son promoteur. Ce dernier poursuit à cet effet : « *D'ailleurs nous n'avons jamais sollicité donc c'est les contributions de personnes passionnés comme nous, et celles qui nous entourent, qui permettent de faire vivre le portail.* »¹⁵² En outre, *cameroun24.net* essaie de s'autofinancer, en commercialisant des bannières publicitaires auprès d'annonceurs.

Cameroun24.net entretient des partenariats avec des quotidiens camerounais, tels que *le Jour*, *le Messager*, *la Nouvelle expression*, *la Météo*. Cette collaboration consiste très souvent à prendre des « *informations qui sont diffusées* » dans les dits journaux. Cependant, Augustin Timfang, responsable de *cameroun24.net*, nous a notifié qu'il n'existait « *pas une clause tacite* » entre *cameroun24.net* et ces journaux.

¹⁵¹ Entretien avec Augustin Timfang, *ibid.*

¹⁵² Entretien avec Augustin Timfang, *ibid.*

A-5)njanguipress.com



Photographie 5: capture d'écran d'une page d'accueil de www.njanguipress.com

A-5-1) Description, naissance et évolution

Njanguï Press a été créé en 2010. Cyrille Ekwalla promoteur de *Njanguipress.com*, nous relate que *Njanguipress* :

« [...] est né du fait que je suis quelqu'un, [...]un] journaliste ; j'aime beaucoup l'analyse, j'aime beaucoup l'opinion. [...] Le factuel, j'avoue que c'est pas trop ma force ; donc je suis plutôt analyste, pour bien dire « opinioniste ». Et c'est comme ça que j'ai commencé à publier diverses analyses dans différents sites, [...] dans les médias qu'on appelle internationaux et tout. [...] Lorsque j'ai

commencé à écrire sur le Cameroun, j'ai donc commencé à écrire sur divers sites camerounais. Et plus j'écrivais, plus j'avais les gens qui, avec lesquels je changeais [(sic)]. Et je me suis dit à un moment donné pourquoi pas... c'est ça qui regroupe un peu tout ça... J'ai été contacté, je ne rappelle plus, par une web radio que vous devez probablement connaître : cameroon voice. J'ai animé une émission qui donnait la parole aux auditeurs, voilà sur des thèmes bien précis. Ensuite au sein de cameroon-info.net [...], je dirais dans une certaine mesure, je fais encore partie de l'équipe éditoriale, je m'occupe beaucoup plus de la partie opinion ; sauf que euh... camerouninfo.net, les gens viennent beaucoup lire le factuel. Donc, ne pouvant pas avoir un espace particulier dédié à l'analyse, à l'opinion, parce que on va retrouver sur la même page [(sic)] (vous savez comment sont faits les sites internet : on retrouve dans le même fil de presse, on va retrouver du football, on va retrouver faits divers, on va retrouver la politique, on va retrouver l'opinion) j'ai donc décidé de lancer ce qui se voulait d'abord... [(sic)] et au fil de la construction je me suis dit bon, je vais pour un site internet et voilà comment j'ai contacté un web designer (...) après quelque chose m'est venu en tête, j'ai dit c'est euh...[(sic)] un site internet exclusivement dédié à l'analyse et à l'opinion. Ce qui n'est pas courant dans le paysage de la presse qu'elle soit en ligne ou de la presse print, n'est pas coutume, n'est pas de tradition au pays, je vais quand même lance ça ; voilà comment est né njanguipress.com». ¹⁵³

A-5-2) Composition des équipes de multimédias de rédaction

Njanguipress compte aujourd'hui quatre actionnaires majoritaires dont un collaborateur web, « deux, trois collaborateurs mystérieux, informels qui ne sont pas dans la structure en elle-même », avec qui le promoteur Cyrille Ekwalla discute très souvent sur les choix éditoriaux. Son promoteur a

«[...] commencé seul, j'avais un webmaster ; aujourd'hui nous sommes quatre. Ça c'est sur le plan purement administratif ; c'est-à-dire, il y a quelqu'un qui allait aller s'occuper de la partie technique, il y'a quelqu'un qui s'occupe du marketing [...] il y'a quelqu'un qui s'occupe des finances. C'est ça que moi j'appelle les actionnaires. Oui au début j'étais seul, mais [...] à l'heure actuelle, Njanguipress [...] sollicite plus des gens dans la mesure où il n'y a pas une équipe de journalistes qui travaillent sur les textes ; puisque la plupart des textes qui nous parviennent sont des textes écrits par des gens qui font des analyses, des opinions. »¹⁵⁴

¹⁵³ Entretien avec Cyrille Ekwalla, rédacteur en chef de *njanguipress.com*, Montréal, 28 décembre 2013.

¹⁵⁴ Entretien avec Cyrille Ekwalla, rédacteur en chef de *njanguipress.com*. Montréal, 28 décembre 2013.

A-5-3) Ses objectifs, financements et partenariats

Njangui Press a pour objectif d'exposer « *ce que les gens en pensent, l'analyse, l'opinion* ».

Selon Cyrille Ekwalla, son promoteur, le public visé est :

*« Celui qui s'intéresse à la haute participation au débat camerounais. Le public recherché, il est simple, il est cette classe de Camerounais qui s'intéressent aux débats de société, qui portent sur la politique, sur l'économie, sur les faits sociaux en tant que tels mais aux débats de sociétés. Ce publi, c'est lequel ? Ce sont les décideurs politiques, les décideurs économiques, [...] ces étudiants en fin de cycle, notamment en deuxième, troisième cycle. Ce sont évidemment les professeurs d'université. C'est ce public-là. [...] plus détaillé que celui-là. Ce sont les étudiants, les étudiants en fin de cycle, c'est, je ne dirai pas les cadres administratifs, parce que il y'a des cadres administratifs que le débat n'intéressent pas. Ce sont les décideurs politiques, les décideurs économiques, les penseurs, les journalistes, élites... ».*¹⁵⁵

Njangui Press est premièrement financé par son promoteur. Pour se justifier à cet effet, il nous a affirmé que :

*« [...] je suis [...] promoteur : qui dit promoteur dit principal « argentier ». Je suis sur fonds propres, sur fonds propres [...] en diamant, pour vous dire très honnêtement. NjanguiPress n'est pas tellement un site qui ne rapporte pas ; dans le sens où la publicité sur Njangui Press [...] Les gens ne viennent pas beaucoup sur NjanguiPress [...] parce que j'ai dû faire face à certains refus du fait que, premièrement, nous n'étions pas populaire ; mais de deux c'était beaucoup politique. Donc, ça réduit énormément le nombre de potentiels d'annonceurs. Mais je n'en déments pas puisque j'essaie d'aller chercher des annonceurs, je dirais, institutionnels, des gens qui ..., ne serait-que parce qu'il y a une conférence [...] à tel endroit, lui il essaie de faire cette annonce. il estime que dans NjanguiPress il a un public, donc voilà un peu globalement. [...] »*¹⁵⁶.

NjanguiPress entretient des collaborations avec d'autres organes de presse. C'est ce que nous a relate son responsable dans le récit de ses pratiques car il a admis être en :

« [...] collaboration avec d'autres organes de presse essentiellement du Cameroun. Certains sur une base formelle ; d'autres sur une base évidemment (rire) informelle mais que j'ai arrêtée, c'est-à-dire que, si je prends un journal comme le journal [...] la Nouvelle expression qui a une page « rebonds », c'est

¹⁵⁵ Entretien avec Cyrille Ekwalla, *ibid.*

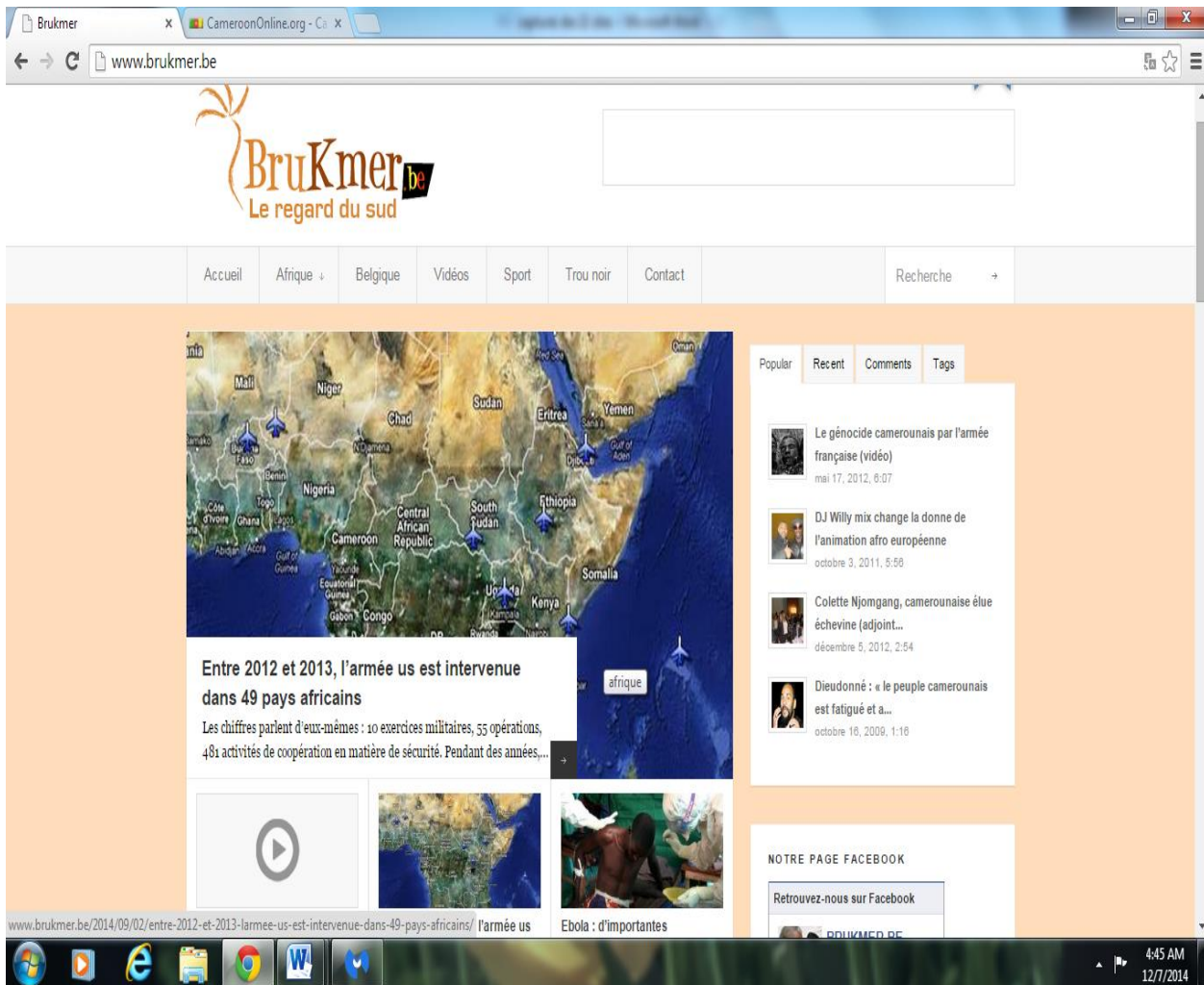
¹⁵⁶ Entretien avec Cyrille E, rédacteur en chef de *njanguiPress.com*. Montréal, 28 décembre 2013.

une page dans laquelle on retrouve des idées, de l'analyse, c'est un peu leur page, voilà, un peu comme je vous disais la page idée du Monde. J'ai eu, je dirai quoi, une lettre de protocole avec leur directeur de publication Valentin Zinga ; pour lui dire qu'à chaque fois que je verrai un article intéressant, je le reprendrai sur mon site. Il s'avère que à chaque fois que [...] il y a un article publié dans cette page ; l'auteur généralement, comme c'est quelqu'un qui vient très souvent de ce qu'on appelle la société civile ; bon, ça peut être un universitaire, ou quelqu'un du milieu économique ou même un politique ; très souvent, en dessous de l'article, de leur nom, ils mettent leur adresse internet parce que ils souhaitent par exemple des réactions. Il s'avère que moi, je rentre en contact avec gens. Et finalement chaque fois qu'ils ont des tributs, ils me les envoient et je n'ai plus besoin de passer par la Nouvelle expression. Ça, c'est ça, comme je vous dis... d'autres choses que j'ai eu à faire, c'est que je voyais un article dans le Jour je prenais ou...[(sic)] Et puis récemment j'ai arrêté ça parce que c'était... on a eu un petit débat sur un forum de journalistes camerounais où ça passait pour être du vol d'article ; même si, moi, j'ai toujours mentionné... il faisait allusion à d'autres sites ; mais étant donné que ça faisait un débat, j'ai arrêté ça, parce que je mentionne toujours la source de l'article. Je mentionne toujours la source de l'article, je prends un article [...]. Ça veut dire qu'il vient de le Jour. Mais j'ai arrêté de faire ça, premièrement parce que je trouvais de moins en moins d'articles intéressants, du moins qui m'intéressent par rapport à Njanguipress, j'en trouvais de moins en moins. Et je suis allé vers d'autres magazines, vous devez connaître mondialisation ? »¹⁵⁷.

A-6) brukmer.com

Photographie 6: capture d'écran d'une page d'accueil www.brukmer.com

¹⁵⁷ Entretien avec Cyrille Ekwalla, *ibid.*



A-6-1) Description, naissance et évolution

Brukmer.be est né en 2006 de l'initiative de deux étudiants camerounais en fin de parcours universitaire, dont le promoteur principal est Nel Tsopo Nziemi.

« L'idée c'était de publier l'actualité des Camerounais à Bruxelles. [...], l'idée s'est mise à évoluer [et consistait à] publier l'actualité des Camerounais en Belgique. [...] et] les visiteurs se faisaient de plus en plus fréquents et fidèles. [...]mais] en 2009, [ils] se sont rendus compte qu '[ils avaient] un bel aura même à l'extérieur de la Belgique. [Aussi leur but a-t-il donc été] de parler des choses plus fréquentes, de mettre en avant comme on disait des actes remarquables des concitoyens, des Camerounais et de décrier ce qui se passe de mauvais. [Plus tard, ils se sont] rendus compte que... la ligne éditoriale méritait mieux parce qu'il y avait déjà un site, en plus, un autre site qui existe, qui s'appelle camer.be,

qui faisait plus ou moins ce travail, ce travail dirigé exclusivement sur le Cameroun. Donc, de fil en aiguille, en tissant des partenariats, [ils ont] vu que le champ africain aussi finalement était très intéressant et (ont) fait un gros virement de ligne éditoriale en 2011. [Ils se sont rendus] compte que le média classique avait pour principal rôle de désinformer finalement. Et que l'Africain, l'Africain particulièrement, l'Africain était, est cible de manipulation. Alors, [ils se sont dits qu'ils vont] chercher des articles, rechercher des articles peu communs, parler des informations qu'on ne donne pas sur l'Afrique, la relation entre l'Europe et l'Afrique... »¹⁵⁸

A-6-2) Compositions des équipes de multimédias de rédaction

L'équipe actuelle de *brukmer.be* est composée d'un noyau inamovible de trois personnes. Celle-ci est constituée d'un technicien dont un webmaster administrateur, un journaliste et gestionnaire administratif du site, et d'un deuxième journaliste qui fait un travail de récolte d'infos et de rédaction. Cette équipe de travail est également assistée dans sa tâche d' « *une série de contacts à travers le monde qui écrivent des articles qui écrivent des articles sans aucune obligation.* »

A-6-3) Ses objectifs, financements et partenariats

L'objectif particulier de *brukmer.be* est d'éduquer et de désinformer. Comme l'explique son promoteur, l'équipe de *brukmer.be* veut faire « *une impasse sur le divertissement pour le divertissement. C'est-à-dire que celui qui vient à (eux), c'est quelqu'un qui veut du sérieux.* »

« Notre objectif, c'est attirer les personnes qui veulent [...] se désinformer d'abord et reconstruire leur façon, leur vision du monde en tant qu'Africains, en tant que membres de la diaspora. [...] L'objectif principal, c'est éduquer, désinformer, [...] les Africains, et même pourquoi pas, parce que de toute les façons, c'est un site internet, c'est ouvert, il y a des Européens qui lisent des articles. Et c'est quelque part aussi une main tendue aux Européens pour ouvrir leurs esprits [(sic)] et donner un autre regard à l'Afrique et à la diaspora aussi africaine. Donc, c'est ça éduquer, désinformer et ré-informer... »¹⁵⁹.

Brukmer.be nous a été présenté comme n'étant pas un « *media gourmand* » pour reprendre les termes de son responsable. C'est donc dire que *brukmer.be* n'a aucun objectif de rentabilité. En d'autres termes, *brukmer.be*, « *c'est une passion et de l'intégrité* ». Cependant, il serait judicieux

¹⁵⁸ Entretien avec Nel Tsopo Nziemi, rédacteur en chef de *brukmer.be*. Bruxelles, 1^{er} décembre 2013.

¹⁵⁹ Entretien avec Cyrille Ekwalla, rédacteur en chef de *njanguiexpress.com*. Montréal, 28 décembre 2013.

de notifier ici que l'équipe de *brukmer.be* a essayé pendant longtemps d'obtenir des financements, en vain, à en croire les propos de Nel. T. Nziem, son créateur :

« Pendant longtemps nous avons essayé de rentabiliser le site en vendant la publicité aux entreprises [...] pourraient être liée, soit à la diaspora, soit à l'Afrique. Ce qui a été une lourde tâche et qui nous a parfois éloignés de notre travail finalement, qui est d'écrire des articles. Donc la rentabilité d'un site d'information, niveau africain, nous en sommes arrivés à cette conclusion, et [...] en plus camerounais, n'est pas envisageable. Pour l'instant, nous nourrissons notre site grâce à nos apports personnels et à des bribes de publicité des personnes qui viennent vers nous. Donc nous, on n'a mis aucune démarche de prospections, de recherches de publicités d'annonceurs, non, on a fait aucune démarche. Ceux qui viennent, on les prend. Et évidemment, ça ne couvre pas les frais liés à notre fonctionnement. Donc voilà, financièrement, c'est ça, on est des bénévoles passionnés. »¹⁶⁰.

Brukmer.be travaille en collaboration avec deux sites web principaux. Le premier est *camer.be* et le second est *investigation*. Leur collaboration est plus effective au niveau de la diffusion des articles. Son promoteur nous a expliqué que :

« [...] qu'un article soit bien lu, il faut que cet article soit partagé par d'autres médias et c'est surtout à ce niveau-là qu'on collabore. Nous, on sélectionne des sites internet avec lesquels on collabore, c'est-à-dire, on fait des échanges d'informations. On leur envoie des articles qu'ils publient ; ils nous envoient les leurs, qu'on publie si on juge cohérents. Maintenant avec les sites camerounais, [...]a déjà eu trois partenariats mais c'est très limité, parce que [...] Nous [...] dans notre ligne éditoriale, on est prêt à beaucoup prendre moins d'eux ; vu [...] l'esprit dans lequel nous écrivons nos articles. »¹⁶¹.

A-7) Camerounlink.net

photographie 7: capture d'écran d'une page d'accueil de www.camerounlink.net

¹⁶⁰ Entretien avec Nel Tsopo Nziemi, rédacteur en chef de *brukmer.be*. Bruxelles, 1^{er} décembre 2013.

¹⁶¹ Entretien avec Nel Tsopo Nziemi *ibid.*



A-7-1) Description, naissance et évolution

Camerounlink a été créé en 2003 à Maryland aux Etats-Unis d'Amérique, son siège central, le Groupe CL Communications Networks est dû à l'initiative patriotique de jeunes Camerounais, spécialisés dans plusieurs secteurs de l'activité économique, installés au Cameroun et à l'étranger.

A-7-2) Composition des équipes de multimédias de rédaction

Dans le cadre de sa politique d'expansion, le groupe CL Communications Networks a procédé à l'ouverture de deux succursales : l'une dans l'Union Européenne, dont le siège social est à Mulheim en Allemagne et l'autre en Afrique, dont le siège social est à Douala au Cameroun.

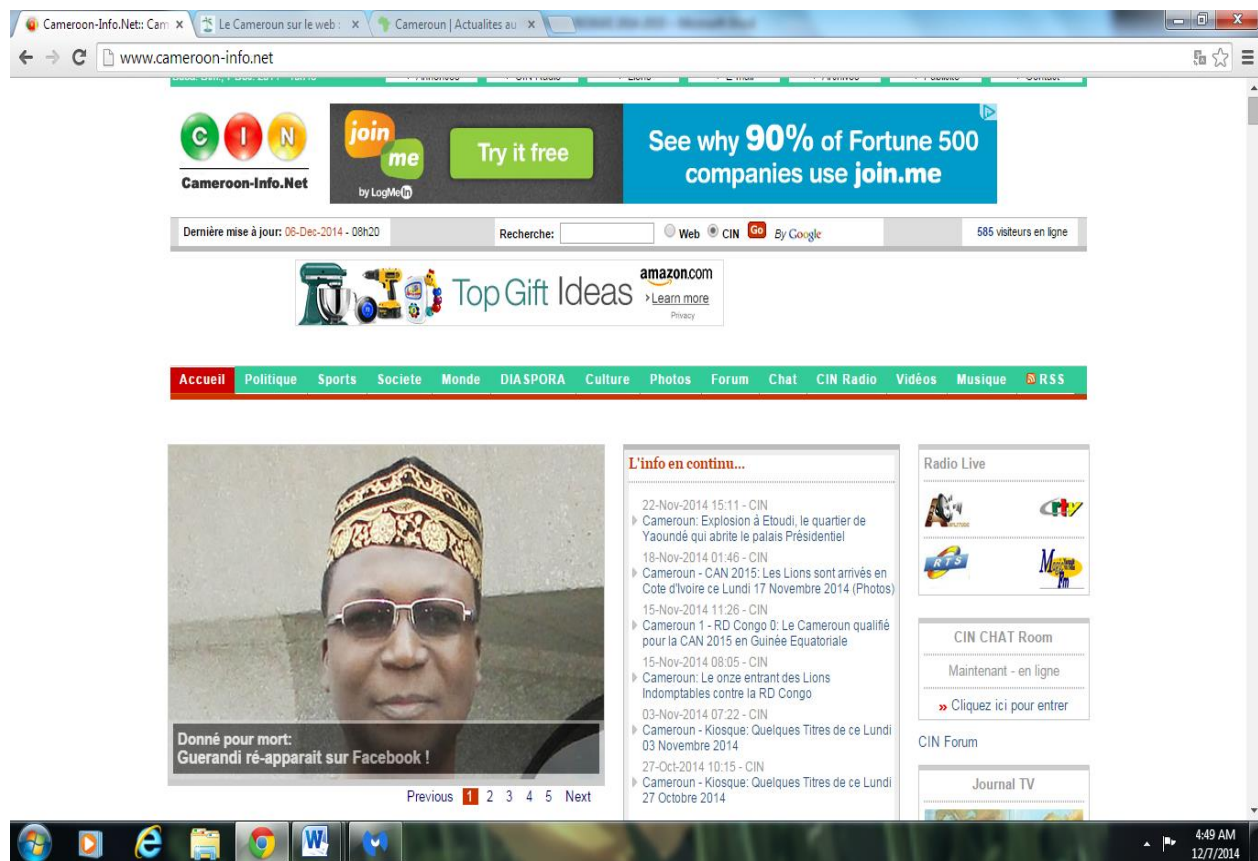
A-7-3) Ses objectifs, financements et partenariats

Conscients de l'irréversibilité de la mondialisation à travers les nouvelles technologies de l'Informatique et de la Communication, conscients des exigences sans cesse croissantes liées au développement et au processus démocratique du Cameroun, le groupe *CL Communications Networks*, à travers son option de transfert et de vulgarisation des avantages des technologies nouvelles, entend œuvrer pour l'initiation et le renforcement d'une plateforme dynamique, efficace et politiquement neutre, de communication participative pour le développement, ainsi que pour la promotion d'une image rentable du Cameroun.

Les activités du groupe *CL Communications Networks* œuvrent à bâtir un réseau de services sur la base des nouvelles technologies, des ingénieries appliquées, de la formation aux NTIC en Afrique, des consultations technologiques pour l'Administration publique, les Institutions internationales, les Communautés et les Entreprises.

A- 8) *Cameroon-info.net*

Photographie 8: capture d'écran d'une page d'accueil de www.cameroon-info.net



Pendant plus de trois années, nous avons essayé en vain d'avoir des entretiens avec les responsables de *Cameroon-info.net*. À cet effet, nous avons essayé autant que faire se peut de regrouper des informations de travaux précédents d'Antoine Wongo Ahanda¹⁶² sur le dit site.

Wongo Ahanda en arrive aux conclusions suivantes :

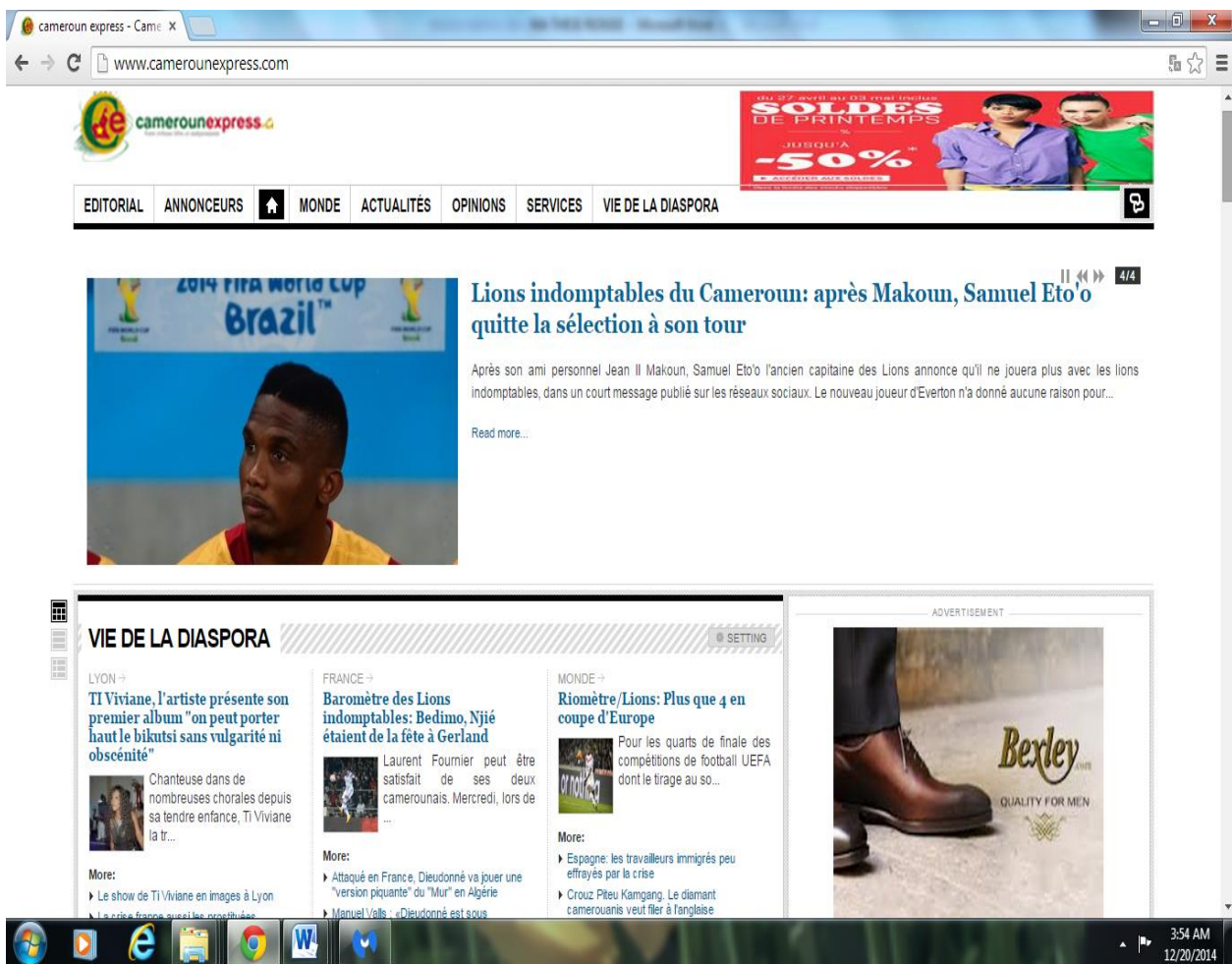
« Le site internet Cameroon-info.net est un exemple de site d'information généraliste, mis à la disposition des Camerounais vivant à l'étranger. En février 2009, il accueillait déjà à toute heure de la journée, une moyenne de 700 internautes ; ce qui faisait de lui à cette époque, et fait encore aujourd'hui de lui le site camerounais le plus visité de la toile. Le modèle éditorial et l'audience de Cameroon-info.net auprès de la diaspora nous ont donné l'opportunité d'étudier la question du rapport entre médias et transnationalisme politique camerounais (Wongo Ahanda, 2009). Notre objectif était de faire un état des lieux du rôle que joue la presse électronique dans le modèle démocratique camerounais et particulièrement dans la participation politique des Camerounais de l'étranger. L'analyse des discours produits en ligne nous a conduit cette fois à nous interroger sur le rôle que ce nouvel environnement social acquiert dans les pratiques politiques transnationales, particulièrement dans la volonté de participation politique des Camerounais de l'étranger et de changement politique au Cameroun. L'observation du transnationalisme des communautés émigrées, tel qu'il s'exprime sur les sites d'information, montre en effet que les transferts de comportements vont de pair avec les transferts politiques. Ces transferts vont dans deux sens : du pays d'accueil au pays d'origine et de « là-bas » à « ici ». Par leur liberté de ton et l'absence d'entraves à leur publication, des sites comme Cameroon-info.net ont contribué à faire disparaître les tabous qui pèsent au Cameroun sur plusieurs sujets sensibles, tels que la question du tribalisme, l'équilibre régional, l'écriture de l'histoire du Cameroun ou le problème ou le problème du nationalisme camerounais »¹⁶³.

A-9) camerounexpress.com

Photographie 9: capture d'écran d'une page d'accueil de <http://www.camerounexpress.com>

¹⁶² Wongo Ahanda, Antoine, « Le site Internet Cameroon-info.net : une expression du transnationalisme politique camerounais. Contribution à l'analyse des medias diasporiques », *Langue et communication*, n°7, novembre 2009, pp. 469 – 496.

¹⁶³Wongo Ahanda, Antoine, *Comment s'informent et communiquent les Camerounais de l'étranger? Communication et transnationalisme*, Paris, L'Harmattan « Études Africaines », 2014, pp.18-19.



Cameroun Express est un site d'information et de débats sur l'actualité (Cameroun et Monde). Il se positionne comme un site d'information de proximité en temps et en heure, alternatif, indépendant, libre et participatif. Ses responsables disent privilégier l'interactivité avec tous les passionnés de l'actualité. *Cameroun Express* entend associer la créativité de journalistes, experts, professionnels, passionnés, blogueurs et internautes. Son directeur de publication est Aimé Richard Lekoa et son webmaster Alex Foteu.

A-10) bonaberi.com

Photographie 10: capture d'écran d'une page d'accueil de www.bonaberi.com



Bonaberi¹⁶⁴.com est né en Octobre 2003 de la volonté de sept jeunes étudiants Camerounais résidant en région parisienne, regroupés au sein d'une association de loi française 1901, de participer à leur manière à dynamiser la vie collective camerounaise, en fédérant les forces vives de la diaspora autour de diverses initiatives citoyennes.

D'après ses responsables :

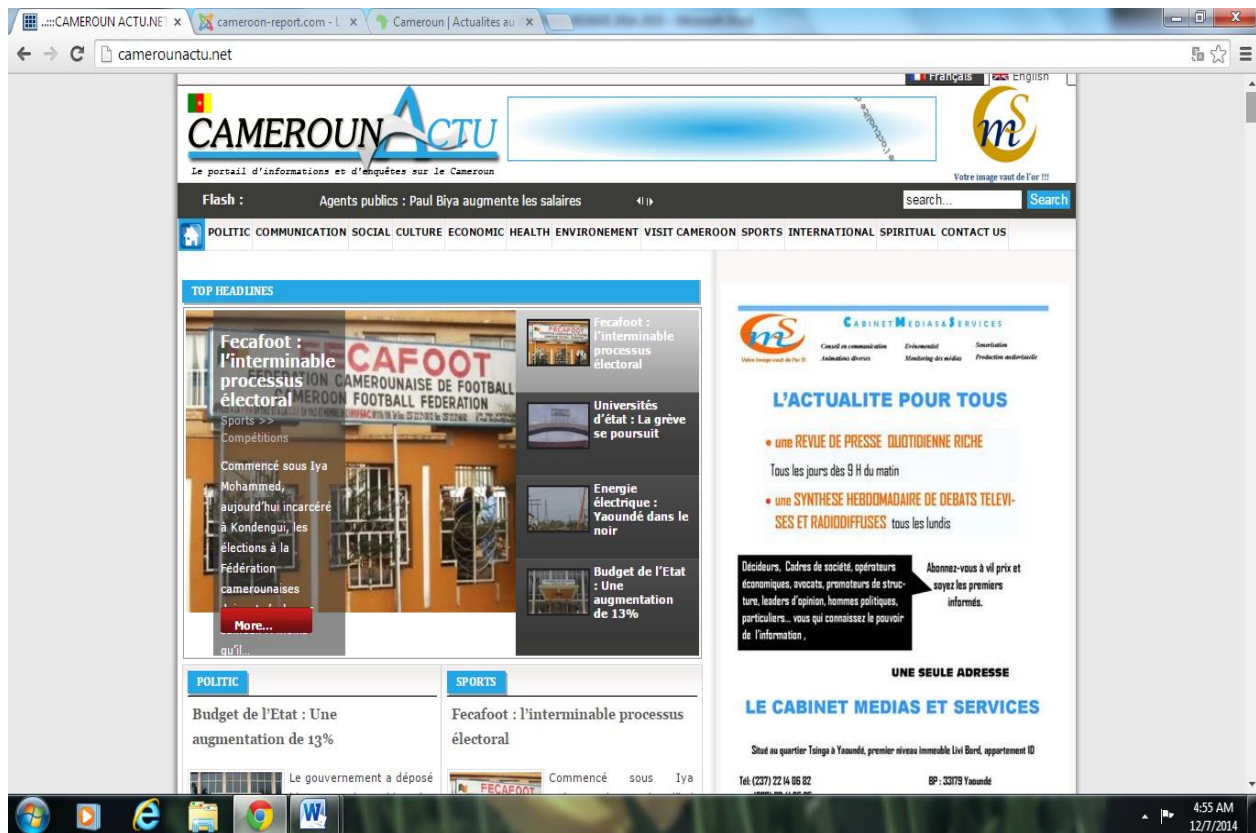
« En Décembre 2007, avec près de 5000 visites par jour, le site est devenu un acteur majeur d'informations et de partage de connaissances sur le paysage internet, en se faisant le relais d'un bon nombre de journaux en ligne et en

¹⁶⁴ Le nom, « Bonaberi », désigne le quartier dont sont originaires les fondateurs du site. Il se situe dans le littoral, plus précisément dans la ville de Douala, capitale économique du Cameroun.

développant éditorialement, de son propre chef, plusieurs thématiques liées à la vie politique, l'histoire, la culture et la littérature. En plus du travail d'informations, le site se veut aussi une plate-forme libre et citoyenne permettant aux jeunes, à travers un forum de discussion particulièrement populaire, de se retrouver, de se mobiliser, d'échanger, afin de créer un mouvement d'ensemble intellectuel et socio-humanitaire constructif pour le Cameroun. Par ce médium, ils [les promoteurs de bonabéri.com] ont voulu créer une dynamique conduisant chacun d'entre nous à considérer comme une priorité le fait d'œuvrer avec entrain, énergie et volontarisme pour le développement de notre pays, le Cameroun, et plus largement de l'Afrique. Et parce qu'ils croient au potentiel de la jeunesse camerounaise, ils ont souhaité tout mettre en œuvre pour permettre à la jeunesse de s'exprimer. »¹⁶⁵

A-11) camerounactu.net

Photographie 11: capture d'écran d'une page d'accueil de www.camerounactu.net

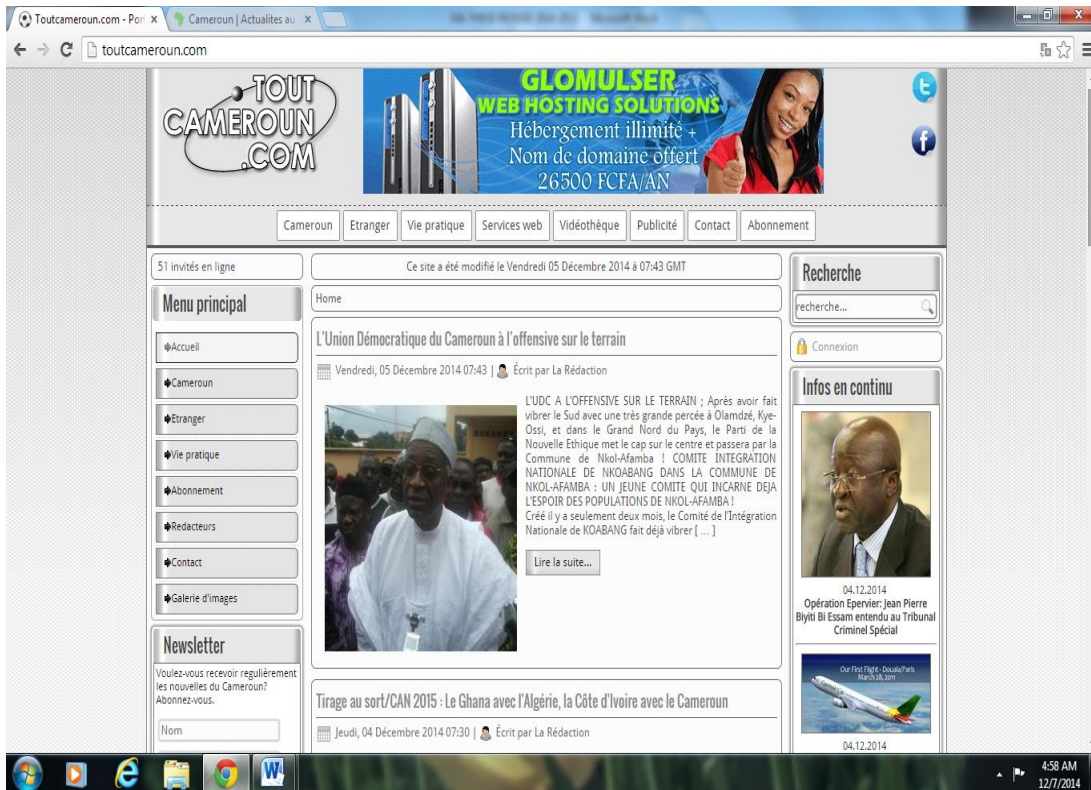


¹⁶⁵ Source : <http://www.bonaberi.com/quisommes.php>

camerounactu.net est une production de l'agence conseil en communication Cabinet Médias et Services (CMS). camerounactu.net se positionne comme un site d'information et d'enquêtes sur le Cameroun.

A-12) toutcameroun.com

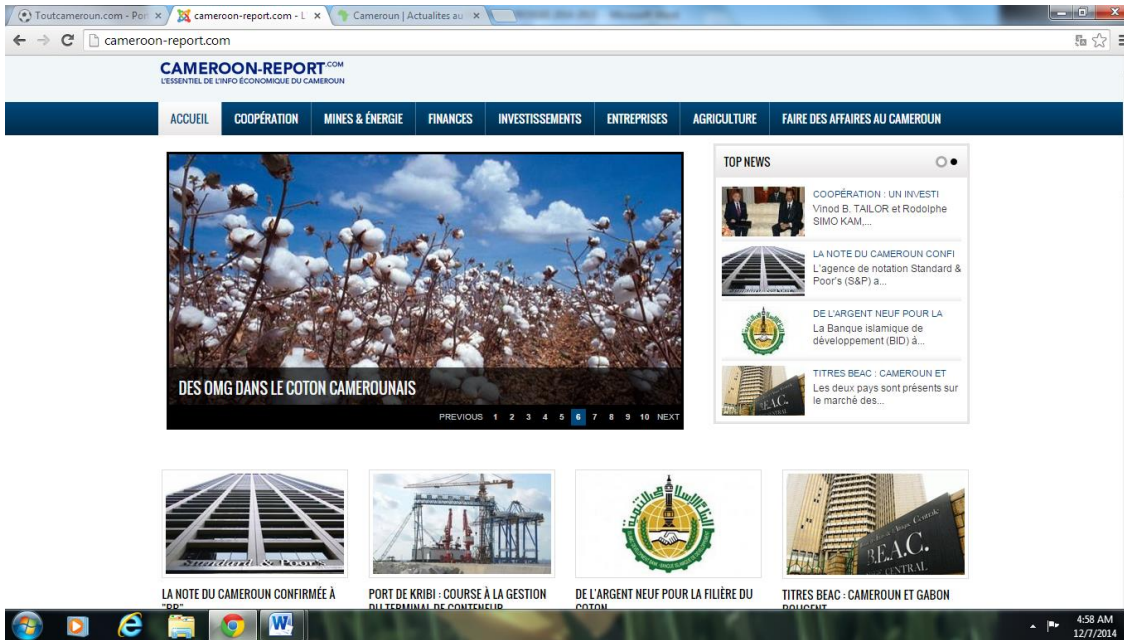
Photographie 12: capture d'écran d'une page d'accueil de <http://toutcameroun.com/>



Créé en 2006, toutcameroun.com est conçu par Glomulser webdesigner.

A-13) Cameroon-report.com

Photographie 13: capture d'écran d'une page d'accueil de www.cameroon-report.com



Cameroon-report.com est un site web d'actualité camerounaise mais aussi basé sur « l'essentiel de l'information économique au Cameroun » .

A-14) Africapresse.com

Photographie 14: capture d'écran d'une page d'accueil de www.africapresse.com



Africapresse.com a été lancé en décembre 2008. *AfricaPresse.com* est un des sites camerounais d'actualités et d'informations, générant plus de 1.3 millions de visites et près de 11 millions de pages vues par mois.

Son objectif, d'après ses responsables, est double, à savoir : relier le Cameroun et l'Afrique au reste du monde, tout en établissant un moyen de communication simple et efficace sur internet et ainsi promouvoir la diversité culturelle du continent. Sensibiliser les Camerounais et les Africains pour une prise de conscience de l'importance de l'internet et des nouvelles technologies.

A-15) *camernews.com*

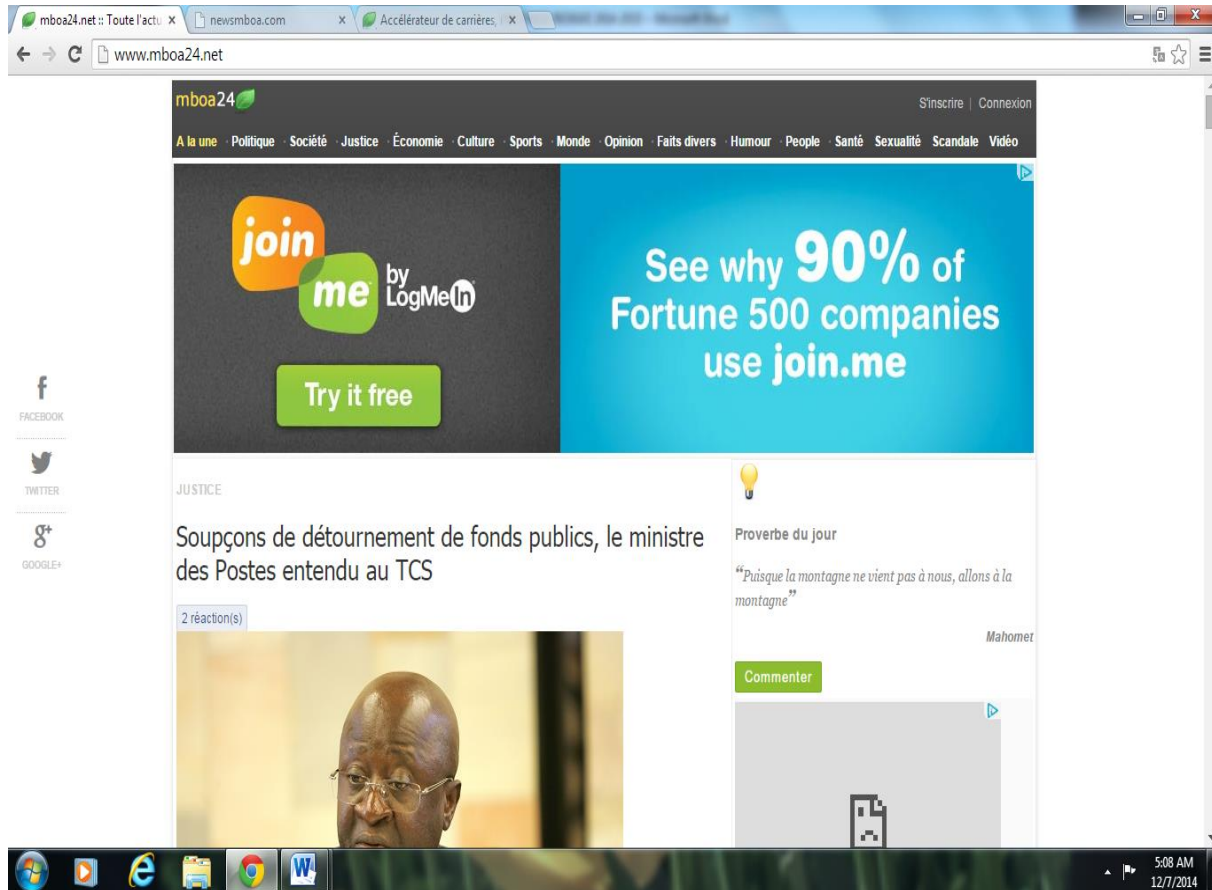
Photographie 15: capture d'écran d'une page d'accueil de www.camernews.com



Camernews se propose de présenter « *le Cameroun sous un autre œil* » .

A-16) mboa24.net

Photographie 16: capture d'écran d'une page d'accueil de www.camernews.com



P.S. site suspendu depuis le 02 février 2014.

A-17) news.mboa.info

Photographie 17: capture d'écran d'une page d'accueil de www.news.mboa.info/



A-18) *mboapages.com*

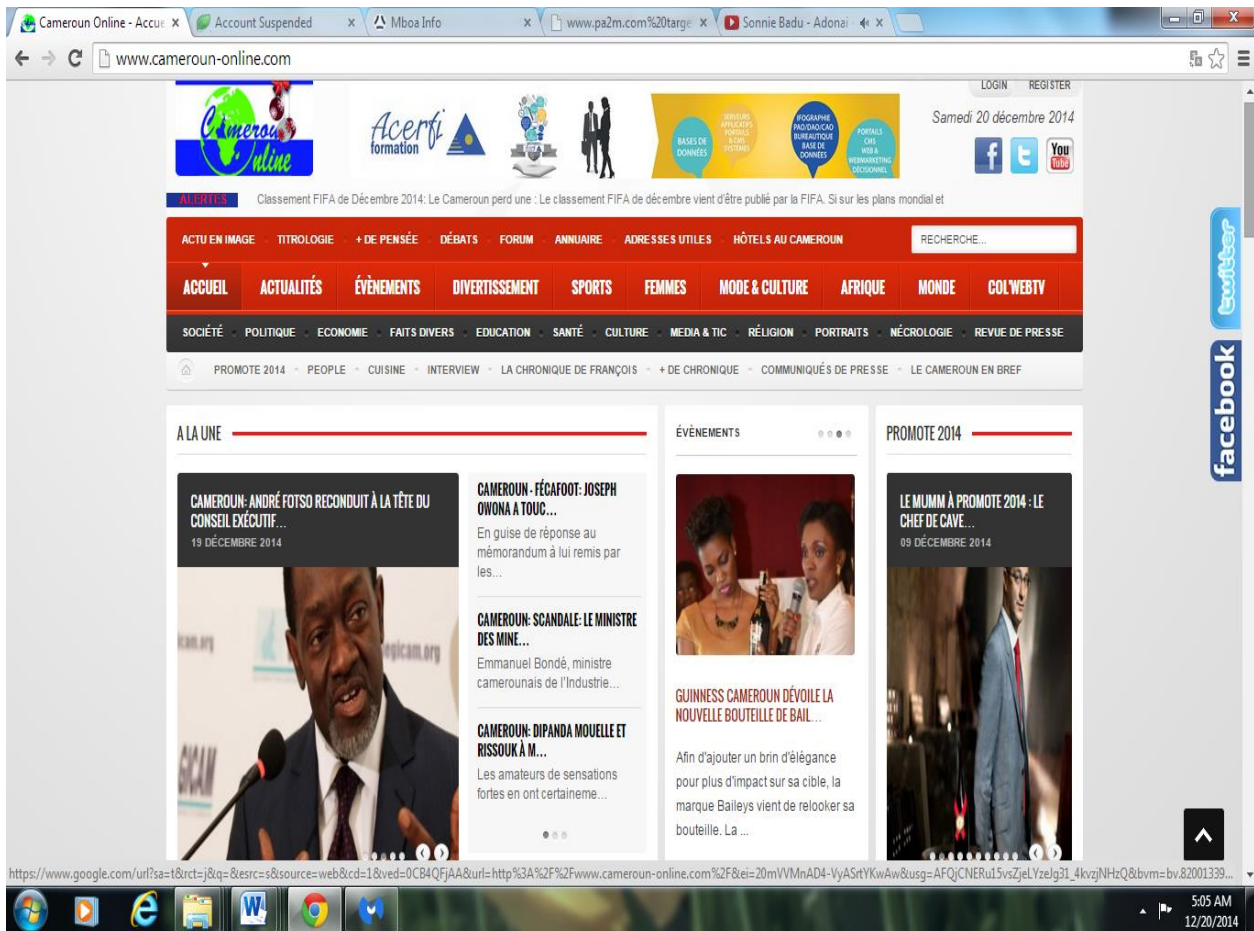
Photographie 18: capture d'écran d'une page d'accueil de www.mboapages.com



Site web suspendu

A-19) Cameroun-online.com

photographie 19: capture d'écran d'une page d'accueil de www.cameroun-online.com



Cameroun-online.com est un site internet a été créé par la société TWMicronics et a pour rédacteur en Chef Ruth BOYOM,

A-20) Camnews24.net

photographie 20: capture d'écran d'une page d'accueil de *camnews24.net*



Camnews24.net est un site sur toute l'actualité au Cameroun, en Afrique et à l'international. *Camnews24.net* est une production du Groupe *Fadil* ¹⁶⁶.

¹⁶⁶ Un important empire d'industries au Cameroun, des domaines extrêmement diversifiés : savonnerie - hôtellerie – l'agro-alimentaire – élevage bovin – communication. Le Groupe *Fadil* compte plusieurs sociétés parmi lesquelles CCC, SNC, le Méridien, SELCAM, SIFI, SCICAM, LANGON BLEU, SOGEDEL, CAIC, SICT, EMG...

A-21) camerpost.com

Photographie 21: capture d'écran d'une page d'accueil de www.camerpost.com



A-21-1) Description, naissance et évolution

Camerpost.com est un site édité par la société V. *LINK Sarl*. L'idée de création en revient à Max Owono. Informaticien de formation, celui-ci a souhaité mettre en valeur ses connaissances dans le domaine. Pour cela, il s'est entouré d'une équipe de jeunes journalistes diplômés des grandes écoles camerounaises et étrangères. Ces jeunes constituent l'équipe rédactionnelle. Ils sont répartis dans diverses villes du pays. Le site a été lancé en mars 2013.

A-21-2) Compositions des équipes de multimédias de rédaction

Son équipe de travail est donc composée de Camerounais, ressortissant pour la grande majorité de l'ESSTIC (l'École Supérieure des Sciences et Techniques de l'information et de la Communication), en les personnes de Robert Djingui, Olivier Ndema Epo, Jeanne Ngo Nlend, Patrick Fouda, Achille Nayé et Frank W. Batchou Tchoumba¹⁶⁷.

A-21-3) Ses objectifs, financements et partenariats

L'objectif initial de *camerpost.com* était de donner aux Camerounais de la diaspora des informations sûres et vérifiées, traitées par des professionnels. Un site qui ferait « *la part belle à l'information* », en restant le plus proche possible des faits.

Robert Ndjingui, membre de *camerpost.com*, affirme que :

*« Le site www.camerpost.com se veut unique dans ce sens qu'il offre à la fois un visuel agréable et accompagne les articles des illustrations vérifiées. Cela confirme le caractère vrai et confirmé de ses informations. La ligne éditoriale est simple et se résume en quelques mots : « le plus proche possible des faits ». C'est la raison pour laquelle contrairement aux autres sites, nous ne faisons quasiment pas de commentaires. L'objectif est de laisser le lecteur se faire sa propre idée d'une information. »*¹⁶⁸

Camerpost.com est un média commercial qui offre des espaces publicitaires. Cependant, il n'est pas économiquement rentable. Mais son équipe rédactionnelle pense que « *ce genre d'initiative devient rentable sur le long terme et sur la notoriété et la qualité du travail* », c'est pourquoi aujourd'hui, une grande partie des charges financières sont assurées sur fonds propres par le Directeur Général.

Camerpost.com entretient des partenariats avec les agences de presse, l'Agence Française de Presse et l'Agence Africaine de Presse. *Camerpost.com* collabore sur la base d'accords avec des organes de presse écrite camerounais : *le Messenger*, *le Jour*, *Mutations*...

¹⁶⁷ Ce dernier, par contre, est un journaliste formé par l'université de Douala. Il a été distingué par l'Ong *Africa Foundation Awards* comme meilleur blogueur camerounais de l'année 2012. Il est également membre du bureau de l'Association des journalistes culturels du Cameroun (Camac – Cameroon Arts Critics).

¹⁶⁸ Entretien avec Robert Djingui, membre de l'équipe rédactionnelle de *camerpost.com*. Yaoundé, 4 février 2015.

Conclusion :

Le début des années 2000 marque l'émergence des sites d'informations générales à la suite d'une presse en ligne camerounaise. Il s'agit très souvent de projets de particuliers, résidant en grande partie hors du Cameroun. Tandis que d'autres mettent sur pied des sites pour répondre à des besoins informationnels des diasporas camerounaises sur la vie socio-politique et économique de leur « mère patrie », d'autres encore manifestent leur volonté de dénoncer les maux qui minent la société camerounaise et par-là même de s'insurger contre les manquements dans la gestion du pouvoir en place. Certains de ces sites à l'instar de *camer.be* prétendent rompre avec l'ancien système de l'information du politiquement correcte qui craignait toute répression étatique, et disent être prêt à diffuser toute information, quelles qu'en soient les représailles. La multiplication de ces sites web camerounais d'informations générales surviennent toutes fois dans un contexte de libéralisme, de mondialisation, favorable à la liberté d'expression.

Au 8 février 2015, nous en dénombrons une vingtaine de sites. Les sites web camerounais d'informations générales, véritables agrégateurs de contenus, viennent souvent à reprendre les contenus de la presse quotidienne, même s'il est vrai qu'elles prennent aussi sur eux de traiter des informations dont la source leur est propre. Aussi, pour mieux comprendre dans quel contexte ces sites se meuvent, il nous a paru opérant dans le cadre de cette étude d'analyser leurs composantes, leurs acteurs et fonctionnement en chapitre trois.

CHAPITRE 3 : APPROCHE ANALYTIQUE DES SITES WEB CAMEROUNAIS D'INFORMATIONS GENERALES : COMPOSANTES, ACTEURS, FONCTIONNEMENTS.

Ce chapitre a pour objectif de ressortir les perceptions que les publics ont des sites web camerounais d'informations générales. C'est pourquoi, nous nous intéressons premièrement aux stratégies communicationnelles telles l'identification visuelle, l'identité éditoriale qui permettront de faire ressortir les motivations « intrinsèques » qui ont conduit à ces sites. Deuxièmement, par un « débrouillage » conceptuel¹⁶⁹, nous essayons de rendre opérant les concepts de sites web d'informations générales et de diasporas. A cet effet, nous nous servons en partie des données des deux questionnaires : celui administré aux promoteurs et celui administrés aux internautes. Les données dont nous nous servons¹⁷⁰.

Depuis les années 2000, les sites web d'informations générales gagnent du terrain dans le champ médiatique camerounais. Au 17 février 2014, nous en comptons vingt-et-un, qui essaient chacun de se différencier tant bien que mal les uns des autres. Dans quels contextes et logiques ces sites d'informations ont-ils eu à émerger ? Quelles sont leurs caractéristiques ? Comment fonctionnent-ils ? Qui en sont les promoteurs ? C'est donc autour des questions ainsi posées que nous structurerons notre troisième chapitre.

Cependant, dans le cadre de ce troisième chapitre, pour un souci d'efficience et de temps, nous avons choisi de travailler uniquement neuf des vingt-et-un des sites d'informations générales

¹⁶⁹ Nous partons du principe que « *la méthode sociologique considère les faits sociaux comme des choses dont la nature, si souple, si malléable qu'elle soit, n'est surtout pas modifiable à volonté* » (Durkheim, 1894, pp. 7-8). D'après Durkheim, *Les faits sociaux*, devraient être traités comme des choses. Est choses « tout ce que l'esprit ne peut arriver à comprendre à condition de sortir de lui-même, par voies d'observation et d'expérimentation, en passant progressivement des caractères les plus extérieurs et les plus immédiatement accessibles aux au moins visibles et moins profonds ». Autrement dit, traiter des faits comme des choses c'est observer vus à vis d'eux une certaine attitude mentale . C'est en aborder l'étude en prenant pour principe qu'on ignore absolument ce qu'ils sont, et que leurs propriétés caractéristiques, comme les causes inconnues dont elles dépendent, ne peuvent être découvertes par l'introspection même la plus attentive. E. Durkheim, Emile, *Les Règles de la méthode sociologique* (1894), Paris, Payot, coll. "Petite Bibliothèque Payot", 2009. Source : http://classiques.uqac.ca/classiques/Durkheim_emile/regles_methode/durkheim_regles_methode.pdf

¹⁷⁰Nous y reviendrons dans la deuxième partie de ce travail

présentés en chapitre deux. Le choix de ces sites s'est effectué en deux temps. Dans un premier temps, nous avons travaillé avec les sites dont les promoteurs ont bien voulu participer à nos différentes interviews (soit sept, en l'occurrence : *camer.be*, *brukmer.be*, *cameroun24.net*, *journalducameroun.com*, *237online.com*, *njanguipress.com*, *camerpost.com*). Le choix des deux autres s'est effectué en termes de notoriété (*cameroon-info.net* est le tout premier site web camerounais créé), *camerounlink.net* (créé par des Camerounais aux USA).

A) L'identification visuelle des sites web étudiés : le nom, le logo, la signature, le code couleurs

***Généralités sur la notion d'identité visuelle¹⁷¹**

D'après Balmer et Van Riel, la notion d'identité visuelle découlerait du paradigme du design graphique. En 1997, John Balmer et Cees Van Riel ¹⁷² présentent *le paradigme du design graphique*, qui régit l'identité visuelle. Ils affirment que “*the use of graphic design by organisation in an atemp to influence perception of their publics, ie articulating in graphic form the corporate mission and philosophy cultural values, giving consistency to corporate communication and making the organization appears to be fashionable* ¹⁷³”.

Les auteurs présentent ainsi donc dans cet article les bénéfices que toute organisation peut tirer d'une bonne application de son identité visuelle. Balmer et Van Riel nous font comprendre que les premières études américaines avaient pour visée de maintenir la cohérence visuelle dans la communication d'entreprise. Les auteurs ont mis en évidence les bénéfices qu'une entreprise pouvait en tirer en termes de visibilité, de notoriété, d'adoption d'une charte graphique. C'est ainsi que les praticiens de la communication accordèrent une grande importance à l'identité visuelle : en Amérique du Nord, Selame and Selame (1975),

¹⁷¹ Heuchou Nana, Manuella, *Analyse du système d'identification visuelle des PME de la ville Douala*, mémoire de master, Université de Douala, 2009, pp. 3-4

¹⁷² Van Riel, Cees, Balmer, John M.T., «Corporate identity, the concept, it's meazurement and management», *European journal of marketing*, vol 31.N° 5/6 .MCB Universtity Press, pp. 340-355, <http://www.metro-as.no/Artikler/44Corporateidentity.pdf>

¹⁷³ Notre traduction : « *l'utilisation du design graphique par une organisation est une tentative pour influencer la perception des publics. c'est-à-dire c'est articuler dans des formes graphiques les missions, la philosophie et les valeurs culturelles d'une institution, c'est donner de la consistance à la communication institutionnelle et mettre à la mode l'organisation* ».

Marguliers (1975), Carter (1992) ; au Royaume Uni, (Olins (1978) , Berstein (1986) , Jackson (1987), Ind (1990), Pidditch (1970) ; en Allemagne (Birkight, Standler (1980), Dutch Blauw (1989)); enfin, en France Hebert (1987)¹⁷⁴. *Le paradigme du design graphique* consiste donc à mettre en exergue le maintien d'une cohérence visuelle dans la communication d'entreprise, mieux, les bénéfices qu'une entreprise peut tirer en termes de lisibilité et de notoriété, de l'adoption d'une charte graphique. Encore connue sous la dénomination de « système d'identification visuelle »¹⁷⁵, l'identité visuelle représente « la personnalité visuelle de l'entreprise, résultant de l'ensemble des expressions visuelles de sa raison sociale ou de ses marques »¹⁷⁶.

Les composantes d'une identité visuelle sont :

- Le nom, car “ *Comme pour une personne, le nom d'une entreprise ou d'une marque est la première composante de son identité*”. Il existe divers types de noms. Ils peuvent être des patronymes, des noms de personnages ou fonctions, d'animaux, d'associations (formées par les syllabes issues de mots différents), des noms sans signification particulière, des chiffres, des noms descriptifs, des sigles, des noms géographiques...
- Le logotype¹⁷⁷, qui est l'élément central d'une l'identité visuelle. Le logotype ou logo : du grec “*logos*” qui signifie discours et de l'anglais “*type*” qui renvoie à la typographie. Le logo est le symbole formé d'un ensemble de signes graphiques.
- Un système de couleurs personnalisé

¹⁷⁴ Marguet, Anne-Camille, *L'identité d'entreprise : revue de la littérature*, mémoire de Master en Sciences politiques, Université Robert Schuman Strasbourg Sciences, Strasbourg, 2008, 105 pages.

¹⁷⁵ Westphalen, Marie-Hélène, *Communicator : le guide de la communication d'entreprise*, Paris, Dunod, 2004, p 251

¹⁷⁶ Westphalen, Marie-Hélène, Op. cit p. 251.






¹⁷⁷ L'origine des logos remonte au XIX^e siècle, quand les manufactures industrielles deviennent importantes ; les nouvelles méthodes de production autorisent une finition beaucoup plus homogène que les anciens produits réalisés à la main. Ces produits étant distribués dans des zones géographiques plus vastes, elles font face à la vive concurrence existante, à l'offre supérieure pour des produits de même sorte d'un côté et au taux élevé d'illettrés d'un autre côté. Les industriels constatent avec désagrément que les publics n'arrivent pas à différencier leurs produits de ceux des concurrents ; ce qui amène donc conduit les fabricants à insérer un symbole, un signe ou un emblème sur leurs produits et emballages afin que les acheteurs puissent reconnaître aisément les produits qu'ils désirent. Par la suite, ces fabricants ajoutent le nom de la compagnie ou du produit.





- Un code graphique uniforme, étant donné chaque logo a sa propre typographie et sa manière d'utiliser l'espace. Par typographie, nous entendons "*l'art de créer des caractères d'imprimerie et de les assembler pour former un texte.*" ¹⁷⁸

Pour cette section première section de ce troisième chapitre, nous nous consacrerons donc à la présentation des différentes identifications visuelles des sites web suivants : *camer.be*, *njanguipress.com*, *journalduameroun.com*, *237online.com*, *brukmer.be*, *cameroun24.net*, *cameroon-info.net*, *camerpost.com*...- qui exercent dans le secteur informationnel.

¹⁷⁸ Cadet, Christiane, Charles, René, Galus, Jean-Luc. *La communication par l'image*. Paris : Nathan, 1993, p. 100.

Tableau 1: Tableau du système d'identification visuelle des sites web camerounais d'informations générales étudiés.

Nom des sites web étudiés	Logotype	Signature	Choix chromatiques
<i>Camer.be</i>			Vert, gris (clair et foncé)
<i>Journalducameroun.com</i>		Le Cameroun dans le web	Vert, rouge, jaune, marron
<i>Brukmer.be</i>		Le regard du Sud	Orange, marron, jaune, rouge, noir
<i>Njanguipress.com</i>		Le débat camerounais	Blanc, gris (foncé)
<i>237online.com</i>		" Ne cherchez plus l'information elle s'invite à vous sur 237online.com"	Blanc, noir

Cameroun24.net			Vert, jaune
Cameroon-info.net		Le portail camerounais	Vert, rouge, jaune, blanc
Camerounlink.net		Le plus grand portail web du Cameroun	Bleu, rouge
Camerpost.com			Rouge, noir

N.B. Pour toutes informations relatives aux choix et créations de chacune de ces identités visuelles, et par souci d'éviter toute dispersion de notre objet, nous les renvoyons en annexes (cf. annexe 2 relative à la retranscription des entretiens avec chacun des responsables des sites web étudiés).

B) Portrait de l'identité éditoriale des sites étudiés : format, contenus, interactions, types d'identités énonciatives, discours tenus ?

Cette sous-section prend ancrage avec les travaux de Roselyne Rigoot ¹⁷⁹. En effet, dans cet ouvrage, l'auteure nous présente une approche double. Cette dernière consiste d'une part, à relier les productions journalistiques aux discours qui les rendent possible, d'autre part, à interroger les mécanismes discursifs qui devraient être pris en compte du point de vue de deux

¹⁷⁹ Ringoot, Roselyne, *Analyser le discours de presse*, Paris, Armand colin, « I.com », 2014, 218p

ordres : soit les discours des journaux, soit les discours qui encadrent la production de l'information et le fonctionnement professionnel. Ceci étant, elle pose comme fil conducteur de cet ouvrage "les identités discursives : identité éditoriale du journal, normes de l'écriture journalistique, genres journalistiques, interdiscours, genre de journalisme, type de récit, discours professionnel"¹⁸⁰.

Le tableau ci-dessous, applicable à la presse numérique, pourrait être adapté dans notre cas, qui porte sur les publications sur des sites web d'informations générales. C'est pourquoi nous utiliserons pour chacun des neuf sites web camerounais étudiés, afin d'en dresser des portraits respectifs de leur identité éditoriale.

Tableau 2. Principaux éléments constitutifs d'une identité éditoriale¹⁸¹.

Source. Roselyne Ringoot dans *Analyser le discours de presse*, p. 204

Principaux éléments constitutifs des identités éditoriales à prendre à compte	
Support	Numérique
Le nom	Effets identitaires du nom et logo
Le format	Pure player / Bi-médias
Modèle économique	Gratuit / Payant / Mixte
Ancienneté	Dates de création, évolution du site, applications
La périodicité/temporalité	Fil d'actualité / Temps réel Actualisation des contenus
Cadre socio-géographique	National / Régional / Ville / Quartiers
Slogan éditorial	« Qui sommes-nous ? »
Pagination / Navigation	Arborescence ¹⁸² , hyperliens ¹⁸³ , portails

¹⁸⁰ Ringoot, Roselyne. Op.cit, p 4.

¹⁸¹ Dans son ouvrage *Analyser le discours de presse*, Roselyne Ringoot propose une analyse discursive du journalisme qui s'inscrit dans un champ d'études où se croiseraient plusieurs disciplines. Aussi, en conclusion à cet ouvrage propose-t-elle le tableau ci-dessus synthétisant les principaux éléments à prendre en compte pour établir une fiche d'identité des journaux ou pour mener une analyse plus approfondies des identités éditoriales.

¹⁸² L'arborescence représente la structure de contenu d'un site web. Il a été pensé pour l'utilisateur car l'aide à trouver ce qu'il veut chercher. L'arborescence est "un des livrables de l'architecture de l'information. Elle sous-tend les menu de navigation, organise les rubriques et sous-rubriques, classe les contenus et les ordonne tant horizontalement que verticalement. Elle insuffle, ce faisant, la dynamique de navigation". (Canivet, Hardy,

La Une ¹⁸⁴	Mise en scène du nom /logo Barres de menus Mise en scène l'événement Fil d'actualité Typologie des autres éléments Hiérarchisation par le déroulé
Les titres	Style incitatif / informative
Les rubriques	Fixes / Ponctuelles / Mixte
La page	Gestion de la surface écran Blocs énonciatifs
Les genres journalistiques	Idem + Genres ¹⁸⁵ discursifs spécifiques
L'iconographie	Photo, Dessin, Infographie Habillage graphique, Visuels interactifs
Les signatures	Journalistes, collaborateurs, rédaction, agences, mises en scène particulières
Le discours rapport	Dispositif de citation des sources, liens
L'interactivité	Dispositifs d'interactivité, commentaires, blogs, réseaux sociaux, coopération de l'internaute

2012, p. 85. Carnivet, Isabelle, Hardy, Jean-Marc, *La stratégie de contenu en pratique : 30 outils passés au crible*, coll. « design web », Paris, Eyrolles, 2012, 156 pages.

¹⁸³ D'après le Larousse, l'hyperlien est un lien associé à un élément d'un document hypertexte, qui pointe vers un autre élément textuel ou multimédia. Source :

<http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/Lien%20associ%C3%A9%20un%20%C3%A9l%C3%A9ment%20d'un>

¹⁸⁴ Pour Ringoot, « *la Une génère l'impératif d'évènement* », elle est un totem du journal, totem de l'évènement et conditionne à cet égard l'élaboration des corpus voués à son analyse.

¹⁸⁵ Ringoot nous explique qu'il est communément admis dans les manuels et/ou guides rédigés par les journalistes que "les genres définissent à la fois des manières de faire et des raisons d'être. L'explication des genres porte sur les types de rapports aux sources, sur la relation au lecteur, sur les formes textuelles, sur le style d'écriture. Il s'agit d'un discours réflexif sur la profession qui revendique des savoir-faire spécifiques, et par là veut différencier le journalisme d'autres pratiques discursives (Ringot, Utard, 2005)... quels que soient les auteurs le genre est défini dans la double logique de permanence et de transformation, ou d'ouverture de clôture (Adam, 1997)" (Ringoot, 2014, p 95).

Quant à l'identité discursive du journalisme, Ringoot pense qu'il existe deux types de logiques bipolaires des discours de presse : d'un côté, les genres dans lesquels l'information est produite à partir d'observation et/ou d'entretien ; d'un autre côté il y'aurait des genres dans lesquels l'information est produite à partir d'autres informations. Cependant, Ringoot en vient elle-même partant du principe que « *les genres journalistiques ne sont ni stables, ni univoques, mais cristallisent des intentions et des mises en scène énonciatives autour de grandes dominantes* », à retenir *le vécu, la révélation, le point de vue, la neutralité*. (Ringoot, 2014, p. 98)

Parler de *mise en scène de l'évènement* reviendrait ici à voir comment est présentée la construction des problèmes publics, tout en démontrant comment les « *les faits sociaux accèdent ou non à la visibilité médiatique (Neveu, 1999)* ». Ce courant inviterait donc à prendre en compte les différents acteurs impliqués dans la construction de l'évènement, aspect également abordé par les sociologues Harvey Molotch et Marilyn Lester (Ringoot, 2014, p. 78). Dans le cas d'espèce de cette étude, nous nous intéressons à voir quels types d'informations sont traités dans les sites web camerounais ? Et à quelle fréquence, selon quelle périodicité ? Quelles valeurs leur attribue-t-on ?

Notons ici, que nous adopterons donc les typologies d'évènements dressés par Harvey Molotch et Marilyn Lester. En effet, ces deux auteurs ont abouti à la conclusion selon laquelle : « *les médias ne reflètent pas "un monde extérieur" mais les pratiques de ceux qui ont le pouvoir de conditionner l'expérience des autres* » (Molotch et Lester, 1997, p 38). En se référant aux recherches sur la sociologie du journalisme, ils usent de la combinaison pairs/ sources/ public pour aboutir à la prise en compte de trois types d'acteurs dans l'évènement soient : les « promoteurs » d'évènement, les « assembleurs » (journalistes) et les « consommateurs ». Ce qui va donc leur permettre de déboucher sur *une typologie d'évènements publics*, qu'ils classifient en :

- les *évènements de routine* (c'est-à-dire des évènements ayant un caractère banalisé étant donné que la routine renvoie au fonctionnement habituel et aux tâches professionnelles récurrentes. On peut y retrouver comme exemple la conférence de presse),

- les *accidents* (ils échappent à l'intentionnalité qui caractérisent *les évènements de routine* et se définissent au contraire par l'imprévisible surgissement d'un fait. Cependant, comme a eu à le démontrer Eliséo Véron dès 1981, ce fait peut tout de même être soumis « *soumis à des mécanismes informatifs, qui passée la soudaineté de l'annonce, contribue à restituer, expliquer, commenter* ».),

- les *scandales* (cette catégorie partage avec celle des *accidents* la caractéristique d'échapper – partiellement – aux routines des interactions discursives préétablies entre les journalistes et les acteurs dotés d'autorité sociale. Les révélations, fuites et/ou les témoignages pouvant constituer cette catégorie, portent sur des acteurs sociaux dominants, mais sans que ceux-ci ne soient à l'origine. Cette typologie est donc orientée sur le rôle des « promoteurs » d'évènements et présente

« l'avantage de mettre en exergue les préconstruits, en insistant sur l'intentionnalité des protagonistes, sur les cadres d'interactions discursives et sur la position sociale des acteurs conditionnant la validité des discours. Elle s'inscrit dans une approche qui veut éviter le « médiacentrisme » en rapportant l'évènement à une construction sociale qui ne se limite pas à l'action des journalistes » (Ringoot, 2014, pp. 80-82).

Pour Charaudeau, les titres assumeraient « la fonction épiphanique » (Charaudeau, 1983, 1997), c'est-à-dire l'annonce de l'évènement. Autrement dit, le titre d'information configurerait l'évènement, tel un micro-récit pour reprendre l'explication de Ringoot. Charaudeau s'inscrirait donc dans une approche pour laquelle, la construction de l'évènement se ferait par des mots. Par conséquent Ringoot argue que, étudier l'évènement à partir des titres d'informations serait non négligeable dans la mesure où le titre cumulerait des enjeux énonciatifs importants (en tant que garant de l'identité éditoriale du journal et en tant que condensé de l'évènement) et parce que les titres faciliteraient une approche qualitative de l'évènement en cas de profusion de l'information. (Ringoot, 2014, pp. 78 – 79). En somme,

« les titres d'information sont d'une importance capitale ; car non seulement, ils annoncent la nouvelle (« la fonction épiphanique »), non seulement ils conduisent à l'article (« fonction guide »), mais encore, ils résument, ils condensent, voir ils figent la nouvelle au point de devenir l'essentiel de l'information. Le titre acquiert donc un statut autonome ; il devient un texte à soi seul, un texte qui est livré au regard des lecteurs (et à l'écoute des auditeurs) comme tenant le rôle principal sur la scène d'information ». Charaudeau, 1983, p. 102)

B-1) Portrait de l'identité éditoriale des sites web camerounais d'informations générales

Tableau 3. Analyse de l'identité éditoriale de *camer.be*

<i>Camer.be</i>	
Support	Numérique
Le nom	Effets identitaires du nom et logo : assez connu du public interviewé, <i>camer.be</i> est référencé comme un site camerounais d'information émettant depuis la Belgique. D'ailleurs les choix du code couleur de son logo s'est fait par ses publics.
Le format	Pure player
Modèle économique	Gratuit

Ancienneté	<p>Date de création : 2005</p> <p>Evolution du site : les émeutes de février 2008 au Cameroun ont boosté à l'augmentation de taux d'audience de <i>camer.be</i></p> <p>Applications : <i>camer.be</i> est disponible sur ordinateur, téléphone, tablette</p>
La périodicité/ la temporalité	L'Actualisation des contenus est quotidienne
Cadre socio- géographique	National et international
Slogan editorial	Le portail camerounais
Pagination / Navigation	<p>Arborescence : <i>Cameroon-info.net</i> se structure en six rubriques (accueil, politique, sports, société, monde, diaspora, culture, photos, forum, chat, CIN radio, vidéos, musiques. De plus, la navigation sur <i>cameroon-info.net</i> est double à savoir : horizontale et verticale.</p> <p>Police d'écriture utilisée: Arial, taille d'écriture: 10</p> <p>Hyperliens : <i>camer-sport.be</i>, liens vers les radios locales camerounaises</p>
La Une	<p>Mise en scène du nom /logo : à l'extrême gauche de la page d'accueil du site</p> <p>Barres de menus : rubriques, flux RSS, lien de partage sur réseaux sociaux</p> <p>Mise en scène l'événement : les <i>scandales</i> et les <i>évènements de routine</i> sont les plus mis en vue.</p> <p>Fil d'actualité : publication quotidienne</p>
Les titres	Style incitatif
Les rubriques	Fixes
La page	Utilisation majoritaire de blocs énonciatifs sur les surfaces d'écran
Les genres journalistiques	Sur <i>camer.be</i> , les genres journalistiques oscillent entre : <i>la révélation, le point de vue,</i>
L'iconographie	Présence de photos illustratives dans les articles publiés
Les signatures	Journalistes de <i>camer.be</i> , correspondants, particuliers, d'associations, d'autres

	sites internet et de partis politiques camerounais), collaborateurs de rédaction de la presse locale camerounaise (<i>Oeil du sahel, le Détective, le Messenger, la Nouvelle expression, Aurore + , le Jour, la Météo...</i>)
Le discours rapport	Un dispositif de citation des sources est mis en exergue avec des marques de démarcations telles des les guillemets pour clairement signifier pour introduire les propos d'une sources
L'interactivité	Dispositifs d'interactivité : commentaires possibles aux bas des articles publiés et sur des pages de réseaux sociaux tels <i>facebook</i> .

Tableau 4. Analyse de l'identité éditoriale de *cameroon-info.net*

<i>Cameroon-info.net</i>	
Support	Numérique
Le nom	Effets identitaires du nom et logo : très connu du public interviewé, <i>cameroon-info.net</i> est le tout premier site et/ou portail web d'informations générales au Cameroun. Son nom, aussi bien que son logo sont connus du grand public, du fait de sa dénomination anglophone <i>cameroon-info.net</i> pour désigner littéralement les « informations du Cameroun sur le net » et le choix du code couleur du drapeau camerounais soit : le vert, le rouge et le jaune.
Le format	Pure player
Modèle économique	Gratuit
Ancienneté	Date de création : 2000 Evolution du site : <i>cameroon-info.net</i> offre à ses internautes un bouquet multiple comprenant : un offre radiophonique (<i>Radio live</i>), un forum (<i>CIN forum</i>), un service de chat et/ou d'échange (<i>CIN chat</i>), un service de rediffusion de journaux télévisés de la chaîne nationale du Cameroun CRTV (<i>journal TV</i>), des sondages (<i>CIN sondage</i>) Applications : <i>cameroon-info.net</i> est disponible sur ordinateur, téléphone, tablette

La périodicité/ la temporalité	L'actualisation des contenus est quotidienne
Cadre socio- géographique	National
Slogan editorial	Le portail camerounais
Pagination / Navigation	Arborescence : <i>Cameroon-info.net</i> compte treize rubriques : accueil, sport, politique, société, monde, diaspora, culture, photos, forum, chat, CIN radio, vidéos, musique. La navigation sur <i>cameroon-info.net</i> se fait verticalement et horizontalement. Police d'écriture utilisée: Arial, taille d'écriture: 10 Hyperliens : services CIN (blogs/ CIN blog, CIN vidéos, CIN audio music, CIN job, CIN newsletter), liens vers les radios locales camerounaises et publicités
La Une	Mise en scène du nom /logo : à l'extrême gauche de la page d'accueil du site. Barres de menus : <i>cameroon-info.net</i> possède deux barres de menus. La première comprend : annonces, CIN radio, liens, e-mail, archives, publicité, contact. La seconde comprend les treize rubriques sus-énumérées et l'option flux RSS. Mise en scène l'événement : les <i>évènements de routine</i> sont les plus traités sur <i>cameroon-info.net</i> . Fil d'actualité : publication quotidienne
Les titres	Style informatif
Les rubriques	Fixes
La page	Surutilisation des blocs énonciatifs sur les surfaces d'écran entre les dépêches, les archives (cf. les informations à archiver), les services offerts présentés en encadrés et les publicités.
Les genres journalistiques	Sur <i>cameroon-info.net</i> , les genres journalistiques oscillent entre : <i>la révélation</i> et <i>la neutralité</i> .
L'iconographie	Présence de photos illustratives dans les articles publiés
Les signatures	Journalistes de <i>cameroon-info.net</i> , et collaborateurs de rédaction de la presse locale camerounaise (<i>Cameroon tribune</i> , <i>Mutations</i> , <i>le Messager</i> , <i>l'Œil du</i>

	<i>sahel, la Météo, Intégration...</i>), et rarement des correspondants
Le discours rapport	Dispositif de citations des sources et liens bien exploités
L'interactivité	Dispositifs d'interactivité : commentaires possibles aux bas des articles publiés et sur des pages de réseaux sociaux tels <i>facebook</i> et <i>twitter</i> , forum, chat, existence d'un dispositif d'interactivité supplémentaire dénommé : interactif l'arène de CIN

Tableau 5. Analyse de l'identité éditoriale de *journalducameroun.com*

<i>Journalducameroun.com</i>	
Support	Numérique
Le nom	Effets identitaires du nom et logo : <i>Journalducameroun.com</i> est connu du public interviewé dans le cadre de cette étude. <i>Journalducamerou.com</i> est identifié comme un site camerounais d'information émettant depuis la France. Le choix chromatique révèle en grande partie des trois couleurs patriotiques de référence du Cameroun et du marron pour symboliser le travail de la terre pour reprendre les propos d'Ingrid Ngounou, sa directrice de publication.
Le format	<i>Pure player</i>
Modèle économique	Gratuit
Ancienneté	Date de création : 2008 Evolution du site : <i>journalducameroun.com</i> a connu une double évolution. La première horizontale - pour signifier le fait que <i>journalducameroun.com</i> est né d'un projet d'entreprise qui visait à éditer des sites internet à destination de l'Afrique, par conséquent, touchant plusieurs pays. La seconde verticale, car partant du principe que " <i>dans un pays on se rend compte que tout le monde ne consomme pas de l'information générale</i> " ¹⁸⁶ ; l'équipe de <i>journalducameroun .com</i> a fragmenté son marché en créant :

¹⁸⁶ Entretien avec Ingrid Ngounou, rédactrice en chef du site *journalducameroun.com*. Paris, 28 Décembre 2013.

	<p><i>cameréchos</i> (un site écho sur le Cameroun) et <i>237sport</i> qui est un site sport sur le Cameroun.</p> <p>Applications : <i>camer.be</i> est disponible sur ordinateur, téléphone, tablette</p>
La périodicité/ la temporalité	L'actualisation des contenus est quotidienne
Cadre socio- géographique	National et international
Slogan editorial	<p>Arborescence : <i>journalducameroun.com</i> se structure en dix rubriques principales et/ou fixes dont chacune d'elle est parfois subdivisée en sous-rubrique: politique (national - international – présidentielles 2011), économie et business, société (société – faits divers), sport (football, autres sports, spécial can 2013), culture et loisirs (cinéma, danse et théâtre – livres – peinture, sculpture – mode - musique), santé (actualité- focus – conseils pratiques), débats et opinions (débats et opinions – kiosque), personnalités, dossiers, vidéos.</p> <p>De plus, la navigation sur <i>cameroon-info.net</i> est double à savoir : horizontale et verticale.</p> <p>Police d'écriture utilisée: Arial, taille d'écriture: 10</p> <p>Hyperliens : <i>camer-sport.be</i>, liens vers les radios locales camerounaises</p>
Pagination / Navigation	
La Une	<p>Mise en scène du nom /logo : à l'extrême gauche de la page d'accueil du site</p> <p>Barres de menus : rubriques, flux RSS, lien de partage sur réseaux sociaux</p> <p>Mise en scène l'événement : les <i>scandales</i> et les <i>évènements de routine</i> sont les plus mis en vue.</p> <p>Fil d'actualité : publication quotidienne</p>
Les titres	Style incitatif

Les rubriques	Fixes
La page	Utilisation majoritaire de blocs énonciatifs sur les surfaces d'écran
Les genres journalistiques	Sur <i>camer.be</i> , les genres journalistiques oscillent entre : <i>la révélation, le point de vue,</i>
L'iconographie	Présence de photos illustratives dans les articles publiés
Les signatures	Journalistes de <i>camer.be</i> , correspondants (particuliers, d'associations, d'autres sites internet et de partis politiques camerounais), collaborateurs de rédaction de la presse locale camerounaise (<i>Oeil du sahel, le détective, le Messenger, la Nouvelle expression, Aurore + , le Jour, la Météo...</i>)
Le discours rapport	Un dispositif de citation des sources est mis en exergue avec des marques de démarcations telles des les guillemets pour clairement signifier pour introduire les propos d'une sources
L'interactivité	Dispositifs d'interactivité : commentaires possibles aux bas des articles publiés et sur des pages de réseaux sociaux tels <i>Facebook</i> .

Tableau 6. Analyse de l'identité éditoriale de *njanguipress.com*

<i>Njanguipress.com</i>	
Support	Numérique
Le nom	<p>Effets identitaires du nom et logo : moyennement connu du public interviewé. <i>Njanguipress.com</i> est un site web camerounais d'informations qui émet depuis le Canada. Le choix du nom « njangui » serait culturel d'après son promoteur, car celui-ci voulait traduire en amont une idée de « tontine » de « mise en commun ». Autrement dit, <i>njanguipress.com</i> se positionnerait comme un site internet qui prônerait le rassemblement d'analyses multiples des citoyens.</p> <p>Après observation, nous avons constaté que <i>njanguipress.com</i> disposait de deux logotypes différents. Le premier est composé de lettres N P de couleurs blanches, inscrite dans un carré rouge (cf. déclinaison du logo identifiable sur l'adresse url du site). Le second est composé d'un rectangle entièrement recouverts d'une couleur grise foncée sur laquelle est marqué en entier et en blanc <i>njanguipress.com</i> (cf. déclinaison de son logo dans le tableau 1 présenté supra.)</p>

Le format	<i>Pure player</i>
Modèle économique	Gratuit
Ancienneté	<p>Date de création : 2010</p> <p>Evolution du site : <i>njanguipress.com</i> a connu une évolution tant au niveau du fond que de la forme d'après son promoteur¹⁸⁷. Du point de vue de la forme, les contenus se sont de plus en plus affinés. Du point de vue de la forme, même si aujourd'hui, <i>njanguipress.com</i> voit ses productions régresser, il n'en demeure pas moins qu'à une certaine période, elle disposait : " <i>d'une grosse équipe de chroniqueurs, des gens qui étaient capables de fournir peut-être un papier à la semaine</i>".</p> <p>Applications : <i>njanguipress.com</i> est disponible sur ordinateur, téléphone, tablette</p>
La périodicité/ la temporalité	L' Actualisation des contenus est irrégulière
Cadre socio-géographique	International
Slogan éditorial	Le débat camerounais
Pagination / Navigation	<p>Arborescence : <i>njanguipress.com</i> se structure en sept rubriques principales (accueil, top stories, débats, analyses, visa africa, Njangui docs, vidéos) et neuf rubriques secondaires (éditos, des mots et des maux, reportages, enquêtes, entretiens, économie, politique, Afrique, Njangui tv)</p> <p>La navigation sur <i>njanguipress.com</i> est aussi bien horizontale que verticale.</p> <p>Police d'écriture utilisée: Arial, taille d'écriture: 11.5</p> <p>Hyperliens : publicités</p>
La Une	<p>Mise en scène du nom /logo : à l'extrême gauche de la page d'accueil du site</p> <p>Barres de menus : rubriques principales et secondaires</p>

¹⁸⁷ Entretien, rédacteur en chef Cyrille Ekwalla, *njanguipress*, 28 décembre 2013.

	Mise en scène l'événement : les <i>évènements de routine</i> sont les plus présentés, tandis que les <i>scandales</i> sont présentés de temps à autre. Fil d'actualité : publication irrégulière
Les titres	Style incitatif
Les rubriques	Fixes
La page	Utilisation de blocs énonciatifs sur les surfaces d'écran
Les genres journalistiques	Sur <i>njanguiress.com</i> , les genres journalistiques sont plus de l'ordre du <i>point de vue</i>
L'iconographie	Présence de photos et de vidéos illustratives dans les articles publiés
Les signatures	Les plus représentatives sont celle de correspondants (des particuliers en général)
Le discours rapport	Un dispositif de citation des sources est effectif.
L'interactivité	Les dispositifs d'interactivité de <i>njanguiress.com</i> relèvent plus de l'ordre de l'appréciation dans la mesure où loin d'offrir la possibilité aux internautes des commentaires au bas de l'article ; <i>njanguiress.com</i> ne propose qu'une option de « like » au travers de deux réseaux sociaux soient <i>Facebook</i> et <i>Tweeter</i> .

Tableau 7. Analyse de l'identité éditoriale de 237online.com

<i>237online.com</i>	
Support	Numérique
Le nom	Effets identitaires du nom et logo : le nom de <i>237online .com</i> est plus connu du public étudié que son logotype. Le choix du chiffre 237 ici est très significatif car représentant l'indicatif téléphonique du Cameroun à l'international. Depuis sa création, <i>237online.com</i> a connu la déclinaison de deux logotypes, différents uniquement par la couleur soit la rouge (autrefois) et la blanche (de nos jours). Aujourd'hui, le logotype de <i>237online.com</i> est l'image d'une tête de femme prise de profil et la dénomination <i>237online.com</i> . Le choix de ses couleurs émanerait de la volonté d'une quête identitaire et d'une certaine démarcation des sites édités depuis l'occident à en croire les propos de son

	<p>promoteur. À cet effet, il nous fait comprendre que : « <i>Les couleurs, il fallait abandonner les couleurs vives utilisé par les sites en occident. Nous sommes Africains et avons opté pour une charte graphique qui nous ressemble. Le noir et le gris (...)</i> »¹⁸⁸. <i>237online.com</i> est un site d'informations générales qui émet depuis le Cameroun</p>
Le format	<i>Pure player</i>
Modèle économique	Gratuit
Ancienneté	<p>Date de création : 2008</p> <p>Evolution du site : -</p> <p>Applications : <i>237online.com</i> est disponible sur ordinateur, téléphone, tablette</p>
La périodicité/ la temporalité	L'Actualisation des contenus est peu régulière
Cadre socio- géographique	National
Slogan editorial	L'ouverture sur le Cameroun
Pagination / Navigation	<p>Arborescence : <i>237online.com</i></p> <p><i>237online.com</i> se structure en six rubriques (accueil, actualité, Afrique, lifestyle, international, titrologie). Cependant, seule la rubrique actualité compte quatre rubriques notamment politique, économie, société, sport.</p> <p>La navigation sur <i>cameroon-info.net</i> est à la fois horizontale et verticale.</p> <p>Police d'écriture utilisée: Times new roman Arial, taille d'écriture: 12</p> <p>Hyperliens : publicités</p>

¹⁸⁸ Échange avec Tchepnkep Tokom, rédacteur en chef de *237online.com*. 23 septembre 2014.

La Une	<p>Mise en scène du nom /logo : à l'extrême gauche de la page d'accueil du site</p> <p>Barres de menus : rubriques, et deux autres onglets supplémentaires (contact, proposer un article).</p> <p>Mise en scène l'événement : les <i>évènements de routine</i> sont les plus en vues sur <i>237online.com</i>.</p> <p>Fil d'actualité : peu régulière</p>
Les titres	Style informatif
Les rubriques	Fixes
La page	Présentation tabloïd des blocs énonciatifs sur les surfaces d'écran
Les genres journalistiques	Sur <i>237online.com</i> , les genres journalistiques les plus utilisés sont : <i>la révélation, le point de vue,</i>
L'iconographie	Présence de photos illustratives dans les articles publiés et des scans des pages d'accueil de journaux de la presse locale au Cameroun.
Les signatures	<i>237online.com</i> , en plus de ses journalistes, tire ses sources en grande partie des medias camerounais (<i>Cameroon tribune, CRTV, la Nouvelle expression, la Nouvelle vision, l'Oeil du sahel, Émergence</i>), d'agences (<i>agence ecofin, agence de presse française, agence de presse africaine, associated press</i>) des sites internet d'informations générales (<i>cameroon-info.net, camerpost.com, journalducameroun.com, camerounactu.net</i>) et de medias internationaux (<i>france24, bbcnews, jeunefrique</i>) et d'autres sites web (<i>investircameroun, africatosport, bbcnews, bertoua.info, afrik.com, .alwihdainfo.com, prc.cm</i>).
Le discours rapport	Un dispositif de citation des sources et de référencement d'articles est observable sur <i>237online.com</i> .
L'interactivité	Dispositifs d'interactivité : <i>237online.com</i> offre aux internautes, en plus de la possibilité de faire des commentaires sur des articles, la possibilité de leur attribuer respectivement des notes d'appréciation et des options de partage d'article sur <i>facebook, google et pinterest</i> . <i>237online.com</i> est également disponible sur les réseaux sociaux en occurrence <i>facebook, tweeter LinkedIn</i> .

Tableau 8. Analyse de l'identité éditoriale de *cameroun24.net*

Cameroun24.net

Support	Numérique
Le nom	<p>Effets identitaires du nom et logo : moyennement connu du public interviewé, <i>cameroun24.net</i> est un site camerounais d'informations qui émet depuis de Cameroun.</p> <p>Le choix de la dénomination « Cameroun » s'explique, d'après Augustin Timfang, promoteur de <i>cameroun24.net</i> par le fait que les informations que lui et son équipe de rédaction diffusent sur ce site web : « (...) <i>sont des informations qui intéressent ceux qui s'adressent à ceux qui s'intéressent au Cameroun. Parce que ce n'est pas seulement les informations destinées aux Camerounais mais même aux étrangers, aux personnes qui souhaitent visiter le Cameroun ou alors aux opérateurs économiques qui souhaitent avoir des informations</i> »¹⁸⁹. De plus, le choix du chiffre « 24 » se justifie en amont par « <i>ce souci de diffuser les informations en permanence, que ce soit à la fois sur Twitter, sur Facebook et qui sont des agrégats (...) et parce que notre vocation est de diffuser l'information en permanence, des informations d'alerte, chaque fois que nous avons, des brèves, des scoops, donc on diffuse régulièrement.</i> »</p> <p>« <i>le but initial du choix des couleurs était de symboliser les couleurs du Cameroun</i> »¹⁹⁰. Ceci explique une prédominance des couleurs jaune et verte à défaut d'y voir apparaître la couleur rouge.</p>
Le format	<i>Pure player</i>
Modèle économique	Gratuit
Ancienneté	<p>Date de création : 2008</p> <p>Evolution du site : Du fait d'un vide juridique dans le domaine de la production en ligne dans les années 2008, <i>cameroun24.net</i> a fonctionné dans l'illégalité – car de manière officieuse auprès des autorités camerounaises – et ce n'est qu'en 2009, qu'il a pu se faire enregistrer en 2009 auprès de la préfecture.</p>

¹⁸⁹ Entretien avec Augustin Timfang , promoteur de *cameroun24.net* . Yaoundé, 12 juillet 2014.

¹⁹⁰ Entretien avec Augustin Timfang , *ibid*.

	Applications : <i>cameroun24.net</i> est disponible sur ordinateur, téléphone, tablette
La périodicité/ la temporalité	L'Actualisation des contenus est peu régulière
Cadre socio- géographique	National
Slogan editorial	« <i>le Cameroun comme il va en Afrique dans le monde</i> ».
Pagination / Navigation	Arborescence : <i>cameroun24.net</i> dispose de structure en cinq rubriques standard (accueil, actualité, le Cameroun, annonces, annuaires) et six sous-rubriques (société, sport, culture (musique- livre), people, pensée du jour, humour. La navigation sur <i>cameroon-info.net</i> est double à savoir : horizontale et verticale. Police d'écriture utilisée: Times new roman, taille d'écriture: 12. Hyperliens : publicités, liens vers radios locales camerounaises (<i>Sweet fm, Rts, Skyone, Radio vie nouvelle</i>), chaînes de télévisions locales camerounaises (<i>Canal2, CRTV, Vision 4</i> et africaines (<i>Sport tv, Ntv2, Emmanuel tv, Tchad tv, Rti1, Rti2, Gabon tv, Afrique media, Vox africa, RTS1, RTS 2, Tfm, Télévision togolaise TVT1, D24, ORTB, ORTM, Golfe tv international, RTB</i>)
La Une	Mise en scène du nom /logo : à l'extrême gauche de la page d'accueil du site Barres de menus : rubriques et deux autres onglets supplémentaires (rechercher, contacter nous) Mise en scène l'événement : les <i>évènements de routine</i> sont plus d'actualité sur <i>cameroun24.net</i> Fil d'actualité : publication peu régulière
Les titres	Style informatif
Les rubriques	Fixes
La page	La répartition des blocs énonciatifs sur les surfaces d'écran se fait en trois tabloïdes
Les genres journalistiques	Sur <i>cameroun24.net</i> , les genres journalistiques oscillent entre : <i>la révélation,</i> <i>la neutralité,</i>

L'iconographie	Présence de photos illustratives dans les articles publiés
Les signatures	Journalistes de <i>cameroun24.net</i> , correspondants (particuliers, d'autres sites internet), collaborateurs de rédaction de la presse locale camerounaise (<i>Cameroon tribune, la Nouvelle expression, la Météo, l' Oeil du sahel, le Jour, Mutation...</i>)
Le discours rapport	Un dispositif de citation des sources est mis en exergue avec des marques de démarcations, telles les guillemets pour clairement signifier pour introduire les propos d'une source en plus des signatures au bas d'articles.
L'interactivité	Dispositifs d'interactivité : bien que l'option « commentaires » apparaisse à la fin des articles, il n'en demeure pas moins qu'elle soit désactivée. Par conséquent, il n'est possible que pour l'internaute d'imprimer un article, l'envoyer à un tiers et/ou partager l'article via les réseaux sociaux tels <i>Facebook</i> et <i>Tweeter</i> .

Tableau 9. Analyse de l'identité éditoriale de *camerpost.com*

<i>Camerpost.com</i>	
Support	Numérique
Le nom	Effets identitaires du nom et logo : moyennement connu du public interviewé, <i>camerpost.com</i> est un site camerounais d'informations qui émet depuis le Cameroun. « <i>Le nom camerpost est inspiré de l'appellation courante et usuelle des Camerounais à l'étranger notamment en Europe. Le site est destiné en premier aux « camer » camerounais de la diaspora. Pour Post, il faut comprendre par là le souhait d'amener les informations du pays aux Camerounais de l'étranger un peu comme la poste le fait avec le courrier. Le logotype est constitué de deux lettres le C et le P pour désigner Camerpost. Le choix de la couleur est symbolique. Le rouge est la couleur prépondérante, pour retenir l'attention. C'est également la couleur au centre du drapeau camerounais.</i> » ¹⁹¹

¹⁹¹ Entretien avec Robert Djingui, membre de l'équipe rédactionnelle de *camerpost.com*. Yaoundé, 4 février 2015

Le format	<i>Pure player</i>
Modèle économique	Gratuit
Ancienneté	Date de création : 2005 Evolution du site : les émeutes de février 2008 au Cameroun ont boosté à l'augmentation de taux d'audience de <i>camer.be</i> Applications : <i>camer.be</i> est disponible sur ordinateur, téléphone, tablette
La périodicité/ la temporalité	L'Actualisation des contenus est quotidienne
Cadre socio-géographique	National et international
Slogan éditorial	Le portail camerounais
Pagination / Navigation	Arborescence : <i>Cameroon-info.net</i> se structure en six rubriques (accueil, politique, sports, société, monde, diaspora, culture, photos, forum, chat, CIN radio, vidéos, musiques. De plus, la navigation sur <i>cameroon-info.net</i> est double à savoir : horizontale et verticale. Police d'écriture utilisée: Arial, taille d'écriture: 10 Hyperliens : <i>camer-sport.be</i> , liens vers les radios locales camerounaises
La Une	Mise en scène du nom /logo : à l'extrême gauche de la page d'accueil du site Barres de menus : rubriques, flux RSS, lien de partage sur réseaux sociaux Mise en scène l'événement : les <i>scandales</i> et les <i>évènements de routine</i> sont les plus mis en vue. Fil d'actualité : publication quotidienne
Les titres	Style incitatif
Les rubriques	Fixes
La page	Utilisation majoritaire de blocs énonciatifs sur les surfaces d'écran
Les genres journalistiques	Sur <i>camer.be</i> , les genres journalistiques oscillent entre : <i>la révélation, le point de vue,</i>
L'iconographie	Présence de photos illustratives dans les articles publiés

Les signatures	Journalistes de <i>camer.be</i> , correspondants (particuliers, d'associations, d'autres sites internet et de partis politiques camerounais), collaborateurs de rédaction de la presse locale camerounaise (<i>Oeil du sahel, le Détective, le Messenger, la Nouvelle expression, Aurore + , le Jour, la Météo...</i>)
Le discours rapport	Un dispositif de citation des sources est mis en exergue avec des marques de démarcations telles que les guillemets pour clairement signifier pour introduire les propos d'une sources.
L'interactivité	Dispositifs d'interactivité : commentaires possibles aux bas des articles publiés et sur des pages de réseaux sociaux tels <i>Facebook</i> .

NB. Les tableaux ci-dessus (soit du tableau 3 au tableau 9) sont des tableaux, représentant chacun de ces sites – retenus dans notre corpus - et sont calqués sur le modèle précédent de Ringoot. Ces derniers auraient dû correspondre à neuf tableaux comprenant les neuf sites web camerounais d'informations générales, mentionnés dans le tableau 2. Cependant, il en manque deux :

soit *brukmer.be*, car notre objet étude étant amovible, nous avons constaté au 1^{er} septembre 2015 que le site web d'informations générales *www.brukmer.be* s'est reconverti en un web magazine. À cet effet, l'on peut leur écrire aujourd'hui uniquement pour : commander des magazines, solliciter un partenariat, annoncer un événement (concert, conférence, projection, spectacle...), donner une information d'une actualité en Belgique, en Afrique ou dans le reste du monde, proposer un article, des photos, vidéos ou des illustrations, faire une remarque, un commentaire, une critique ou pour simplement saluer l'équipe de *brukmer* magazine.

Et *camerounlink.net*, dans la mesure où il a été quasi-impossible pour nous de regrouper leurs différentes publications du 15 janvier 2014 au 15 janvier 2015 pour plusieurs raisons. En effet, ceci s'explique entre autres par le fait que : *camerounlink.net* ne dispose pas d'archives et a connu un dysfonctionnement qui a causé son inaccessibilité sur la toile pendant plus de quatre mois .

Au sortir de la présentation schématique des sites web d'informations généralisées, il peut être fait état de plusieurs aspects.

D'abord, l'accent pourrait être mis sur le *discours rapporté* dans ces sites. *Les Mots qui définissent les informations* ici tournent plus autour des thématiques d'ordre politique et sociétal sur le Cameroun (cf. tableaux de décompte des occurrences de l'utilisation des substantifs dans les titraillles.¹⁹²) Leurs titraillles adoptent en grande partie des styles plus incitatifs qu'informatifs ; tandis que les genres journalistiques les plus utilisés sont la révélation et le point de vue. Des avis que semblent partager certains de nos enquêtés du fait de leurs positions radicales. Ces enquêtés, estiment que certains de ces sites web camerounais d'informations générales, présentent des informations de proximité frisant parfois le sensationnel. Des enquêtés de France, nous rapportent à cet effet que : « *les informations qu'ils mentionnent ne me semblent pas toujours dignes de confiances* », « *ces sites, pour ma part, sont dangereux et nocifs* », « *je trouve l'information mal traitée, et non pertinente* », « *Ce sont des espaces pour les passionnés car les informations qu'on y retrouve sont orientées vers une idéologie propre aux concepteurs* », « *J'aime, même comme parfois, certains font moins preuve de neutralité* »¹⁹³.

De plus, les perceptions d'internautes camerounais semblent prendre ancrage auprès de divers stéréotypes, tel le manque de professionnalisme dans le traitement de l'information par les sites web camerounais d'informations générales ou une croyance en la primauté de l'information diasporique et de la prise de parole d'acteurs diasporiques sur les sites nationaux. Ce qui a sans doute amené des enquêtés à tenir les propos suivants : « *Ces sites sont importants surtout pour la diaspora* », « *ce sont des sites qui nous informent sur l'actualité du Cameroun sachant qu'étant de la diaspora, accéder à l'info du pays n'est pas facile* », « *ces sites permettent d'accéder à l'actu du pays, qui est important pour la diaspora car l'accès à l'information depuis l'Europe n'est pas facile* »¹⁹⁴.

ou encore des propos tels « *ce sont des amateurs, les sources de l'information ne sont presque jamais vérifiées* », ils sont « *très négatifs, les articles sont à la limite de l'acceptable. Trop d'articles d'opinion et pas assez d'informations* », « *Ils informent assez sur les faits d'actualités, même si l'information n'est pas traitée en profondeur et avec toute la rigueur qui s'impose.* », ils ne produisent que « *des informations non fiables* », « *Chaque site a un ton*

¹⁹² Nous y revenons au chapitre 5

¹⁹³ Propos recueillis auprès d'internautes enquêtés en France en mars 2014.

¹⁹⁴ Propos recueillis auprès d'internautes enquêtés à Liège en juillet 2014.

*particulier dépendamment de leur plus ou moins non alliance au régime en place au Cameroun »*¹⁹⁵. Enfin, selon certains de nos enquêtés, les équipes de rédaction de ces sites très souvent ne présentent pas leurs sources, ce qui n'est nullement le cas dans la mesure où au bas de chaque article publié dans chacun des sites web retenu dans notre corpus, les noms des auteurs et/ou sources y paraissent.

En outre, une nouvelle tendance est observable chez la majorité de ces sites web camerounais d'informations générales. Chacun d'entre eux essaie autant que faire se peut de renouveler leurs discours aux travers de posts sur des réseaux sociaux, tels que *Facebook* ou *Tweeter*. Ils offrent également, en plus de partager les articles, la possibilité de recommander la lecture, de leurs articles au travers de flux RSS¹⁹⁶. Cette volonté manifeste de renouveler leur discours s'explique également par une présence non négligeable de vidéos en ligne dans leurs sites web respectifs.

Aussi diverses soient telles, leurs rubriques manifestent leur désir de fabriquer différentes *classes d'objets d'informations*. Des rubriques dénommées, telles que *actualité – sport – société – Afrique – publicité – international – life and style – annonce – annuaire – services+biz+ shopping – sport – société – monde – photo – diaspora – forum – chat – culture – débat – sport – point de vue...*

La parole est très souvent donnée à des journalistes de la presse locale camerounaises et à *des personnalités* qu'elles soient résidentes au Cameroun ou à l'étranger. Une telle logique contribue pour ces sites à créer des événements où des informations sont mises en scène afin de produire des systèmes de valeurs, sous-tendus par des énoncés. Tout ceci dans l'optique de se construire chacun une identité éditoriale.

C) La mise en question des sites web camerounais d'informations générales

¹⁹⁵ Propos recueillis auprès d'internautes enquêtés en 2014.

¹⁹⁶ RSS est un procédé permettant depuis 2004, une navigation automatique du web et une mise à jour des contenus. Ces formats de syndications dit "flux RSS" *Real Simple Syndication*, choisis par l'internaute qui s'abonne gratuitement aux contenus d'un site *via* un bouton orange caractéristique, vont arriver sur son écran au fur et à mesure de leur publication. Il pourra les filtrer et choisir le mode de réception (agrégateur type, Netvibes, igoogole...) Source : Scherer, Éric. *La révolution numérique : glossaire*, Paris, Dalloz, 2009, p. 150

Dans cette étude, nous sommes partis du concept d'actualité pour aborder la question des sites web camerounais d'informations générales à partir du corpus de six sites sélectionnés (*camer.be, cameroon-info.net, journalducameroun.com, njanguipress.com, cameroun24.net, camerpost.com*) sur les vingt et un existants. Leurs actualités, rubriques, textes et publications¹⁹⁷ semblent viser des *effets de captation*. De fait, même si les *effets visés* ne correspondent pas nécessairement aux *effets produits*, le destinataire gardant son autonomie dans les jeux d'influence réciproque et de co-construction d'influence médiatique, la curiosité et la critique du lectorat diasporique camerounais est établie. Ces sites semblent offrir aux commentateurs la latitude d'interprétations au sortir de leurs lectures plurielles.

Peut-on présenter aujourd'hui ces sites autour de la métaphore de la « *voix des sans voix* » ou du porte-parole du peuple camerounais ? En quoi ces sites constitueraient-ils des acteurs influents susceptibles d'éclairer les prises de décisions gouvernementales ? Après lectures de leurs articles, comment pourrait-on faire ressortir leurs valeurs ? Ces dernières sont-elles imprégnées des visions de leurs promoteurs ? Se présentent-ils comme porte-paroles des volontés exprimées du peuple camerounais ? Leur discours va-t-il toujours dans le même sens ?

Voilà posées quelques questions autour desquelles se construira notre argumentaire sur les sites web camerounais d'informations générales dans ce travail.

¹⁹⁷ Une telle énumération peut sembler inorganisée, mais nous voulons notifier ici que nous sommes loin de réduire notre réflexion sur les différents débats relatifs à la question des genres journalistiques, dans la mesure où pour reprendre L. Boyomo Assala, « *il est difficile de rencontrer dans la littérature deux auteurs qui soient d'accord à la fois sur la définition du genre et sur les genres de genres, l'analyse confondant parfois même les grandes catégories d'articles et les genres rédactionnels (...)* ». Ce qui explique très souvent l'imprécision et/ou l'inexactitude de « *l'énumération des genres en résumé, articles de fond, analyse, critique, interview, communiqué de presse sont les plus cités, et même sans qu'on sache avec exactitude s'il s'agit du genre ou de rubrique, de style ou de catégorie, preuve de la relative transmutabilité des genres exacerbée par les évolutions qui affectent, au-delà de la rédaction journalistique le procès de production de la profession marqué par l'émergence de nouveaux médias et de nouvelles condition de réception* ». Autrement dit, le genre journalistique pour L. Boyomo Assala connaît encore des brouillages conceptuels dans sa quête d'identité, qui oscillent entre singulier et universel. Etant donné que la profession journalistique ne serait se réduire à l'écriture, mais aussi intégrer une stratégie de mise en valeur de l'écriture articulée sur des équipements tels que les mise en page, format du papier, iconographie, programmation... Boyomo Assala en conclut « *le genre est une fonction symbolique en grande partie codée mais variable et qui se dérobe ainsi de toute classification.* »... Boyomo Assala, Laurent-Charles, « *Quand le genre paraît* ». Petite] sociologie du genre journalistique en Afrique », in Ringoot, Roselyne et Utard, Jean-Michel, *les genres journalistiques : savoirs et savoir-faire....*, Paris, l'Harmattan, 241 p.

C-1) Les sites web d'informations générales camerounais comme moyens d'expression de la société civile et comme « catalyseurs » du fonctionnement de la démocratie ?

En 2006 dans une étude destinée à comprendre comment la citoyenneté des individus serait réinventée *via* les TIC dans un contexte migratoire et quel serait l'impact de leurs activités en ligne sur la réappropriation politique de l'espace publique numérique, Ruth Mireille Manga Edimo¹⁹⁸, étudiant le cas des diasporas camerounaises, en arrive à certaines conclusions. L'une d'entre elle serait que « *la révolution apportée par les nouveaux moyens de communication électronique a fluidifié les rapports entre les membres de la communauté de plus en plus dispersés, ainsi que le rapport politique à l'Etat d'origine* »¹⁹⁹. Aussi, le lien communautaire n'est plus uniquement entretenu au sein des réunions associatives, mais aussi à travers une communication en réseau, qui permet d'une part d'informer les membres, d'autre part de faire connaître les activités de réseau de relations. Et c'est dans ce contexte spécifique que les sites Internet de médias camerounais et panafricains ont émergé, à côté des médias communautaires, « *comme des espaces publics de diffusion des actions et des discussions* ». Des idées que viennent également partager certains des responsables des sites web camerounais d'informations générales.

En effet, prendre conscience, se responsabiliser, s'affirmer, se faire entendre malgré l'existence acharnée d'un état contrôleur qui s'évertue à maintenir ses populations dans le statu quo et s'avère réfractaire aux critiques sont plus d'une des autolégitimations présentées avec véhémence par certains promoteurs des sites web camerounais d'informations générales. Dès lors, l'on peut comprendre ces affirmations du promoteur de *camer.be* :

« [...] Nous ne sommes pas là pour plaire à qui que ce soit. Nous ne sommes pas là pour applaudir Paul Biya quand il reste au pouvoir pendant 31 ans au pouvoir. Nous sommes là pour dénoncer. C'est la raison pour laquelle vous allez voir, notre dossier d'aujourd'hui traitait d'Ahmadou Ahidjo nous avons passé toute la journée à réveiller la conscience de ceux qui ne savent pas que entre Ahmadou Ahidjo... [...] même si on [n']a jamais pu apprécier ce qu'il a fait, nous constatons que le pays régresse. Il y a beaucoup de choses qui manquent dans notre pays et qu'on avait avant. Je vais prendre un simple exemple, quand j'étais au lycée, en classe de 6^e,

¹⁹⁸ Manga Edimo, Ruth Mireille, « Les TIC, nouvelles formes d'action politique. Le cas des diasporas camerounaises », *Afrique contemporaine*, n° 234, 2010 pp. 127-140.

¹⁹⁹ Manga Edimo, Ruth Mireille, *Op.cit.*, p. 131

j'ai eu 13 de moyenne ; on m'a donné une bourse, c'est-à-dire à la fin d'année, j'ai retrouvé le directeur qui me remettait mon bulletin et une enveloppe, je ne me rappelle plus, c'était 17.000 à l'époque, je ne sais plus très bien. Et avec les 17.000 quand je suis arrivé chez moi, j'ai dit à mon papa, voilà ce qu'on m'a donné. Il m'a dit fait de cela ce que tu veux. Ça n'existe plus au Cameroun. Quand on avait un peu mal à la tête au lycée, il y avait une infirmerie. Aujourd'hui, ça n'existe plus. Quand on attendait son taxi au bord de la route, on ne prenait pas des véhicules troués. On roulait sur des routes goudronnées, il y avait la lumière, l'eau coulait, aujourd'hui presque rien. On meurt au Cameroun à cause d'une petite maladie ; c'est-à-dire, vous avez un petit paludisme, vous arrivez à l'hôpital vous ne payez pas, on ne vous soigne pas. C'est tout ça que nous dénonçons, nous voulons que ça change au Cameroun ; et nous ne pouvons pas, nous sommes là pour donner les moyens à tous ceux qui peuvent contribuer au changement au Cameroun de le faire. C'est la raison pour laquelle camer.be a une ligne éditoriale stricte. Même s'il est vrai qu'entre temps, quelques fois qu'on publie les documents du RDPC [(sic)], c'est pour équilibrer les informations. Mais nous sommes quand même durs. Si vous nous lisez du jour au lendemain, vous allez constater que nos articles ne sont pas là pour applaudir Paul Biya. Ils ont maintes fois tenté de nous rencontrer, ce que nous refusons ; parce que si nous voulons aujourd'hui qu'ils nous paient, pour que nous balançons de leur côté, ils vont nous payer. Mais nous ne voulons pas cela, parce que nous voulons être autonomes. Donc camer.be est un media qui doit contribuer à la revalorisation de nos cultures, de nos valeurs mêmes (c'est une répétition) et au changement en quelque sorte, là c'est ce que nous voulons ! »²⁰⁰.

Il se dessine donc, entre les lignes, chez le promoteur de ce site web, une volonté de se poser en défenseur des valeurs et des ferventes causes des populations camerounaises et/ou des opinions majoritaires. Un tel acharnement, un tel engouement pour son site web d'actualité a suffisamment de quoi nourrir les « attentes » des internautes consultants et/utilisateurs de ces sites. En s'inscrivant dans cette logique, force est de constater que les messages délivrés par ces sites ouvrent de ce pas la porte aux messages interpellateurs, qui entendent décrire les réalités manifestes de la vie des Camerounais où qu'ils se trouvent. Aussi, la présence d'un lectorat non négligeable prouverait-elle un intérêt profond pour la chose publique ?

De telles représentations sont entretenues par l'imaginaire social de plus d'un des diasporés camerounais enquêtés. A cet effet, ils se sont exprimés pour nous dire ce qu'ils en pensaient :

« pour un début, on ne peut pas trop leur demander, au moins on peut débattre des sujets, donner des avis et éviter toute censure

²⁰⁰ Entretien avec Hugues Bertin Seumo, rédacteur en chef du site *camer.be*. Bruxelles, 30 novembre 2013.

gouvernementale. La liberté d'expression sur ces sites est un peu plus large, même si des fois c'est exagéré, je pense qu'ils disent haut et fort ce que le bas peuple pense tout bas : normal vu qu'ils écrivent depuis mbeng»²⁰¹

Autre témoignages, allant dans un sens analogue :

« [...] On peut lire souvent certaines vérités sur ces sites là même si c'est des fois édulcorés. Comme dit l'adage de chez nous, " il n'y a pas de fumée sans feu". Donc toutes ses rumeurs ne sont pas vaines avec des histoires de bébé volé de Vanessa Tatchou, en passant par l'opération épervier ou encore par le mal être qui anime l'ambiance dans la tanière des lions».²⁰²

«Ce n'est qu'avec eux qu'on peut vraiment voir la vraie démocratie relativement à la liberté d'expression au Cameroun»²⁰³

De telles conceptions des sites web d'informations n'induiraient-elles pas une dimension impartiale, subjective du pouvoir de la technologie au point d'y laisser le champ libre à de nombreux préjugés? En dehors de leurs différentes publications, « écrits d'écrans », quelle en est la véritable portée pour les internautes²⁰⁴ ? Quelles stratégies sont mises en place par les uns et les autres pour se faire entendre et véhiculer leurs idées ? Comment comprendre les différents discours tenus sur l'alternance au pouvoir, la mauvaise gestion du patrimoine, des biens et des richesses publiques, les tares sociétales..., présentés de part et d'autres comme références majeures dans le traitement de l'actualité par des rédactions des sites web camerounais d'actualité généralisés face au choix leur ligne éditoriale respective?

C-2) Les acteurs du secteur informationnel dans le cadre des sites web camerounais d'informations générales : les diasporas camerounaises.

Nous verrons ici comment la diaspora camerounaise use de l'internet pour traiter de la vie de la nation et tenter d'y impliquer ses interlocuteurs. Loin de nous intéresser dans le cadre de cette étude à des essais de formulations définitionnelles de la notion de la diaspora, nous nous

²⁰¹ Propos d'une Camerounaise, interviewée à Paris en avril 2014.

²⁰² Propos d'un Camerounais, interviewé à la gare du Nord (Paris) en avril 2014.

²⁰³ Propos recueillis auprès d'une Camerounaise résidant à Bruxelles durant *le Challenge* de juin 2014 à Dortmund.

²⁰⁴ D'après Éric Scherer, un internaute peut être assimilé à toute personne qui utilise internet et qui consulte des sites pour s'informer et communiquer. Un internaute peut communiquer avec d'autres via e-mail, messagerie instantanée, réseaux sociaux, commentaire, téléphonie web. De ce fait, il arrive parfois qu'en réseaux ou en communauté, les internautes prennent progressivement de l'influence et du poids politique. P. 107.

proposons juste d'interroger le rôle de la diaspora camerounaise (de la France, la Belgique, des Etats-Unis) dans leurs relations avec leur pays d'accueil respectif et leur pays d'origine. Comment la diaspora camerounaise vivant dans les trois pays cités *supra* s'informe de l'actualité de leur nation ? Quelle place occupent les sites web camerounais d'informations générales dans le processus informationnel de la diaspora camerounaise ? Ces sites web influencent-ils les flux transnationaux et les prises de décision de de la diaspora elle-même ?

***La diaspora camerounaise, une posture théorique adaptable: le modèle classique**

Plusieurs disciplines en sciences sociales, telles que la géographie, l'anthropologie, la sociologie ou les sciences politiques, ont traité du concept de la *diaspora*. De ce fait, trois courants s'y sont investis :

Le modèle classique²⁰⁵ : pour ce courant, même si parler de diaspora sous-entend l'idée de dispersion, il n'en demeure pas moins que le maintien d'une conscience communautaire et du lien avec le territoire d'origine subsiste dans l'esprit des diasporés. Autrement dit, toute unité diasporique semblerait se construire au travers d'un lien (réel ou imaginaire) de toute la diaspora d'avec son pays d'origine.

Ce modèle est attribué en d'autres termes à la « diaspora communautaire » et correspond au tryptique : identité, territoire, mémoire.

²⁰⁵ Les auteurs s'inscrivant dans ce courant sont: Georges, Pierre, *Géopolitique des Minorité*, Paris, PUF, "que sais-je ? »,1984. ; Brunet, Roger, *Les mots de la Géographie*, in, dir., avec R. Ferras et H. Théry , *dictionnaire critique*, Reclus-La Documentation française, 3e éd. , 1993, () ; Gabriel Sheffer (dir), *Modern diaspora in international politics*, New york, St Martin Press, 1986 ; Lacoste, Yves, *Hérodote, Géopolitique des diasporas*, Paris, La Découverte, 1989; Cohen Robin, 1997, *Global diasporas : An introduction*, Londres, UCL Press & Seattle: University of Washington Press ; Safran William dans le premier numéro de la revue américaine *Diaspora, Diasporas in Modern Societies: Myths of Homeland and Return*, Toronto, University of Toronto Press, 1991.. De tous ces auteurs, nous pouvons retenir trois critères communs caractérisant la diaspora : la dispersion depuis un point d'origine donnée (pays d'origine) vers une ou plusieurs destinations (pays d'accueil), le maintien de liens avec le pays d'origine, l'extension d'un réseau reliant les différents établissements de la diaspora

Le modèle postmoderne : ce modèle s'oppose au modèle classique car il refuse tout arrimage communautaire, toute idée de centre pour n'investir que la référence au mouvement et au brassage²⁰⁶.

La non-diaspora²⁰⁷

« Le point de vue d'Edouard Glissant, s'attache à la trajectoire depuis la lointaine Afrique pour décliner le parcours d'une dépossession qui commence avec l'arrachement brutal à l'Afrique, se poursuit tout au long de l'esclavage et se répercute dans les liens d'une dépendance accrue avec la métropole. L'histoire des Antillais est ainsi faite d'une succession de rupture et de négations. Elle est subie. Elle est « non-histoire » car les Antillais en tant que sujets-producteurs des constituants de leur vie sociale, demeurent absents. La conception de Glissant entretient une familiarité avec le modèle de l'histoire immobile [...] »²⁰⁸ (Glissant, 1981, p.131).

Des théories évoquées, nous pensons sans jugement de valeur que la diaspora camerounaise correspond au premier modèle, dit modèle classique ou « diaspora communautaire ». Ceci s'expliquerait par l'existence, dans chacun des pays retenus ici dans notre étude, d'associations de camerounaises dans au niveau de chaque ville et/ou département. De tels rassemblements ne seraient-il pas l'expression d'un désir de maintien communautaire, d'une volonté partagée de « reliance sociale » ? La création incessante de portails et/ou de sites web camerounais diasporiques ne serait-elle pas une des formes d'attaches d'avec le territoire d'origine ?

*** Encadré : les diasporas camerounaises, quelques généralités.**

Par diaspora camerounaise, il faudrait entendre avec Ruth Mireille Manga Edimo, *« l'ensemble des Camerounais dispersés à travers le monde et qui bien qu'ayant quitté leur pays d'origine, ont gardé et entretiennent des liens (politiques, économiques ou culturels plus ou moins explicite avec ce dernier »²⁰⁹.*

²⁰⁶ Hall S., 1994 [1990], "Cultural Identity and Diaspora", in : Williams P., Christmas L. (eds), *Colonial Discourse and Post-Colonial Theory. A Reader*, London, Harvester-Wheatsheaf; Gilroy, P., 1993, *The Black Atlantic. Modernity and Double Consciousness*, Londres, Verso, 261 p. (Traduct française) *L'atlantique noire*; Clifford J., 1994, "Diasporas", *Cultural Anthropology*, 9(3), pp. 302-338.

²⁰⁷ Edouard Glissant (1981), *Le discours antillais*, Paris, Gallimard, 1997. (texte remanié de sa thèse de doctorat)

²⁰⁸ Chivallon, Christine, *La diaspora noire des Amériques: Expériences et théories à partir de la Caraïbe*, Paris, cnrs éditions, « espaces et milieux », 2004.

²⁰⁹ Manga Edimo, Ruth Mireille, *Op.cit.*, p. 129.

L'historique de la répartition des diasporas camerounaises nous laisse comprendre que jusqu'en 1970, la principale destination des Camerounais à l'étranger est la France et ce n'est qu'à partir des années 1980 que les trajectoires migratoires tendent à se diversifier. Ceci est dû en partie à la crise économique et sociale qui sévit au Cameroun, ainsi que les différentes mutations politiques qui ont marqué la société camerounaise à la fin des années 1980 et au début des années 1990. Ainsi donc, à côté de la France comme pays destinataire des migrations camerounaises, l'on enregistre davantage des pays du Nord et d'Afrique, tels que le Canada, les Etats-Unis, le Nigéria, la Tunisie, la Côte d'Ivoire, etc., la plupart des pays d'Afrique sollicités devant servir de transit pour d'éventuels départs pour l'Europe.

Selon le MINREX (ministère des relations extérieures) – la Division des Camerounais de l'Etranger -, il a été recensé en 2009 4 millions de Camerounais²¹⁰. Ces derniers sont repartis ainsi qu'il suit : Nigeria : plus de 2.000.000, États-Unis : plus de 700.000, dont plus de 250.000 naturalisés Américains, Gabon : 50 000, France : 40 000²¹¹, Guinée équatoriale : 16.000, Belgique : 12.000, Allemagne : plus de 7000, Côte d'Ivoire : 6.000, Pays-Bas : 5.000, Soudan : 5.000, Suisse : 4200. D'après ce recensement, l'on peut donc se rendre compte que du côté de l'Amérique et de l'Occident, les principaux foyers d'établissement des Camerounais sont aux Etats-Unis, en France et en Belgique. Les communautés diasporiques camerounaises sont qualifiées d'*hétérogènes* de nos jours dans la mesure où :

*« entre 1950 et 1970, et même jusqu'en 1990, la diaspora camerounaise renvoyait à une population plus ou moins. Elle était majoritairement constituée d'étudiants marquée par une vie associative et culturelle riche. »*²¹²

Depuis les années 1990, non seulement le nombre des associations a considérablement augmenté du fait des nouvelles arrivées camerounaises en France en particulier et en Occident en général mais surtout par les mutations politiques survenues dans le pays d'origine et du développement des outils électroniques de l'information et de la communication.(...) ²¹³

²¹⁰ Les sans-papiers et les clandestins n'étant point pris en compte dans ce recensement.

²¹¹ Ruth Mireille Manga Edimo précise que le nombre des Camerounais vivant en France est passé de 45.000 en 2005 à 50.000 en 2007 (pour ce qui est des Camerounais vivant en situation régulière en France) , à côté d'environ 150.000 le nombre de Camerounais vivant en situation irrégulière. Manga Edimo, Ruth Mireille, *Op.cit.*, p 130.

²¹² Extrait du discours de Paul Biya à la diaspora camerounaise à Paris, le 24 juillet 2009.

²¹³ Manga Edimo, Ruth Mireille, *Op. Ibid.* , p. 130.

***les diasporas camerounaises face aux usages d'Internet**

Comme nous avons eu à le mentionner en amont dès notre introduction et d'un commun accord avec Ruth M. Edimo M. :

« la rumeur sur le décès du président de la République du Cameroun en 2004 peut être considérée comme un "déterminant historique "dans l'étude de la place des TIC dans l'action politique des diasporas camerounaises, ceci pour plusieurs raisons : d'abord, du fait de la dimension qu'elle a prise en l'espace de 24h dans tous les espaces sociaux, à l'intérieur comme à l'extérieur du pays ensuite, parce que c'est à partir de ce moment là que l'on a découvert réellement l'existence des sites Internet comme espaces d'expression des diasporas camerounaises, et enfin, parce que, suite à cette rumeur qui a animé le débat public camerounais à l'intérieur comme à l'extérieur des frontières politiques nationales pendant plusieurs jours, les immigrés camerounais eux-mêmes ont déclaré sur les sites « l'avènement d'une nouvelle ère politique »²¹⁴

En conclusion d'une étude de terrain²¹⁵ menée sur les diasporas camerounaises résidant en France et en Belgique, Ruth Edimo explique que 97.55% des Camerounais de l'extérieur s'informent de l'actualité sociale et politique du Cameroun sur Internet. Ceci s'explique, d'après les enquêtés, par le fait qu'il est devenu facile grâce au développement de la cyberpresse et de la mise en ligne de la presse écrite nationale qui «*se repère facilement à partir des moteurs de recherche tels que Google* ». De plus, les sites les plus consultés par les Camerounais de la diaspora vivant en France sont ceux de la presse camerounaise privée au détriment de la presse publique. Cependant, les sites de cyberjournaux et ceux créés par les communautés diasporiques elles-mêmes sont régulièrement visités.

L'on peut donc comprendre aujourd'hui pourquoi l'on assiste à l'essor de multiples sites Internet Camerounais car :

« Depuis la création en 2000 du site de Ndzana Seme (www.l'africanindependent.com), Camerounais exilé aux Etats-unis, qui a

²¹⁴ Ruth Mireille, Manga Edimo, *ibid.*

²¹⁵ Dans le cadre des travaux réalisés pour la finalisation d'une thèse de doctorat en sciences politiques sur « la citoyenneté virtuelle des immigrés camerounais de France » et sous l'encadrement de Luc Sindjoun et Pascal Perrineau, Ruth Mireille, Manga Edimo a administré un questionnaire en ligne. Pour ce faire, elle s'est appuyée sur une démarche empirique basée sur les premiers résultats des enquêtes de terrain (qualitatives et quantitatives) qu'elle a eu à mener dès janvier 2008 auprès des immigrés camerounais résidant en région parisienne. Après L'auteur établit ses conclusions après administration dudit questionnaire en ligne entre juillet et août 2009, aux Camerounais, en plus d'entretiens avec des acteurs de la diaspora camerounaise résidant en France et en Belgique et de l'observation participante régulièrement faite sur les sites Web camerounais (médias et communautaires).

marqué un tournant historique dans l'expression politique des diasporas camerounaises et de la place politique des TIC au Cameroun, on a vu se développer de nombreux sites d'informations, et rencontres et de discussions sur le Cameroun à l'initiative des divers acteurs politiques camerounais. Il s'agit par exemple, de www.cameroon-info.net, www.camerounlink.com, www.cammeron21.com, www.bonaberi.com (hébergé en France) et plus récemment, www.camer.be (hébergé en Belgique)... »

Ces sites web représentent ainsi les sites les plus cités par les diasporas camerounaises. Aussi, les sites d'informations prioritaires des diasporas camerounaises en 2010 au cours de cette étude de terrain menée par Ruth Edimo étaient respectivement identifiés comme sites prioritaires d'informations des diasporas camerounaises : www.camer.be (80.99%), www.camerooninfo.net (78.56%) et www.bonaberi.com (62.5%).

C-2-1) Des promoteurs, défenseurs des sites web camerounais d'informations générales

Comment ces promoteurs présentent-ils leurs œuvres ? S'agit-il d'un projet humaniste, adressé aux oubliés de la nation camerounaise ? Existe-t-il un argumentaire construit pour obtenir de la sympathie, de l'empathie, de son lectorat camerounais, « victime présumée » des tares de la gestion des autorités publiques ? Le site porte-t-il une revendication qui présente les témoignages unanimes des Camerounais « pro-démocrates » ?

C-2-2) Les internautes diasporés camerounais : vers des adoptions des postures divergentes

Le contenu des sites web d'informations générales ne semble pas, pour autant, faire l'unanimité au sein des diasporas camerounaises. D'aucuns sont sceptiques, voire méfiants, car pour eux, ces sites web, du fait de leur amateurisme, de leur mauvaise organisation, ne sont pas des rédactions très sérieuses. Ils retiennent ainsi que ces sites accordent place aux rumeurs, ragots et potins.

Ils sont « très mal développés, mauvaise organisation, rédaction difficilement identifiable, simple relais des informations des journaux traditionnels (Mutations, le Jour, Cameroon Tribune)²¹⁶ ;

²¹⁶ Propos d'une Camerounaise interviewée à Paris en mars 2014.

- *les informations qu'ils mentionnent ne me semblent pas toujours dignes de confiance. Ces sites ne sont pas jolis graphiquement pour la plupart ;*²¹⁷
- *ils nous informent sur l'actualité du Cameroun même si parfois c'est teinté de faits divers*²¹⁸ ;
- *les informations données restent beaucoup trop superficielles et on constate que un vrai manque de fouille et d'investigation. Les informations sont souvent légères et dépourvues de substances*²¹⁹ ;
- *ils nous informent sur l'actualité du Cameroun même si parfois c'est teinté de faits divers*²²⁰ ».

*«très négatifs, les articles sont à la limite de l'acceptable. Trop d'articles d'opinion et pas assez d'informations»*²²¹...

D'autre part, des différents terrains explorés dans le cadre de cette enquête, une grande partie de nos enquêtés, favorables au déploiement et même au développement des sites web camerounais d'informations générales, nous ont laissé comprendre qu'ils s'inscrivent dans des perspectives plus personnelles. En effet, certains diasporés camerounais refusent de se mettre dans le moule des gouvernants, dans la mesure où ils voudraient eux aussi affirmer leur identités de gouvernés, ayant leur mot à dire sur « la chose publique ». De plus, ces diasporés s'opposent aux rapports positifs présentés par les gouvernants et brandissent les aspects négatifs. Ils dénoncent donc toute forme d'aliénation et s'attendent à la mise en place, parfois utopique, de leurs attentes. Les diasporés camerounais, nous ont-ils dit, refusent de continuer à être endormis et infantilisés par le gouvernement. Pour ce faire, ces diasporés, que nous qualifierons de « *technophiles* » s'auto-construisent un environnement « utopique », favorable à des discours « idéologiques » présentant des textes musclés, susceptibles, selon eux, de transformer toute situation. Ils pensent, au travers de ces sites web, pouvoir répondre aux dirigeants, qui à leurs avis, restent inertes face aux problèmes et à la volonté des administrés.

Une reconnaissance et une légitimation de ces sites par les internautes des diasporas camerounaises constituent des points forts non négligeables. La reconnaissance de ces sites et des valeurs qu'ils défendent serait ainsi recherchée pour constituer des barrières à l'hégémonie des discours des gouvernants. Cet arrière-plan, politique, expliquerait

²¹⁷ Propos d'une enquêtée à Grenoble en janvier 2014.

²¹⁸ Propos d'un Camerounais interviewé à Gaithersburg en avril 2015.

²¹⁹ Propos d'une Camerounaise interviewée à Washington en mai 2015.

²²⁰ Propos d'un Camerounais interviewé à Paris en mars 2014.

²²¹ Propos d'un Camerounais interviewé à Paris en mars 2014.

qu'aujourd'hui, ces publications connaissent un écho non négligeable auprès des populations camerounaises de la diaspora. Le regard de ces dernières serait marqué par une volonté de plus d'ingérence dans la chose étatique au Cameroun et au démantèlement des frontières hégémoniques réfractaires à toute critique émanant des administrés. Il est donc logique que des enquêtés pensent que :

« au moins, eux [ces sites] disent la vérité même sur des sujets sensibles » et « hormis leur amateurisme de temps en temps, je pense qu'avec [ces sites], le gouvernement se sent un peu plus menacé et fais attention à ne pas [...] faire boire toutes leurs balivernes ».

De plus des témoignages²²² tels que :

« en dehors de leurs faits divers aberrants, ils évoquent des sujets importants qui concernent notre société. De pareils problèmes évoqués attirent notre attention et ensemble les Camerounais que nous sommes essayons d'en débattre au travers de la toile et donnons nos différents avis et commentaires en bas de chaque article pointu ;

- « On s'y sent plus libre sur ses sites. Parce que grâce à ces sites, on a sans accent des sujets intéressants et sur quoi débattre pour passer nos soirées sur Facebook, bref sur les reseaux sociaux»,

-« Ce sont des sites d'informations qui à leur niveau se battent, beaucoup plus pour les Camerounais de la diaspora parce que quand on est à l'étranger, on a tendance à négliger ce qui se passe chez soi/ l'information de chez soi. Avec ces sites, on se sent un peu comme à la maison. ils nous amènent l'information dont nous avons besoin, dans la langue que nous comprenons, »

Tous ces argumentaires, on ne peut plus mélioratifs adressés par les diasporas à l'endroit des sites web camerounais, seraient-ils les mêmes si les lecteurs avaient des regards plus avisés sur les questions traités dans l'actualité ? ² Tant il est vrai que, comme le dit un adage camerounais, « l'on ne fait rien pour rien ». Cela supposerait que l'engagement des responsables de ces sites n'est pas totalement désintéressé. Comment donc comprendre leurs motivations, en considérant parallèlement leurs situations financières (parfois en délicatesse) liées au coût d'hébergements des sites, aux rémunérations salariales...)?

Le questionnement peut aller jusqu'à interroger le pourquoi d'une telle stigmatisation des gouvernants et par ricochet du pouvoir en place, dans leur traitement de l'information.

²²² Propos d' enquêtés à Paris en mars 2014.

Aujourd'hui encore, à l'heure où les priorités pourraient être axées sur la santé, l'éducation... compte tenu de la carence d'écoles, de matériels, du taux d'alphabétisation relativement bas, de la faim, des maladies telles que le paludisme, Ebola ou du SIDA qui terrassent les populations..., les questionnements peuvent donc aller jusqu'à interroger cette omniprésence écrasante du politique sur le social.

Est-il légitime d'encore accorder crédit à des thématiques articulées autour de rumeurs de vie privées - nourries de rumeurs, de ragots, donnant place au sensationnel, comme dans ces presses *people*, qui traitent de sujets? Comment donc analyser une telle actualité? Quelle en est la portée? Dans le même ordre d'idées, le discours de suspicion autour de remaniements ministériels, ou encore du décès de la belle-mère du président de la république Paul Biya, édifient-ils la société camerounaise et/ou en écrivent-ils le devenir?

Conclusion

Il s'agissait dans cette première partie de dresser l'état des lieux du « champ médiatique camerounais » à l'aune d'internet, non seulement au travers de l'émergence d'Internet au Cameroun et dans le secteur médiatique, mais aussi dans le sens d'une mise en perspective des sites web camerounais d'informations générales. Il a donc été question de contextualiser les conditions d'apparitions des dits sites et les logiques ayant prévalu à leur création. Ce qui nous a conduit en fin de cette partie à une approche analytique des sites web camerounais d'informations générales au Cameroun permettant d'établir *a priori* le portrait de l'identité éditoriale des sites web d'informations retenus dans notre corpus.

Quels discours et stratégies prévalent dans les productions des sites web camerounais? Sur quoi et comment construisent-t-ils leurs productions médiatiques? Voilà posées les deux principales questions autour desquelles s'axera la deuxième partie de notre argumentaire.

DEUXIÈME PARTIE :

**DISCOURS, CONCEPTION/PRODUCTION ET
STRATÉGIES DES DIASPORAS DANS LE
DÉVELOPPEMENT DES SITES WEB CAMEROUNAIS
D'INFORMATIONS GÉNÉRALES**

Cette deuxième partie de notre recherche se structure en trois chapitres. Le premier chapitre détaille les résultats et observations recueillis sur nos différents terrains d'étude qu'ont été la France, la Belgique et les États-Unis (particulièrement l'état du Maryland). Il y sera question de faire l'inventaire de l'ensemble des réponses personnes enquêtées tout en justifiant le choix des méthodes et outils mobilisés au cours de la recherche. De plus, nous aurons recours pour un souci d'efficience à une analyse de contenu qui posera le traitement intelligible des articles recensés sur ces sites du 15 janvier 2014 au 15 janvier 2015. Le second chapitre interroge les enjeux stratégiques et politiques des sites web camerounais d'informations générales, tandis que le troisième chapitre de cette deuxième partie s'intéresse aux différentes pratiques discursives se construisant autour de ces sites.

CHAPITRE 4 : PRÉSENTATION SCHÉMATIQUE ET ANALYSES SECTORIELLES DES RÉSULTATS OBTENUS DES DIFFÉRENTS TERRAINS.

Ce chapitre consiste pour nous à présenter les différents résultats obtenus *via* deux principaux d'outils de collecte, que sont le questionnaire – administré aux internautes de la diaspora camerounaise – et un protocole d'entretien - adressé aux promoteurs des sites web camerounais, retenus dans le cadre de cette étude.

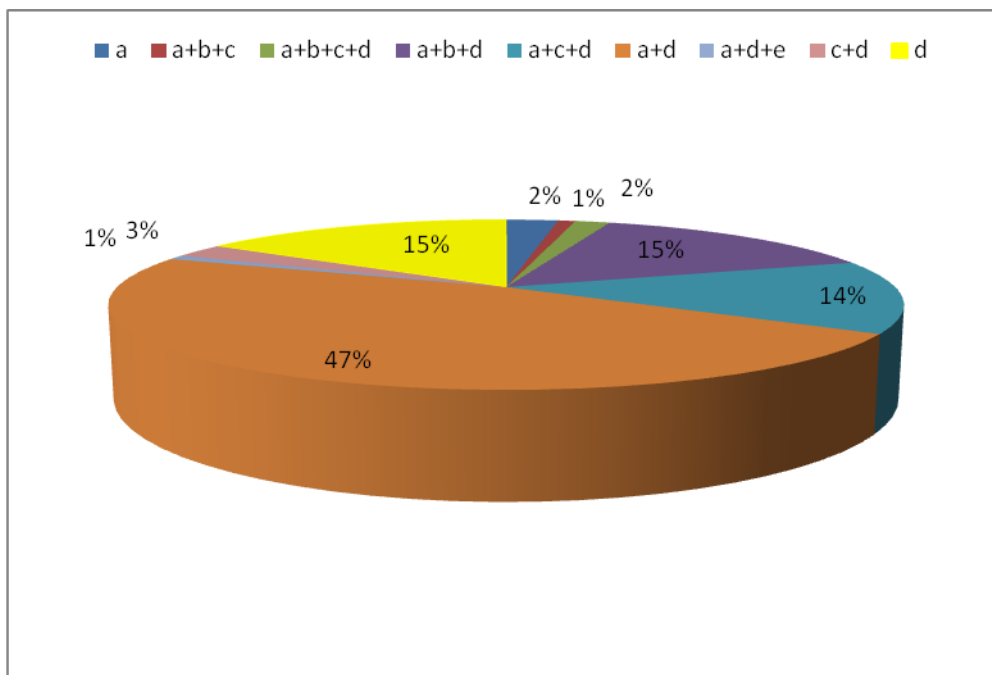
Cette section entend présenter succinctement les résultats et *ce* dans un souci de constituer une première base de statistiques inférentielles, une première partie des données obtenues des réponses de nos enquêtés, constituées des diasporés camerounais de France, de Belgique et des États-Unis. Pour ce faire, nous avons eu recours au logiciel *open office calc*.

A-1) Dépouillement: le cas de la France.

A-1-2) Au sujet des questions fermées.

Au cours de notre enquête sur le territoire français, sur 350 questionnaires distribués, 117 nous ont été retournés, nous pouvons présenter les résultats obtenus suivants :

Diagramme 1: les moyens d'informations des diasporés camerounais de France



Légende :

a : Journal télévisé

b : radio diffusion

c : presse quotidienne

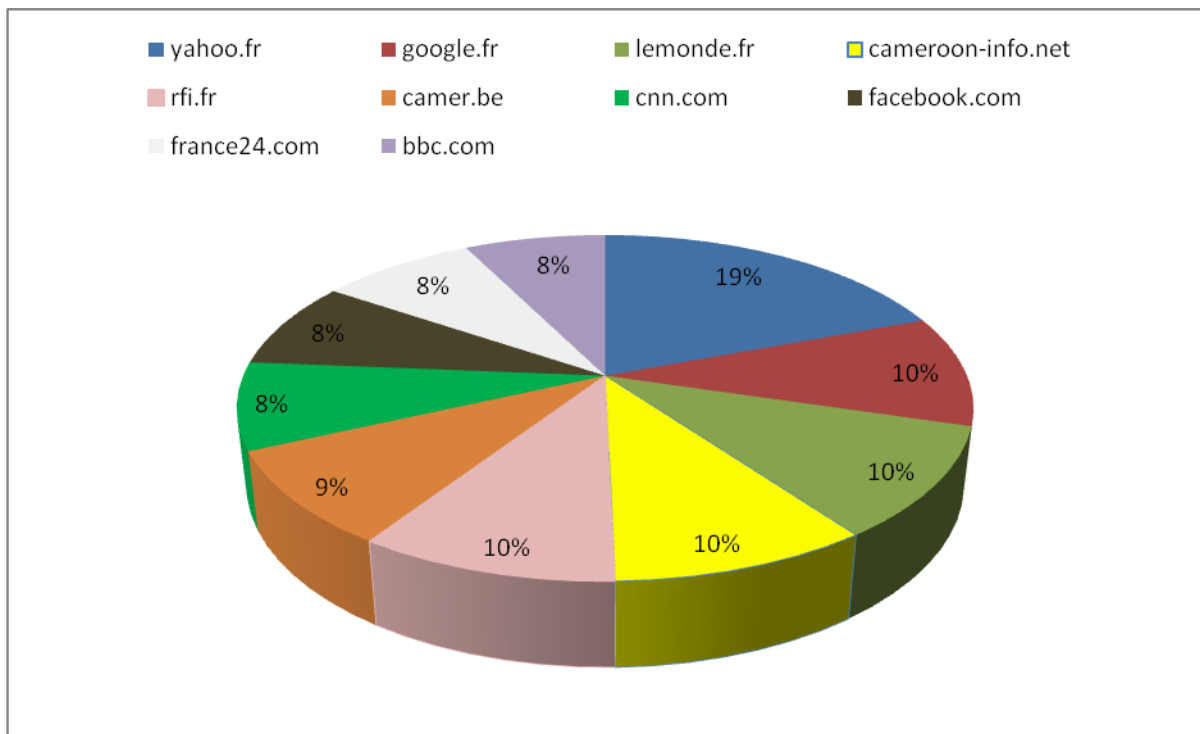
d : internet

e : autre

Nous avons utilisé le signe « + » pour traduire l'utilisation de ou plusieurs supports jumelés. C'est-à-dire que a+d traduirait le recours au journal télévisé et à Internet ; il y en va de même pour les autres déclinaisons.

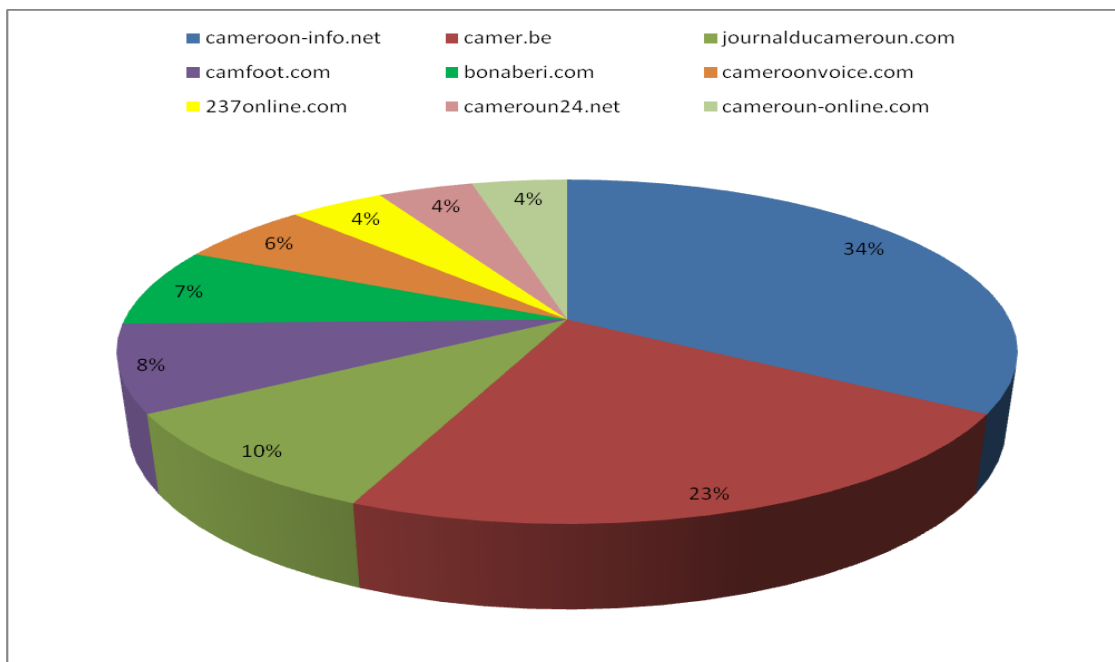
Parmi les Camerounais de la diaspora résidant en France, 47% s'informent par Internet et le journal télévisé, à côté de 15% pour Internet uniquement d'une part et journal télévisé, radio diffusion et internet (a+b+d) comme supports informationnels.

Diagramme 2 : Sites consultés par habitude pour s'informer



Du panel des Camerounais interrogés en France au sujet des sites internet qu'ils avaient l'habitude de consulter pour s'informer, il en est ressorti plus d'une vingtaine (cf. annexe 4) Cependant, il n'en apparait que dix dans ce diagramme pour un souci de lisibilité. Ainsi, les dix sites les plus consultés par les immigrés camerounais de France seraient-ils *yahoo.fr* (soit 19%), *cameroon-info.net* (10%), *lemonde.fr* (10%), *rfi* (10%) *google.fr* (10%), *camer.be* (9%), *facebook.com* (8%), *cnn.com* (8%), *france24.com* (8%), *bbc.com* (8%).

Diagramme 3 : Sites camerounais consultés par les diasporés camerounais de France



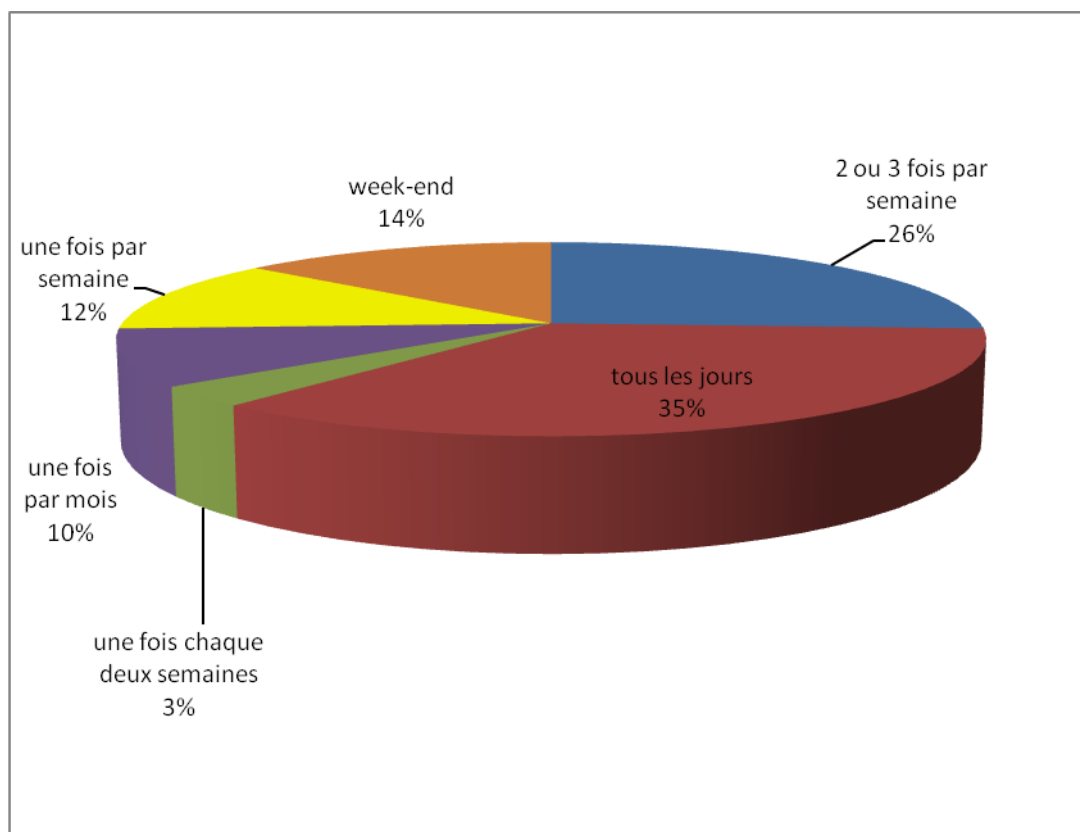
Le diagramme 3 ci-dessus représente schématiquement les neuf sites camerounais les plus consultés par les diasporés camerounais qui ont constitué notre échantillon. *Cameroon-info.net* apparaît être le site camerounais le plus visité par les dits diasporés à une hauteur de 34 %. Ensuite, se positionne *camer.be* avec 23% contre *journalducameroun.com* avec ses 10%, *camfoot.com* avec 8%, *bonaberi.com* avec 7%, *cameroonvoice.com* avec 6% et *237online.com*, *cameroun24.net* et *cameroun-online.com* avec 4%

Vous trouverez en annexe n° 5 une présentation plus détaillée.

commentaires: Du terrain, par le biais des internautes interrogés, nous avons découvert l'existence d'autres sites web camerounais d'informations générales, à l'instar de: *camernews.com*, *cameroun24.de*, *mboa24.net*, *newsmba.com*, *mboapages.com*, *camnews24.net*, *camnews24.com*, *camerpost.com*.

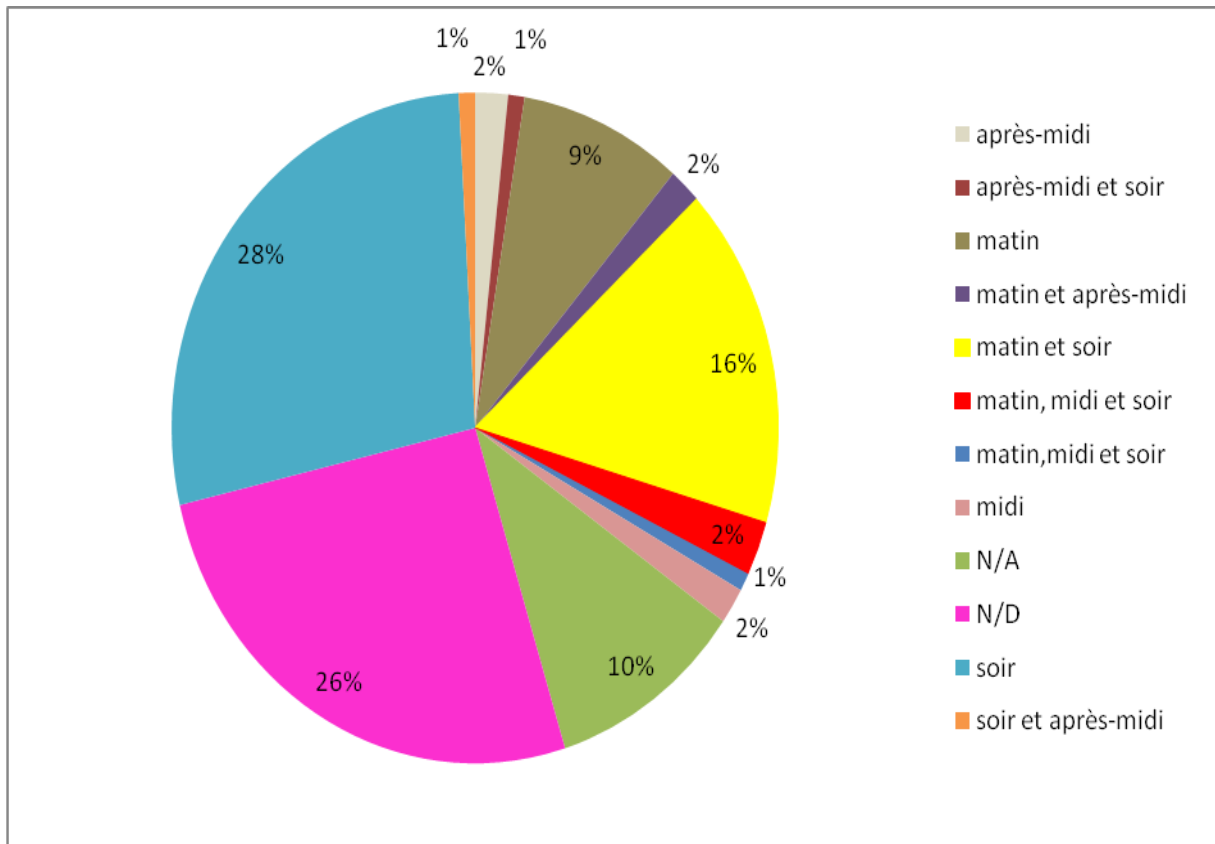
Nous avons également repéré des confusions dans les réponses des enquêtés. En effet, à la question 3.1 : quels sont les sites que vous consultez pour vous informer sur l'actualité au Cameroun ?, certains enquêtés nous évoquaient le forum *LCCLC (le Cameroun c'est le Cameroun)* comme réponse, bien que celui si ne soit qu'un forum présent sur *Facebook*.

Diagramme 5 : Fréquences de consultations des sites d'informations camerounais par les diasporés de France.



35 % des enquêtés de France consultent les sites web camerounais d'informations générales tous les jours, 26% d'entre eux deux à trois fois par semaine contre 14% une fois par mois. Tandis que 12% des enquêtés en France se connectent une fois par semaine, 10% une fois par mois et 3% d'entre eux une fois chaque deux semaines.

Diagramme 6 : Moments de connexion



Légende :

N/A : (Non Applicable), désigne l'ensemble des enquêtés n'ayant apporté aucun élément de réponse à cette question.

N/D : (Non Défini), désigne l'ensemble des enquêtés, qui, dans leurs réponses, ne faisaient pas état d'horaires et/ou de moments précis auxquels ils se connectaient. Dans cette catégorie, on trouvait des enquêtés qui nous disaient se connecter à tout moment où ils disposaient d'une connexion internet et d'un peu de temps libre. Ce qui nous a donné droit à des réponses du style:

« Pas de créneau précis, c'est en fonction d'une actualité précise que j'y vais ;

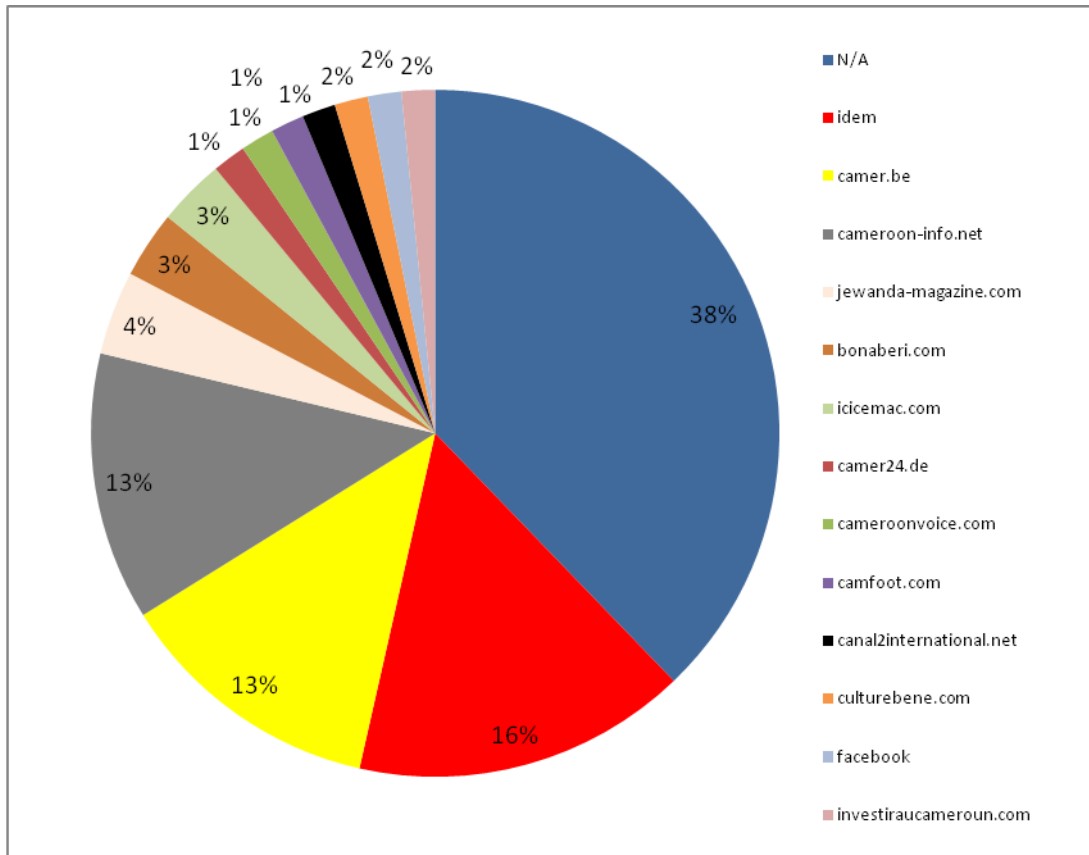
- Dès que je suis connecté (toute heure) ;

- Je n'ai pas d'heure précise. Je le fais lorsque j'y pense ou encore lorsque je veux lire un papier dont j'ai entendu parler ou encore pour connaître l'actualité qui fait les gros titres au Cameroun.; Je le fais parce que je m'intéresse à ce qui se passe au Cameroun, parce que sa construction, son avenir m'intéressent. Je me sens concernée ;

- *Peu importe l'heure parce que je ne suis pas trop intéressé par les informations au quotidien ;*
- *Je n'ai pas d'heure. au bureau on dispose d'une connexion internet dont je peux lire les infos à tout moment de la journée ;*
- *J'ai pas d'heure. À mes moments libres ;*
 - *N'importe lesquelles ;*
 - *Cela dépend de l'actualité en cours et de ma disponibilité ;*
 - *Pas d'heure précise, dès que je peux, je le fais ;*
 - *À tout moment sur mon téléphone dès que je reçois une alerte ;*
 - *Pas d'heure précise. Quand je vais sur facebook ;*
 - *Je suis presque toujours connectée. Je peux regarder les sites à tout moment .*
²²³ »

Le terrain nous permet donc d'affirmer que 28% de nos enquêtés se connectent sur les sites web camerounais d'informations à trois principaux moments par soit le matin à midi et le soir.

Diagramme 7 : Sites s'adressant aux diasporas camerounaises de France



Légende :

N/A : Non Applicable. Nous avons délibérément choisi d'identifier par le sigle N/A les réponses d'enquêtés ne connaissant pas de sites s'adressant aux diasporas camerounaises. Ceci s'explique par des réponses d'enquêtés, telles que :

- « *Je ne consulte plus les sites de la diaspora, trop de mensonges ;*
- *Je n'en connais vraiment pas, désolé ;*
- *Je ne connais pas de site spécialisé à la diaspora camerounaise ;*
- *Je n'en connais pas ;*
- *Aucun ;*
- *Rien ;*
- *Je n'en connais même pas un ! ;*
- *Je ne pense pas déjà être tombé sur des sites s'adressant à la diaspora camerounaise ;*

- *Je n'en connais pas de spécial si ce n'est taper sur un moteur de recherche informations sur le Cameroun ou cameroun infos tout court »²²⁴.*

Ce sigle **N/A** (non applicable), nous a également permis d'identifier tous les enquêtés ayant laissé un espace vide en réponse à cette question ou un simple trait (qu'il soit oblique ou horizontal).

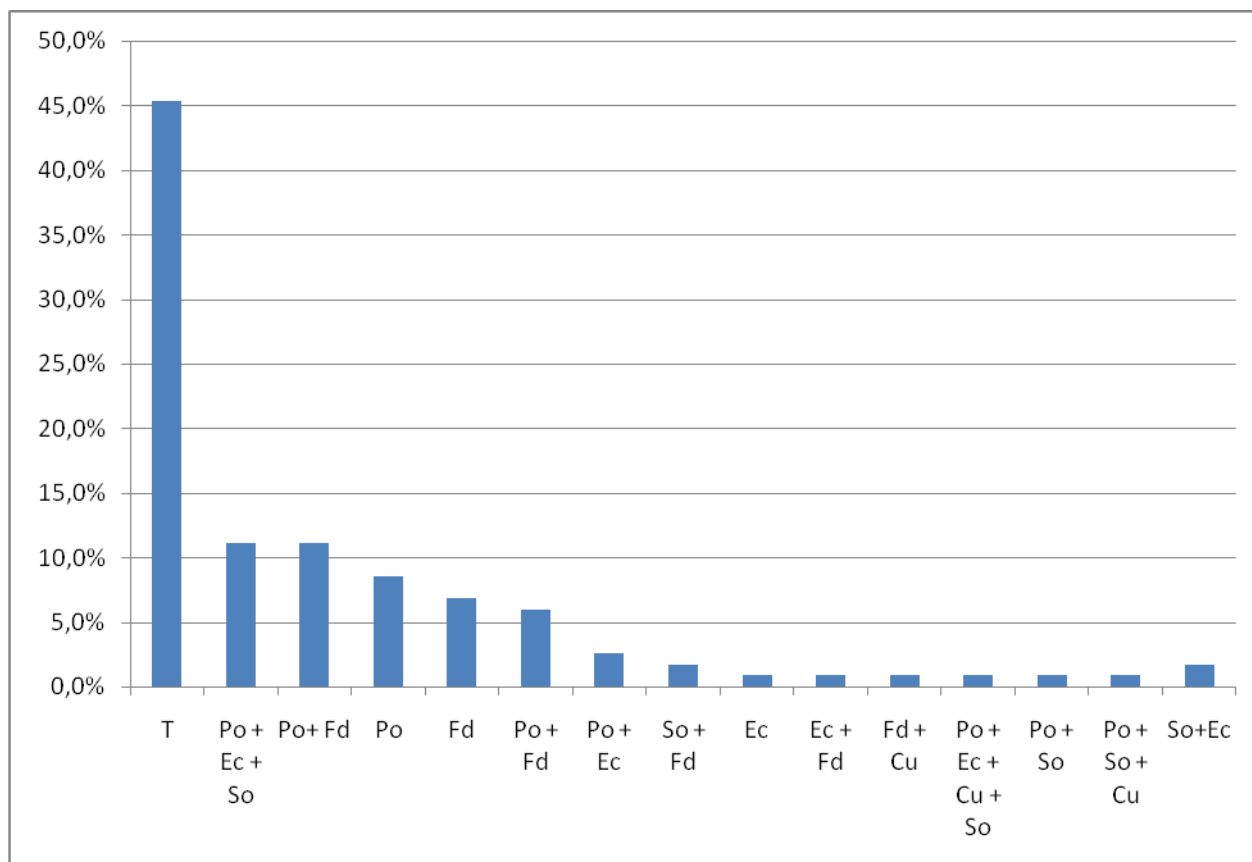
Idem : renvoie aux ensembles de réponses identiques (entre les questions Q6 et Q3) données par les enquêtés.

Après dépouillement des différentes questions, nous nous sommes rendu compte que cette question Q6 prêtait à confusion avec la question Q3 ; dans la mesure où les enquêtés se référaient déjà à leurs réponses évoquées en Q3. Ce qui explique des réponses comme « *idem* », « *déjà cités plus haut à la question 3-1* », « *même sites que ceux que j'ai cité plus haut* » ... ou tout simplement ces enquêtés recopiaient eux-mêmes les mêmes réponses...

Commentaires : Des différentes réponses collectées ici, notons que les sites adressés aux communautés diasporiques, les Camerounais de France, nous ont mentionné entre autres : *icicemac.com*, *jewanda-magazine.com*, *camerpost.com*, *afrik.com*, *telediaspora.net*, *camerpages.net* *culturebene.com*... et contre toute attente, *facebook.com* a été mentionné. Cependant, bien que *Facebook* ait été mentionné, les enquêtés prenaient chaque fois la précaution d'expliquer qu'ils s'agissaient de posts et liens sur *facebook.com*, relatifs aux forums partagés par les communautés camerounaises à travers le monde. À cet effet, ils ont mentionné des groupes tels que "*LCCLC*" (*le cameroun c'est le cameroun*), "*les ways ndolè*", "*ça se passe ici*", le "*code237*"...

²²⁴ Propos d'enquêtés recueillis à Paris, Grenoble, Lyon et en Île de France en 2014.

Diagramme 8 : type d'information recherchée



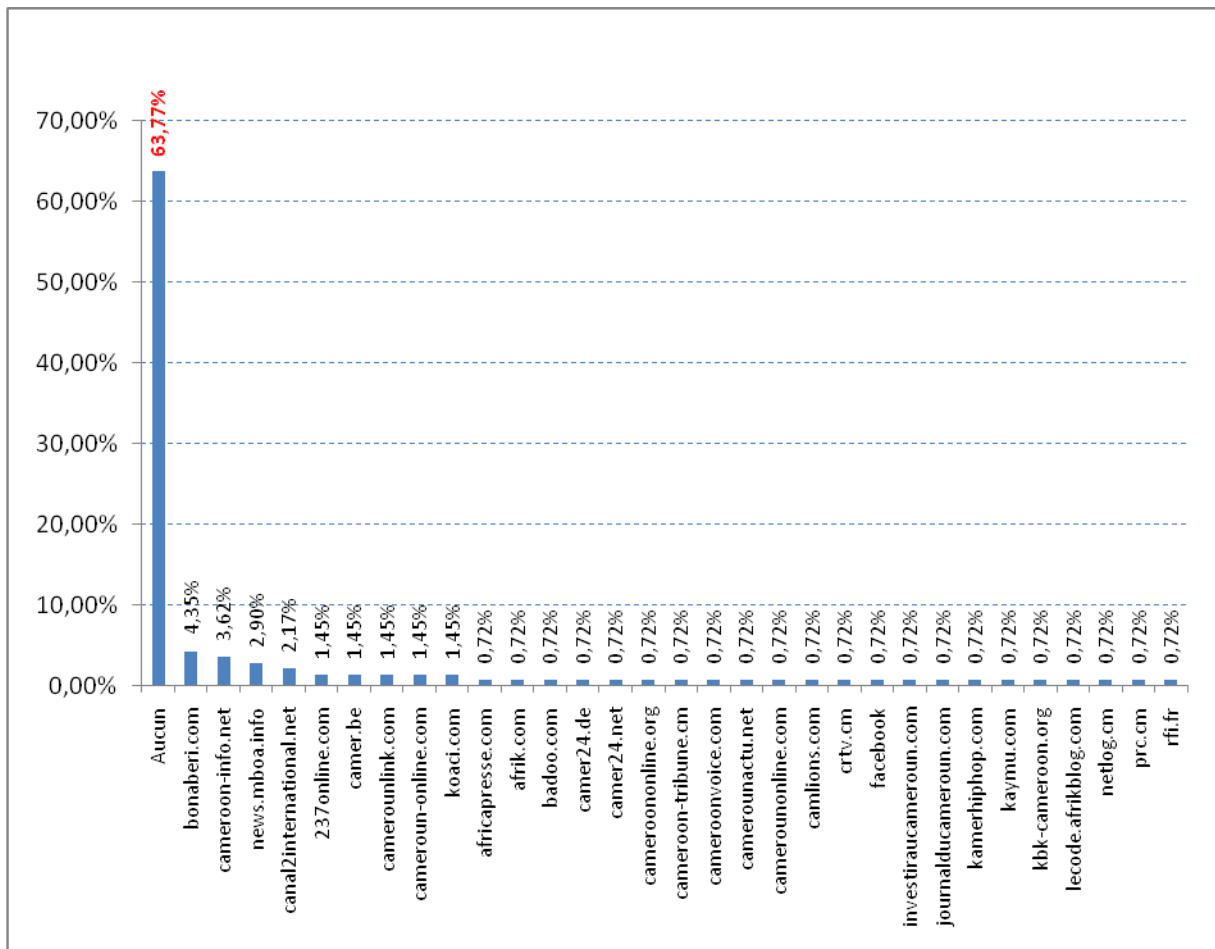
Légende :

So : sociales Po : politiques Ec : économique Cu : culturelles Fd : faits- divers

Nous avons utilisé le signe « + » dans le graphe ci-dessus pour en lieu et place de la conjonction de coordination « et ».

En somme, d'après ce graphe, il en ressort que lorsque les diasporés camerounais de France visitent les sites web camerounais d'informations générales, 45,3% y vont pour y rechercher des informations de tout ordre, qu'elles relèvent du social, du politique, de l'économique, du culturel ou des faits-divers. De plus, 11,1 % de ces enquêtés sont intéressés par les informations politique, économique et sociale ; 11,1% autres par les informations d'ordre politique et les faits - divers, 8.5% d'entre eux par des informations politique et 6,8 % par les faits - divers.

Diagramme 9: sites diasporiques connus mais non consultés



Près de 64% de notre échantillon des Camerounais enquêtés en France ont dit ne pas consulter de sites diasporiques bien qu'ils les connaissent.

Commentaires Au terme du dépouillement des données récoltées auprès des diasporés camerounais résidant en France, il ressort que bien que ceux-ci (soit 37%) aient connaissance des sites camerounais d'informations générales, ils n'y vont pas souvent pour s'informer et ceci pour différentes raisons :

*un désintérêt personnel :

« je ne suis pas familière avec les sites camerounais ²²⁵ ;

²²⁵ Propos d'une interviewée recueillie devant le centre commercial les *Quatre temps* à la Défense à Paris. Mars 2014.

- *En effet, je ne les consulte pas du fait que je n'ai pas pris l'habitude de le faire*²²⁶ ;

- *Je suis un étudiant très très occupé... Je ne connais pas plus ces sites là.* »²²⁷...

*une surinformation, due probablement à l'existence d'une multitude de sites web camerounais tous à vocation informative :

« *Camerouninfo.net, bonaberi.com, parce que j'évite au maximum de m'encombrer au maximum avec des sites d'informations car un seul bon site, me paraît suffisant ;*

- *Cameroonlink, cameroononline, 237online, journalduCameroun... J'estime que ceux que je consulte sont suffisants pour me donner une idée assez précisée et assez juste de ce qui se passe au Cameroun.* »²²⁸...

*une méconnaissance nourrie par des préjugés et/ou stéréotype :

« *Cameroonlink, cameroononline, 237online, journalducameroun... J'estime que ceux que je consulte sont suffisants pour me donner une idée assez précisée et assez juste de ce qui se passe au Cameroun ;*

- *Crtv, Présidence de la république,[www.crtv.cm, www.prc.cm] car on a l'impression que l'information y est manipulée ;*

- *Je ne consulte plus les commentaires sur cameroon-info.net à cause des propos tribalistes ;*

- *News.mboa.info pour moi c'est de la propagande ;*

- *afrik.com, koaci.com car ils n'abordent plus la problématique de la malgouvernance comme les autres* »²²⁹

* des contenus semblables et/ou des similitudes dans le traitement de l'information :

« *Camlions.com; 237online.com ; Cameroonvoice; kamerhiphop.com pour la simple raison que les informations publiées par ceux ci sont les même que celles publiées dans d'autres sites, et sont moins détaillées* » ;

²²⁶ Propos d'un Camerounais interviewé à la gare du Nord. Mars 2014.

²²⁷ Propos d'un étudiant interrogé sur le campus à l'université de Grenoble. Janvier 2014.

²²⁸ Propos d'enquêtés interviewés à Paris en mars en 2014.

²²⁹ Propos d'enquêtés recueillis à Paris, Grenoble, Lyon et en île de France en 2014.

- bonaberi.com, cameroun-online.com *parce que les autres sites donnent pratiquement les même informations* » ;

- koaci (sauf redirection liens Facebook), site des journaux camerounais en ligne.; *Parce que Cameroon-info.net est relativement synthétique* »²³⁰

*les contenus manquants de consistance :

« www.camer24.com; camerounonline.com; camerounactu.net, ces sites manquent de consistances et de rigueur dans la collecte et le traitement de l'information;

- *Ce sont beaucoup plus des agrégateurs d'infos, qui copient et relaient les articles publiés ailleurs et non pas des fois la décence de siter la source initiale ;*

- *Il y a aussi un manque d'originalité. Tous faisant la même chose et publiant les même articles, du coup, autant mieux consulter les sites connus que ceux versant dans une pâle copie* »²³¹,

*des interfaces non attrayantes :

« cameroon-info.net et bonaberi.com *car l'interface est peu attrayante* »²³²

*la méfiance et la non-information :

« *comme dit plus haut, je n'en connais pas de particulier. J'ai l'impression qu'il y en a pas car apparemment le site web camerounlink est géré par un camerounais vivant en France donc avec des informations qui ne sont peut être pas forcément vérifiées et voir vrai* »,

* professionnalisme douteux :

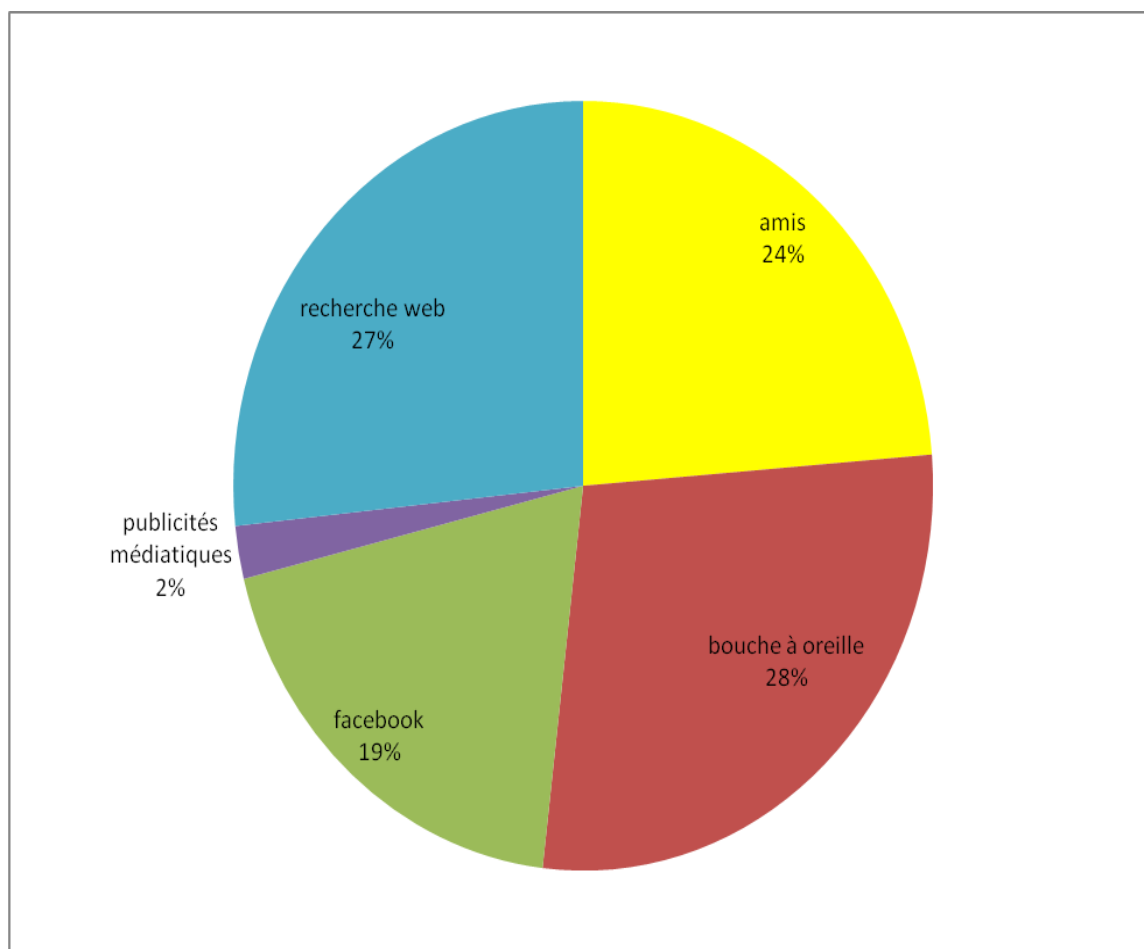
« bonaberi.com, news.mboa.info - *articles généralement non signés, manque de crédibilité* »,²³³

²³⁰ Propos d'enquêtés recueillis à Paris, Grenoble, Lyon et en île de France en 2014.

²³¹ Propos recueilli dans le 18^{ème} arrondissement de Paris dans un restaurant exotique dénommé « Muna Mboa » le 28 février 2014.

²³² Réponse d'un enquêté dans un train en direction de Lyon et en provenance de Grenoble en date du 15 février 2014.

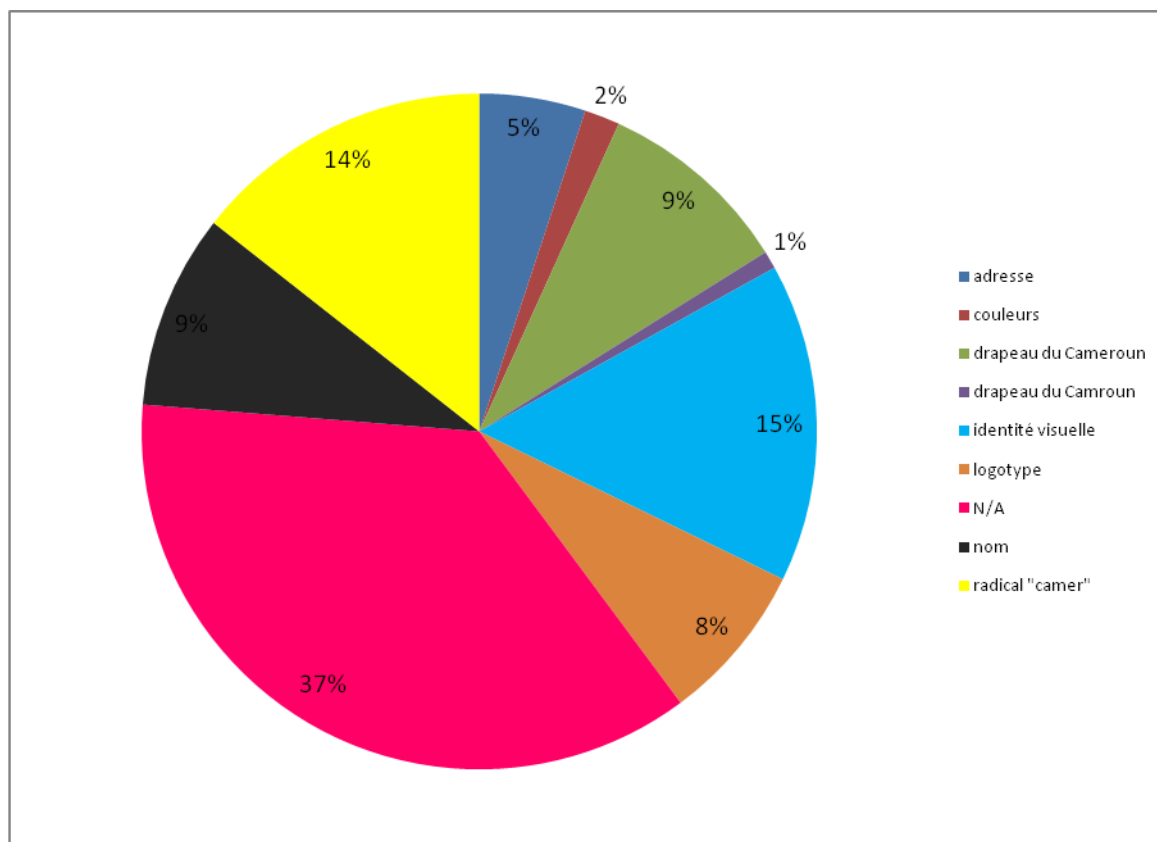
Diagramme 10: moyens de connaissance des sites web camerounais d'informations générales



Les Camerounais résidant en France ont connu pour la toute première fois l'existence des sites web camerounais d'informations générales par quatre principaux moyens, dont le bouche à oreille (soit 28%), par recherche web (soit 27 %), par des recommandations de proches / amis et/ou connaissances (soit 24 %) et par le réseau social *Facebook* soit 19%).

²³³ Eléments de réponses obtenues d'un étudiant camerounais sur le campus (en bibliothèque) en janvier 2014.

Diagramme 11: moyens d'identification des sites

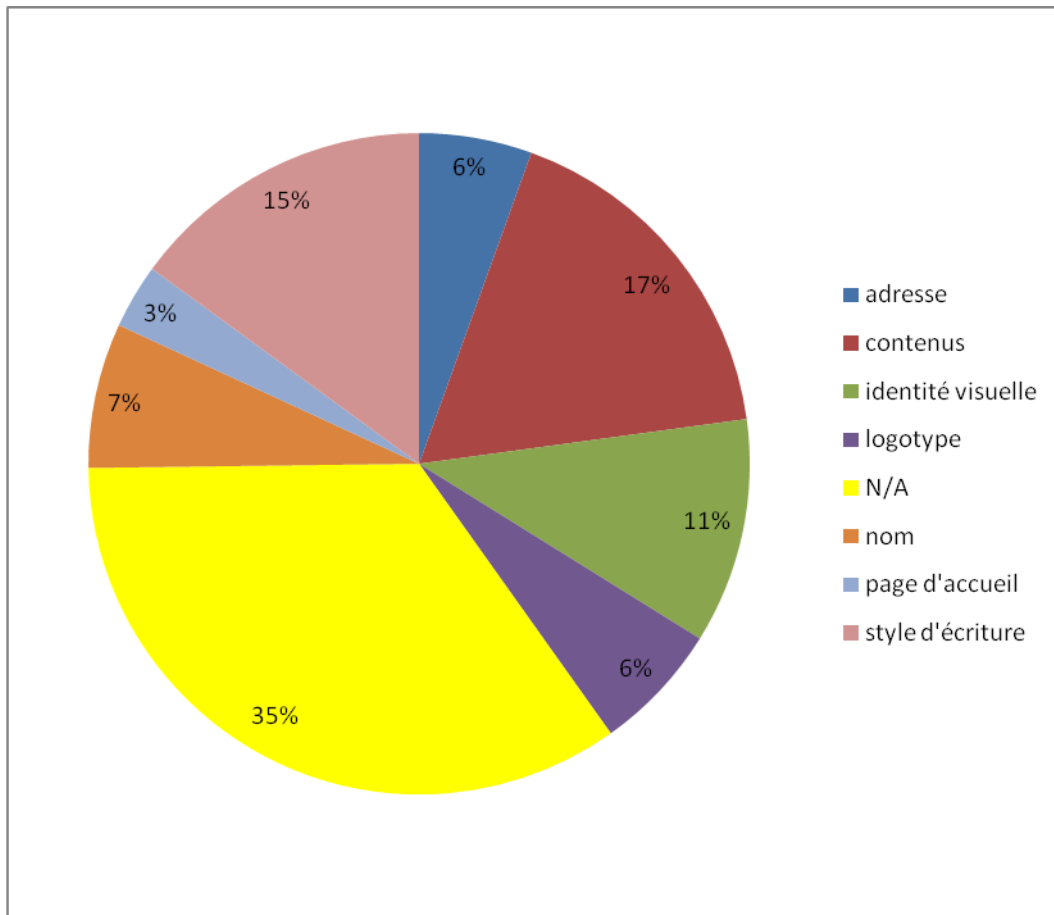


À la question de savoir comment les enquêtés de France identifiaient les sites web camerounais d'informations générales, 37 % de ces enquêtés n'ont pas répondu. 15% d'entre eux ont certifié identifier ces sites par leur système d'identification visuelle c'est-à-dire *via* leur nom, couleurs, signature et charte graphique ; 14% par leurs différentes adresses URL personnalisées en général et par le radical « camer » contenu dans chacune de leur dénomination respective ; 10% par le code couleur du drapeau camerounais et 9 % par leurs logotypes respectifs.

Commentaires :

Une attention particulière a été portée par plus d'un des enquêtés sur la présence du radical « camer » dans la dénomination de plus de la moitié des sites web camerounais d'informations générales. À titre d'exemple nous pourrions énumérer *cameroun-online.com*, *cameroon-info.net*, *camer.be*, *camerpost.com*, *camerounactu.net*, *camerounlink.com*, *cameroun24.net*, *JournalduCameroun.com*, *camer24.de*, *camerounoononline.org...*

Diagramme 12: Eléments de différenciation des sites web camerounais d'informations



Du panel de Camerounais résidant en France interrogés, 35% nous ont avoué avoir du mal à différencier les sites web camerounais d'informations générales les uns des autres ; 17% essaieraient de les différencier en fonction des contenus que ces sites produisent ; 15 autre % par leur style d'écriture, à côté de 7% qui les distingueraient par leur dénomination sociale et 6 autre % par leur adresse URL et leur logotype respectif.

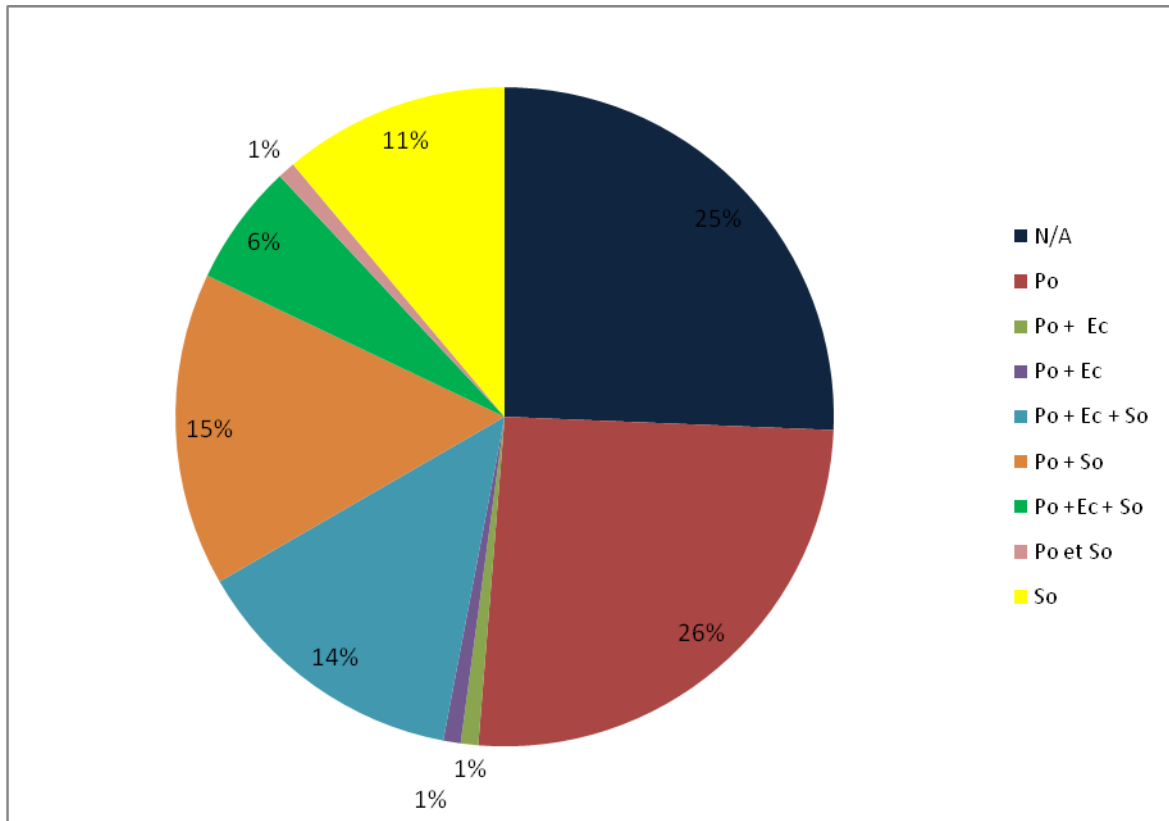
Commentaires :

Très peu d'enquêtés ont cité l'adresse comme élément de différenciation des sites web camerounais d'informations générales étudiés. Cela s'expliquerait probablement par la multiplicité de ces sites, lesquels, parfois, ont la même dénomination. D'où la difficulté pour les enquêtés à tous les mémoriser. L'on pourrait donc comprendre des éléments de réponses telles que :

« Je ne les différencie pas trop vu que les mots "camer" "cameroun" ...reviennent souvent »,

«je ne les différencie pas vraiment, ils sont toujours d'une certaine manière à la couleur du Cameroun, et peu attrayant en mon sens (vert, rouge, jaune) »²³⁴

Diagramme 13: Thématiques les plus traitées



25 % des enquêtés de France n'ont émis aucun avis au sujet de l'axe des thématiques abordées par les sites web camerounais d'information générales ; 26% des diasporés camerounais enquêtés pensent que ces sites ne sont constitués qu'en grande majorité d'actualité politique ; 14% de ces enquêtés estiment que, aussi bien le politique, que le social et l'économique, sont traités dans l'actualité des sites web camerounais d'informations générales.

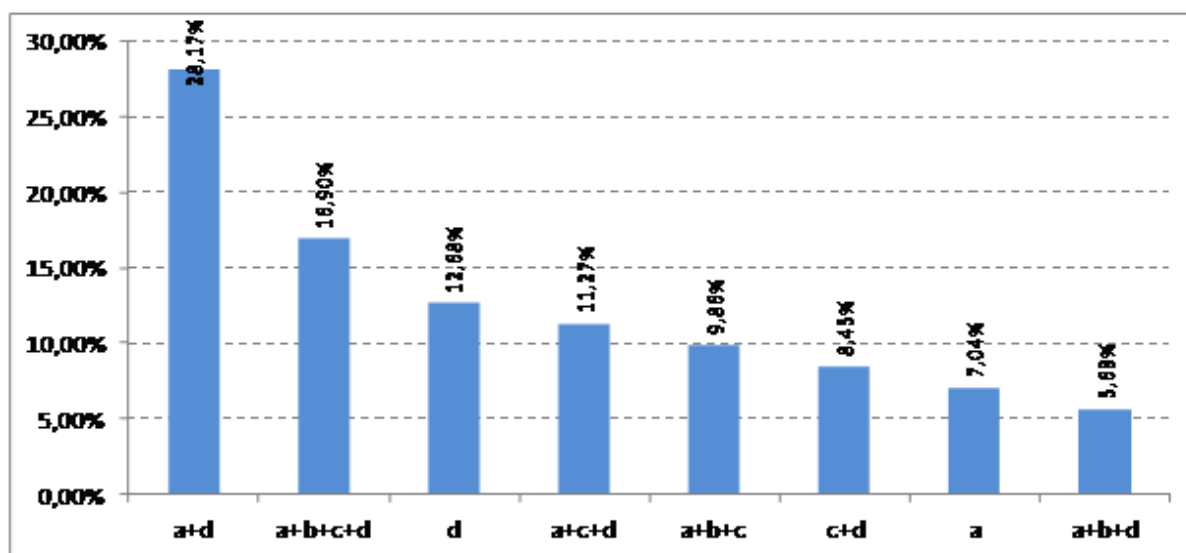
A-2) Dépouillement: cas de la Belgique.

²³⁴ Propos tenus par deux enquêtés à Paris 18^{ème} en date du 15 mars 2014.

Les diasporés camerounais vivant en Belgique ont également constitué notre population d'étude. Au terme du déroulement de notre terrain, soixante et onze questionnaires nous ont été retournés, à des échelonnements différents – du fait de notre localisation principale en France -, aussi bien par messagerie électronique que par voie postale. Nous avons représenté schématiquement ces résultats, grâce au logiciel *open office calc*.

A-2-1) Au sujet des questions fermées.

Diagramme 14 : Moyens d'informations des diasporés camerounais de Belgique.



Légende :

a : Journal télévisé
d : internet

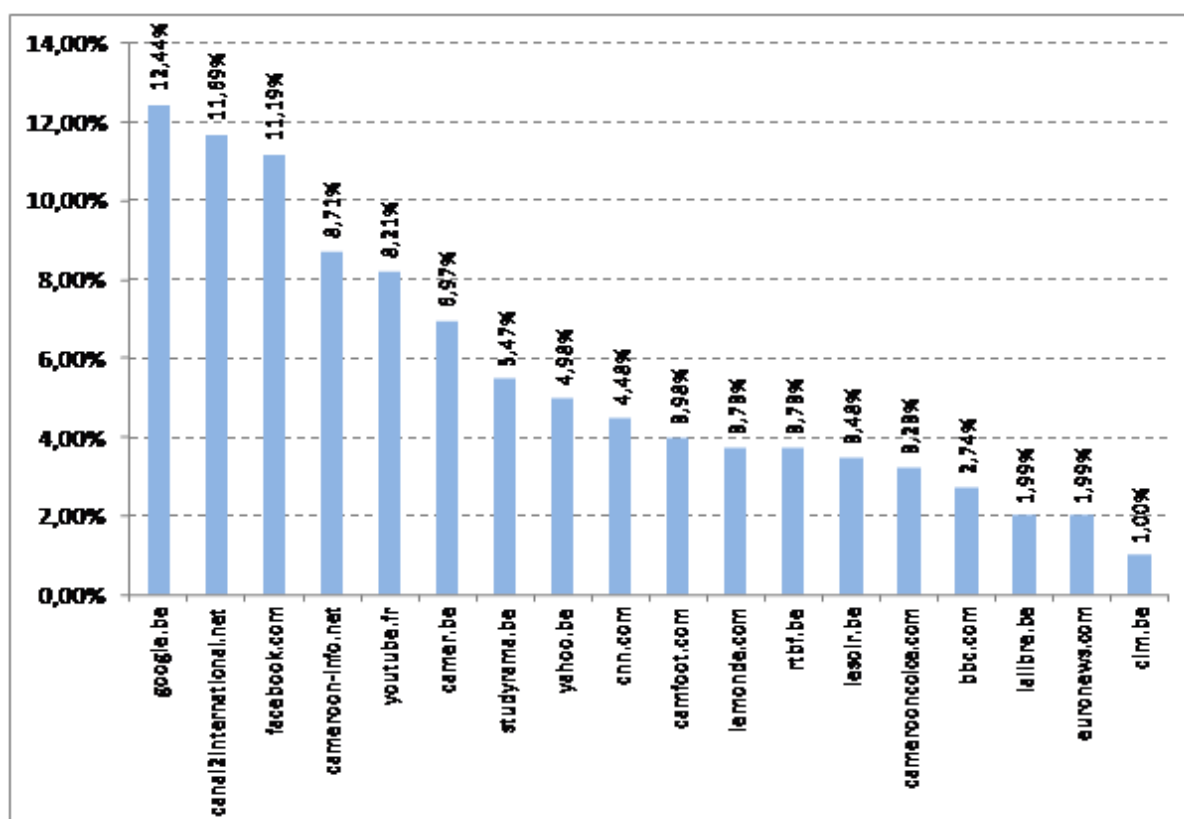
b : radio diffusion
e : autre

c : presse quotidienne

Nous avons eu recours au signe « + » sur le graphique ci-dessus pour traduire l'utilisation de ou plusieurs supports jumelés. C'est-à-dire que c+d traduirait le recours à la presse quotidienne et à Internet comme moyen d'information ; il y va de même pour les autres déclinaisons.

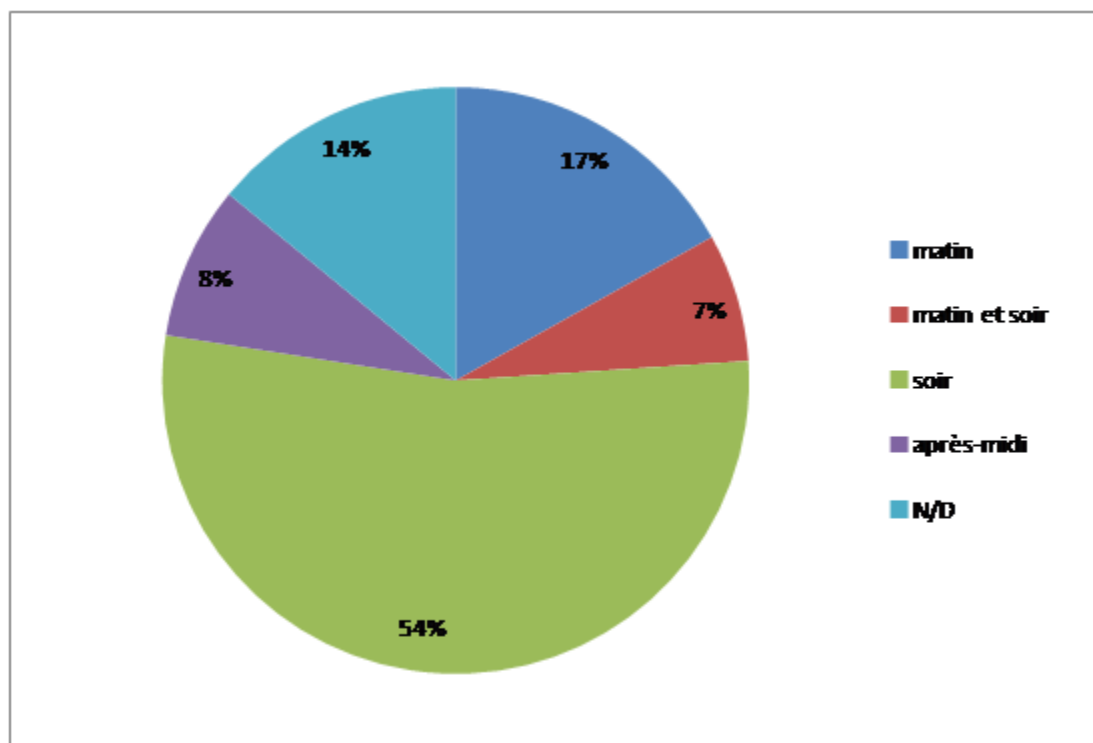
Environ 28% des diasporés camerounais enquêtés en Belgique usent principalement du journal télévisé et d'Internet pour s'informer, contrairement à 16 %, qui privilégient la presse quotidienne et la télévision, en plus de deux autres moyens sus-mentionnés, et 12% usent uniquement d'Internet pour avoir accès aux informations.

Diagramme 15 : Sites habituellement consultés par les diasporés camerounais de Belgique pour s’informer.



Les Camerounais de Belgique ont généralement recours aux principaux sites web suivants pour s’informer : google.be (12,44%), canal2international.net (11,69%), facebook.com (11,19%), cameroon-info.net (8,71%), youtube.fr (8,21%), camer.be (6,97%), studyrama.be (5,47%), yahoo.be (4,98%), cnn.com (4,48%), camfoot.com (3,98%) ...

Diagramme 16 : Moments de connexion des diasporés camerounais de Belgique



Les moments de connexion des Camerounais de Belgique se répartissent *grosso modo* en quatre temps, dont le soir (à 54%), le matin (à 17%), le matin et le soir (7%), l'après-midi (à 8%).

Diverses raisons ont été évoquées à ce sujet. Tandis que certains *estiment " avoir des emplois de temps chargés"*,²³⁵ aussi bien en journée qu'en semaine, d'autres présentent des justifications comme la quasi-non constance de la production des informations sur ces sites. Un tel constat semble se dégager de déclarations, telles que:

« Je me connecte généralement vers 17h dans les transports à mon retour du boulot, parce qu'en semaine je n'ai vraiment pas de temps ;

- 19h/20h, quand je rentre du boulot je peux lire ;*
- Après le repas du soir entre 21h et 21h30 pour m'informer sur les informations du jour tout en me relaxant ;*
- En soirée vers 20h car je suis très souvent occupée par le boulot et les enfants. »*

²³⁵ Propos d'un étudiant camerounais en pharmacie de l'Université Catholique de Louvain, Bruxelles, juin 2014.

« à 23h au coucher parce que ce n'est qu' à ce moment-là que j'ai du temps a moi et peux souffler »²³⁶

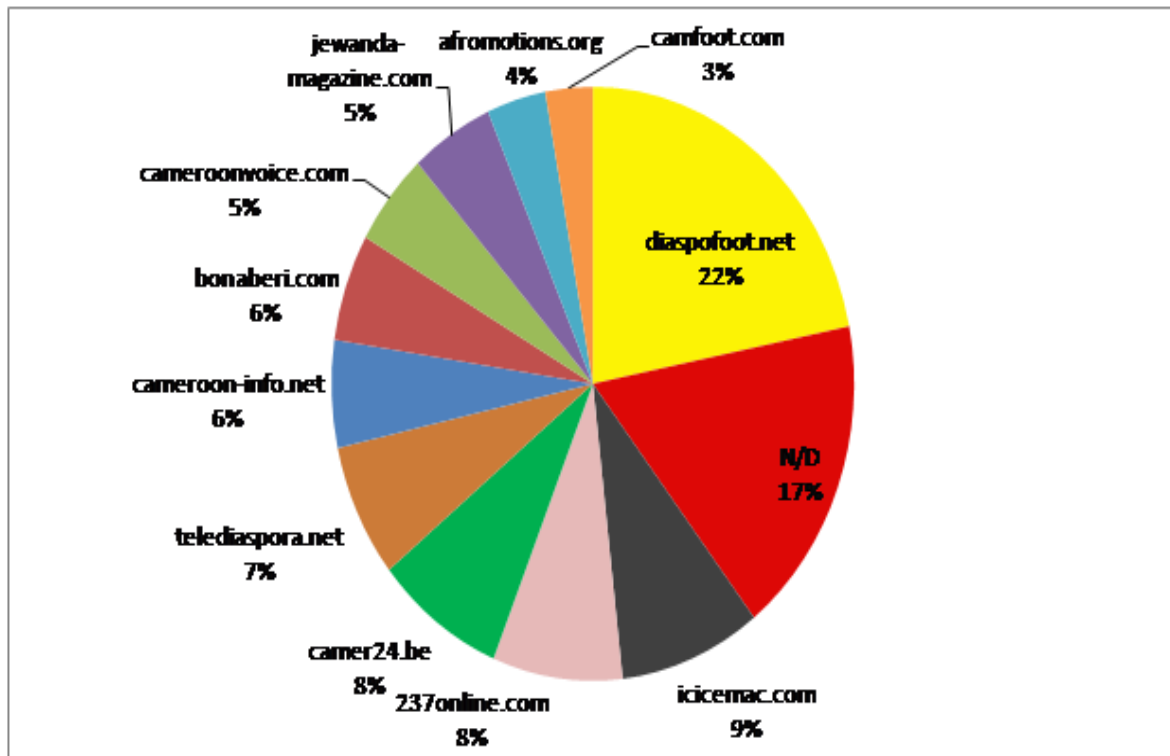
Et des propos tels :

« Ces sites ne produisent pas des informations minute by minute au même titre que les sites pro comme le monde, donc je préfère y aller juste le week-end pour avoir une vue générale de tout ce qui a eu à se passer en semaine »²³⁷

- La fréquence de leurs différentes parutions confondues ne nécessitent pas qu'on y aille en permanence, donc une soirée par weekend est suffisante pour être au parfum de toute l'actualité camerounaise sur le globe. »²³⁸

- Quelques matinées pendant mes weekend sont assez pour être tenu au jus de l'info. Camer.»²³⁹

Diagramme 17 : Sites s'adressant aux diasporas camerounaises de Belgique



²³⁶ Propos recueillis auprès de diasporés camerounais (résidant en Belgique) lors de la rencontre culturelle camerounaise Challenge à Dortmund du 6 au 9 juin 2014.

²³⁷ Propos d'une Camerounaise interviewée à l'arrêt de métro Porte de Naamur le 14 juillet 2014. Bruxelles, juillet 2014.

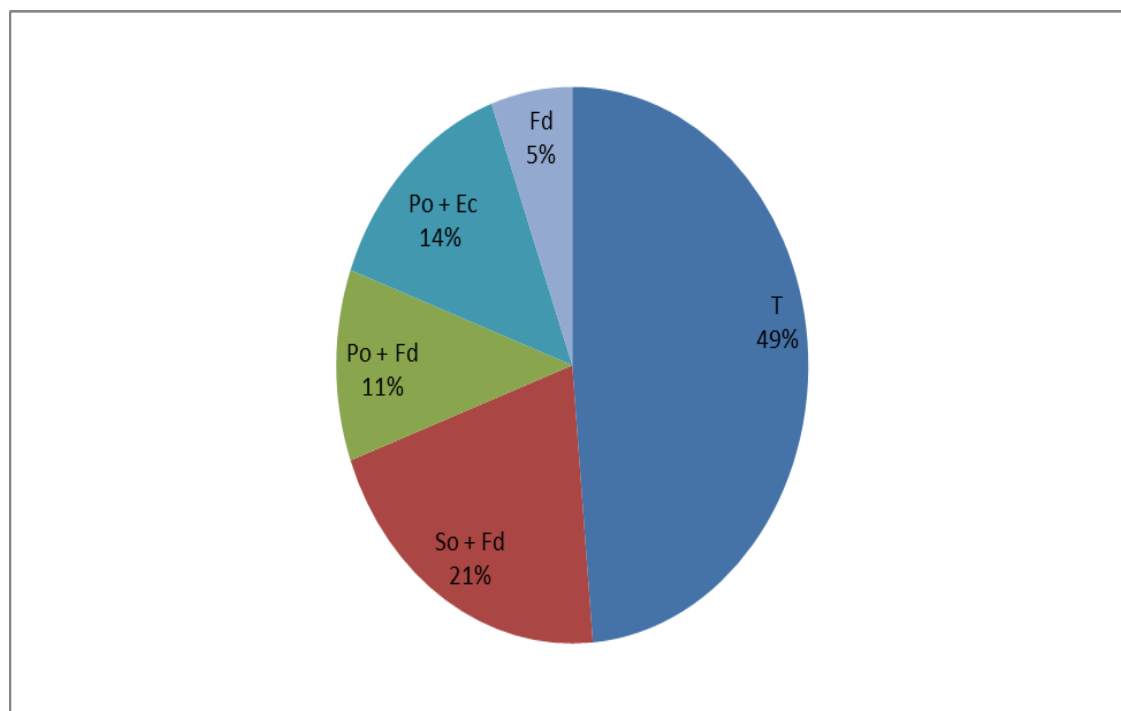
²³⁸ Réponse d'un Camerounais interrogé en face de la gare du Midi. Juillet 2014.

²³⁹ Eléments de réponses obtenues d'un Camerounais dans le restaurant exotique camerounais le Kirikou, Bruxelles, août 2014.

Les diasporés camerounais de Belgique ont identifié entre autres *diaspofoot.net* (22 %), *icicemac.com* (9%), *237online.com* (8%), *camer24.be* (8%), *telediaspora.net* (7%), *cameroon-info.net* (6 %) , *bonaberi.com* (6%), *cameroonvoice.cm* (5%) , *jewanda-magazine.com* (5%)... comme des sites web diasporiques s'adressant particulièrement aux communautés diasporiques camerounaises.

Cependant, il faut noter que, comme pour les enquêtés de France, les enquêtés de Belgique ont cité, comme sites s'adressant aux diasporas camerounaises, des forums sur *Facebook*, fréquentées par les communautés camerounaises. Ils ont évoqué entre autres des groupes publics et privés tels que *LCCLC (Le Cameroun C'est Le Cameroun)*, *Kamer Sisters (K.S.)* et le *code 237*. Nous pensons que cette confusion, entre les groupes sur des réseaux sociaux et les sites camerounais d'informations générales, s'explique par le fait que les internautes ont pour coutume de partager, c'est-à-dire de recommander sur leur page *Facebook* la lecture de certains articles de ces sites d'actualité.

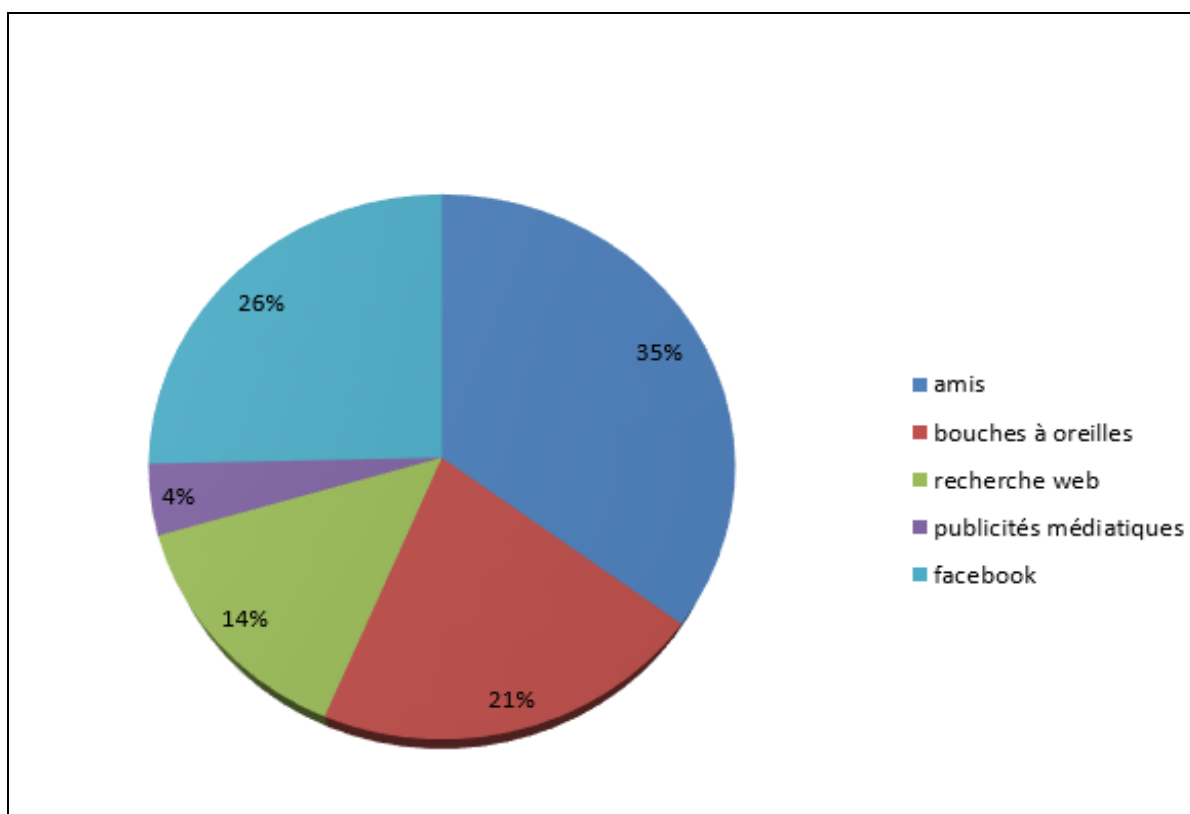
Diagramme 18 : Type d'information recherchée par les diasporés camerounais de Belgique



En Belgique, 49 % des Camerounais enquêtés estiment que les sites web camerounais d'informations générales traitent d'une actualité tridimensionnelle (politique, économique et sociale). Pour 21% des Camerounais enquêtés, l'actualité camerounaise sur ces sites est prédominée par les informations d'ordre social et des faits - divers, contre 14 % de sujets politico-économiques et 11 % de sujets politiques et de faits - divers.

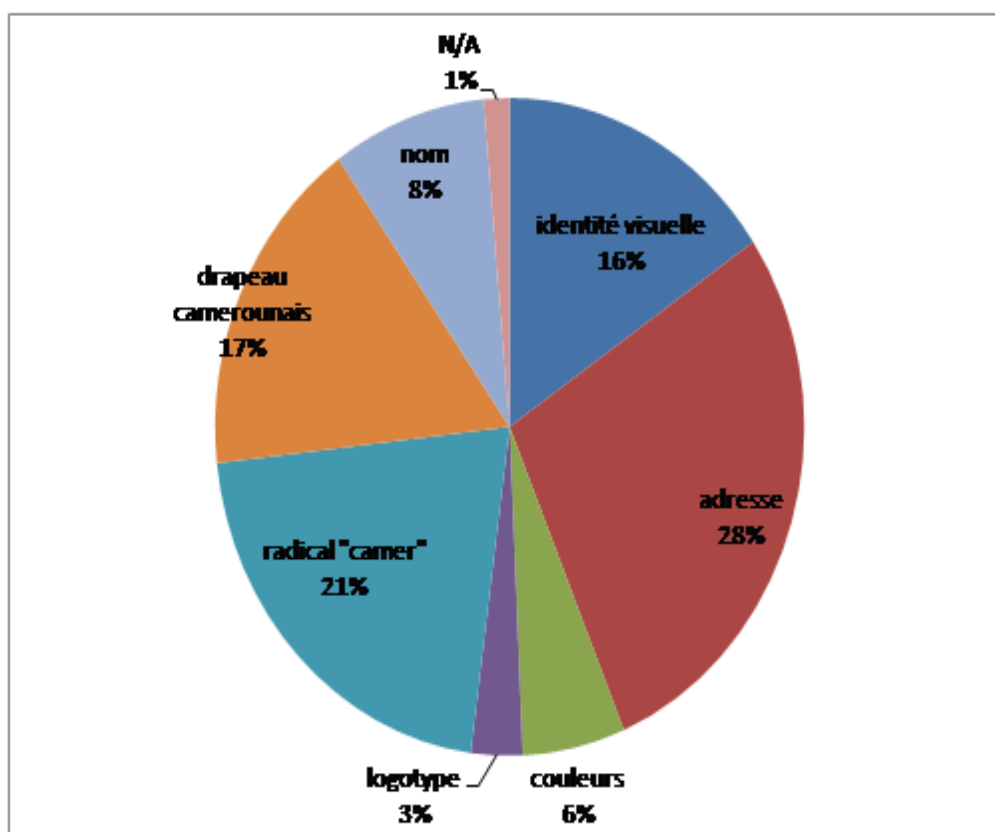
Nous noterons ici que des éléments de réponses inattendues globalisantes comme « l'actualité » ont été données comme réponse à la question de savoir quel type d'information était privilégié sur ces sites. À cette question, une enquêtée résidant à Liège a expliqué que : « ces sites nous donnent des informations d'actualité, parce qu'étant à l'étranger, nous n'avons pas toujours accès aux chaînes de radios et télévisions camerounaises. »

Diagramme 19 : Moyens de connaissance des sites web camerounais d'informations générales par les diasporés de Belgique



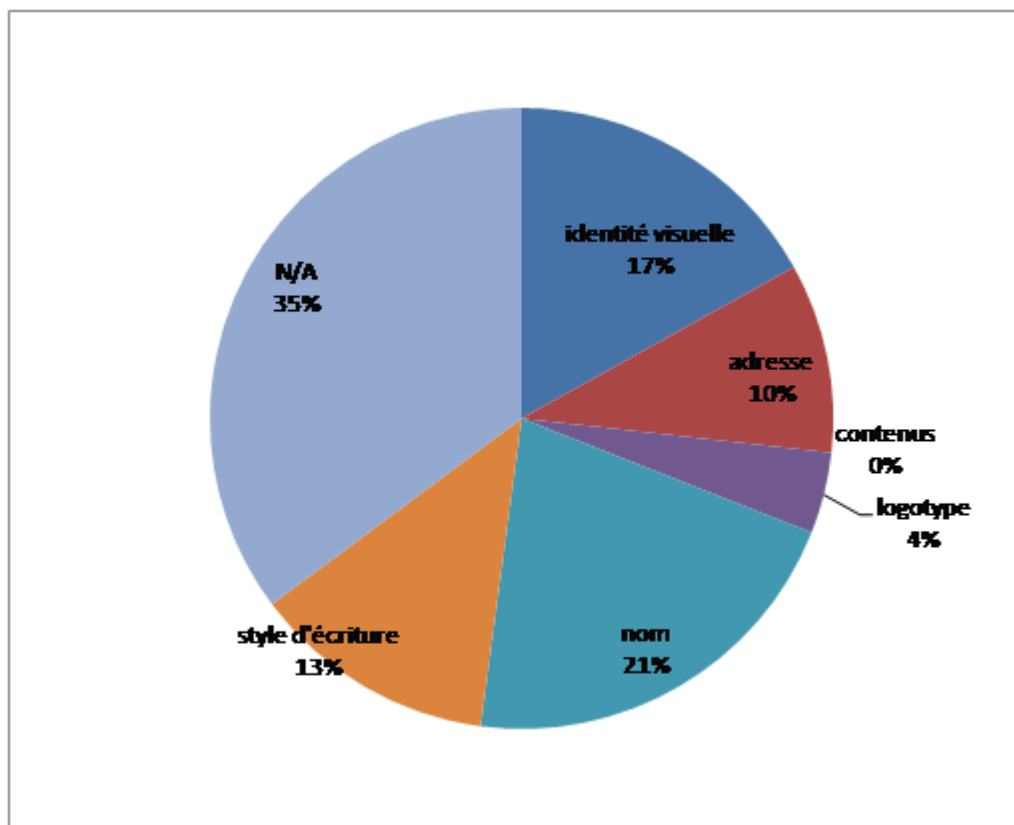
En Belgique, 26 % des diasporés camerounais interrogés ont entendu parler pour la première fois des sites web camerounais d'informations générales par le canal de leurs amis et connaissance, 26% des dits enquêtés sur le réseau social *Facebook*, 21 % par le bouche à oreille, 14% en faisant des recherches *via* des moteurs de recherche, à l'instar de *Google* sur Internet et 4% par le canal de bannières publicitaires sur internet.

Diagramme 20: Moyens d'identification des sites d'informations générales camerounais par les diasporés de Belgique.



Les moyens d'identification par excellence des sites web camerounais d'informations générales par les immigrés camerounais de Belgique sont les adresses URL (28%), la présence du radical *camer* dans leur dénomination (21%), les choix chromatiques du Cameroun (17%) et leurs identités visuelles respectives (16%), accompagnées de leur nom (8%) et des couleurs (6%)

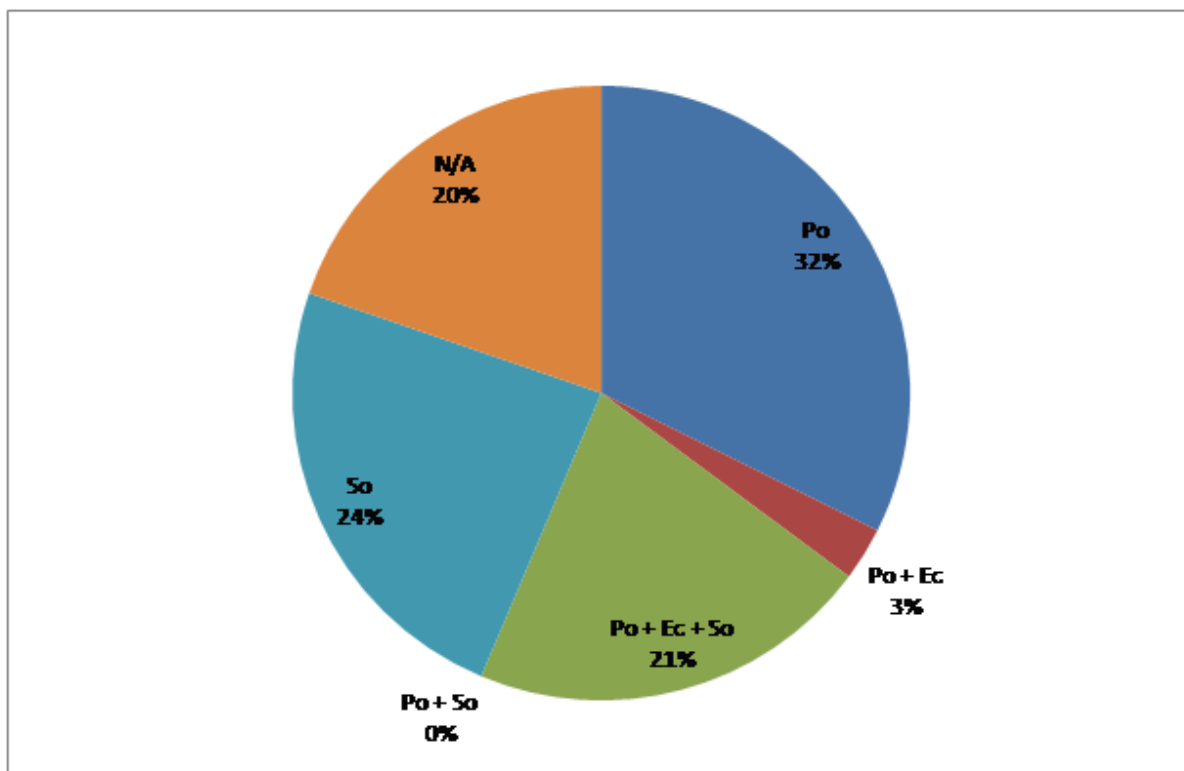
Diagramme 21 : Eléments de différenciation des sites d'informations générales camerounais par les diasporés de Belgique.



Il est souvent très difficile pour les Camerounais de Belgique de différencier les sites web camerounais d'actualité. L'on peut ainsi comprendre pourquoi 35% de la population enquêtée en Belgique n'a pu fournir aucun élément de réponse concernant leurs moyens de différenciation de ces sites. Néanmoins, 17 autre pourcent de cette population enquêtée opèrent des différences entre les sites web camerounais d'actualité par leurs systèmes d'identification visuelle respectifs, 21 % de la dite population par leur nom personnalisée, 13% par le style d'écriture et 10 autres pourcent par leur adresse URL.

Les Camerounais vivant en Belgique ont également évoqué, comme élément de différenciation des sites web d'informations camerounais, la présentation de leur page web.

Diagramme 22 : Thématiques traitées dans les sites d'informations camerounais d'après les diasporés de la Belgique



Après enquête auprès de la population diasporique camerounaise de France, il ressort que 32% pensent que l'axe majeur des thématiques traitées sur les sites web d'informations générales est d'ordre politique, contre 24% qui pensent que ces thématiques sont majoritairement d'ordre social et 21% de cette population estime que tous les sujets y sont abordés, notamment politiques, économiques et sociaux.

« L'état politique du Cameroun est très désastreux, il faudrait donc que des courageux le critique »,

- Je pense que les questions politiques sont la plupart du temps abordées, et ça devrait rester ainsi »,

- À mon humble avis, le Cameroun est un pays vraiment très pauvre, donc le social est hyper important »,

- On ne peut prétendre vouloir le changement des conditions de vie des populations camerounaises, sans déjà dénoncer ce qui ne va pas dans cette société »²⁴⁰,

Tous sont autant de justificatifs brandis par les diasporés camerounais interrogés, ressortissants de différentes régions belges.

Quant aux vis des diasporés camerounais de Belgique sur la représentativité des sites web camerounais d'informations générales, 63 % sont favorables, 30% défavorables et 7 % autre sans avis. En effet, une partie de la population enquêtée (soit 63%) de Belgique pense que les sites web camerounais d'informations générales représentent au mieux le Cameroun au travers sujets traités. Ce qui a donné sans doute place à des déclarations telles que :

« ils représentent bien le Cameroun en nous brossant régulièrement son actualité »²⁴¹,

«oui, parce que bien représenter le Cameroun ne se résume pas seulement à dire ce qui va bien, mais il faut aussi dénoncer ce qui ne va pas et c'est bien ce que ces sites font. »²⁴²,

« ils nous représentent bien, ils donnent la parole à tous les citoyens sans distinction, même aux défavorisés et démunis de la société camerounaises »²⁴³.

Une autre partie de cette population (soit 30%) par contre estime que ces sites sont un échec et ne sont nullement représentatifs du Cameroun. D'où des déclarations suivantes :

« la représentation de l'actualité camerounaise réelle est souvent biaisée »,

« ces sites web d'information traitent beaucoup plus de rumeurs et polémiques que de vrais sujets d'envergure nationale »,

« ces sites sont subjectifs et très dangereux pour le devenir de la nation camerounaise »,

« ils ne nous disent pas toujours la vérité »²⁴⁴

²⁴⁰ Propos recueillis auprès de la communauté camerounaise du groupe *CESAR 2 Zero ASBL* à Bruxelles en Août 2014.

En effet, les diasporés camerounais venant de tous les horizons des villes belges telles Bruxelles, Charleroi, Mons, Anvers, Namur, Liège ont coutume de se rencontrer toutes les dimanches dans un stade de football non loin de la gare du Midi à Bruxelles. *CESAR 2 Zero ASBL* serait donc le « *CESAR (Cercle d'échanges et de sports des Amis de La Roue) est une association sans but lucratif dont la devise est 3 S (Sport - Santé -Solidarité) »*. Le *CESAR* présent sur le réseau social Facebook comptait au 22 mai 2016, 269 membres.

²⁴¹ Propos d'une étudiante camerounaise, Charleroi, juin 2014.

²⁴² Eléments de réponses d'un Camerounais interviewé à Liège, juillet 2014.

²⁴³ Réponse d'une dame camerounaise interrogée à Grand'place, Bruxelles, Août 2014.

A-3) Dépouillement: cas des États-Unis

Les États-Unis, particulièrement l'État du Maryland a également constitué une partie de notre terrain d'étude. Nous y avons effectué trois séjours discontinus sur une période de deux ans et demi, soit de novembre 2011 à Mars 2012, de novembre à décembre 2013 et septembre 2014. Nous avons donc essayé de présenter le plus fidèlement possible les résultats obtenus par les diagrammes ci-dessous.

A-3-1) au sujet des questions fermées.

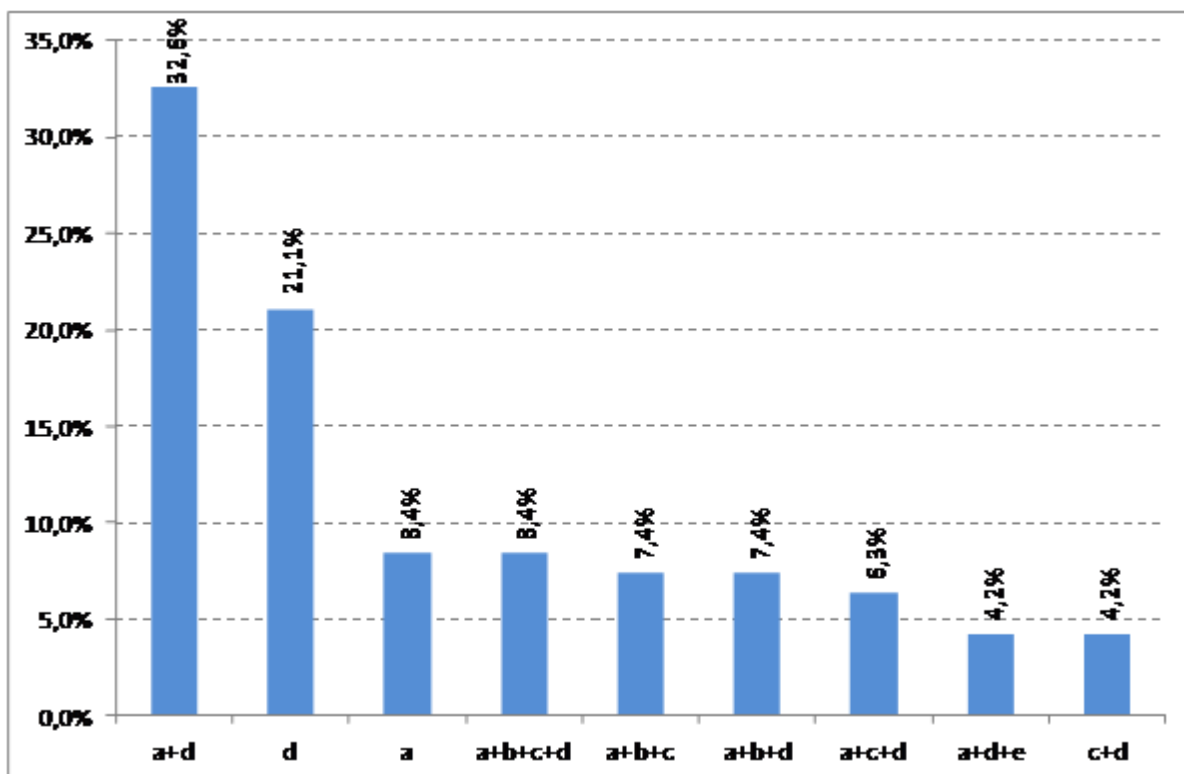
Au cours de notre enquête dans la localité du Maryland, nous avons rencontré deux difficultés principales. La première était les longues distances, dues à la grande superficie du dit État. La seconde était les emplois du temps chargés des enquêtés ²⁴⁵. Pour cela, nous avons donc dû mettre en ligne sur une période de deux mois un sondage en ligne. Ce dernier n'était qu'une simple version en ligne du questionnaire papier présenté en annexe n° 1.1. Par conséquent, sur 210 questionnaires distribués nous n'avons eu le retour que de 95 ²⁴⁶.

²⁴⁴ Eléments de réponses recueillis auprès de diasporés camerounais à Bruxelles en juin et juillet 2014.

²⁴⁵ Nous avons pu observer que dans le Maryland, le citoyen moyen occupe deux emplois. C'est la raison pour laquelle nous avons eu à remettre des questionnaires en main propre à certains enquêtés qui ne nous les ont, hélas pas retournés. L'exemple le plus patent est l'ensemble des questionnaires que nous avons distribués dans un groupe chrétien dénommé *Effata* à Silver Spring. Ce groupe se réunissait chaque jeudi pour des durées minimales de deux heures. La communauté comptait plus d'une centaine de membres venant de tous les horizons dans le Maryland avec des villes comme la Virginie, Washington, Richmond pour ne citer que celles là. Nous avons eu à distribuer en main propre aux adhérents et sympathisants d'*Effata* 60 questionnaires et 60 autres questionnaires ont été remis au secrétaire de la structure.

²⁴⁶ Dans ces 95 questionnaires retournés, les réponses obtenues également du sondage en ligne sont pris en compte.

Diagramme 23 : Moyens d'informations des diasporés camerounais des États-Unis.



Légende :

a : Journal télévisé
d : internet

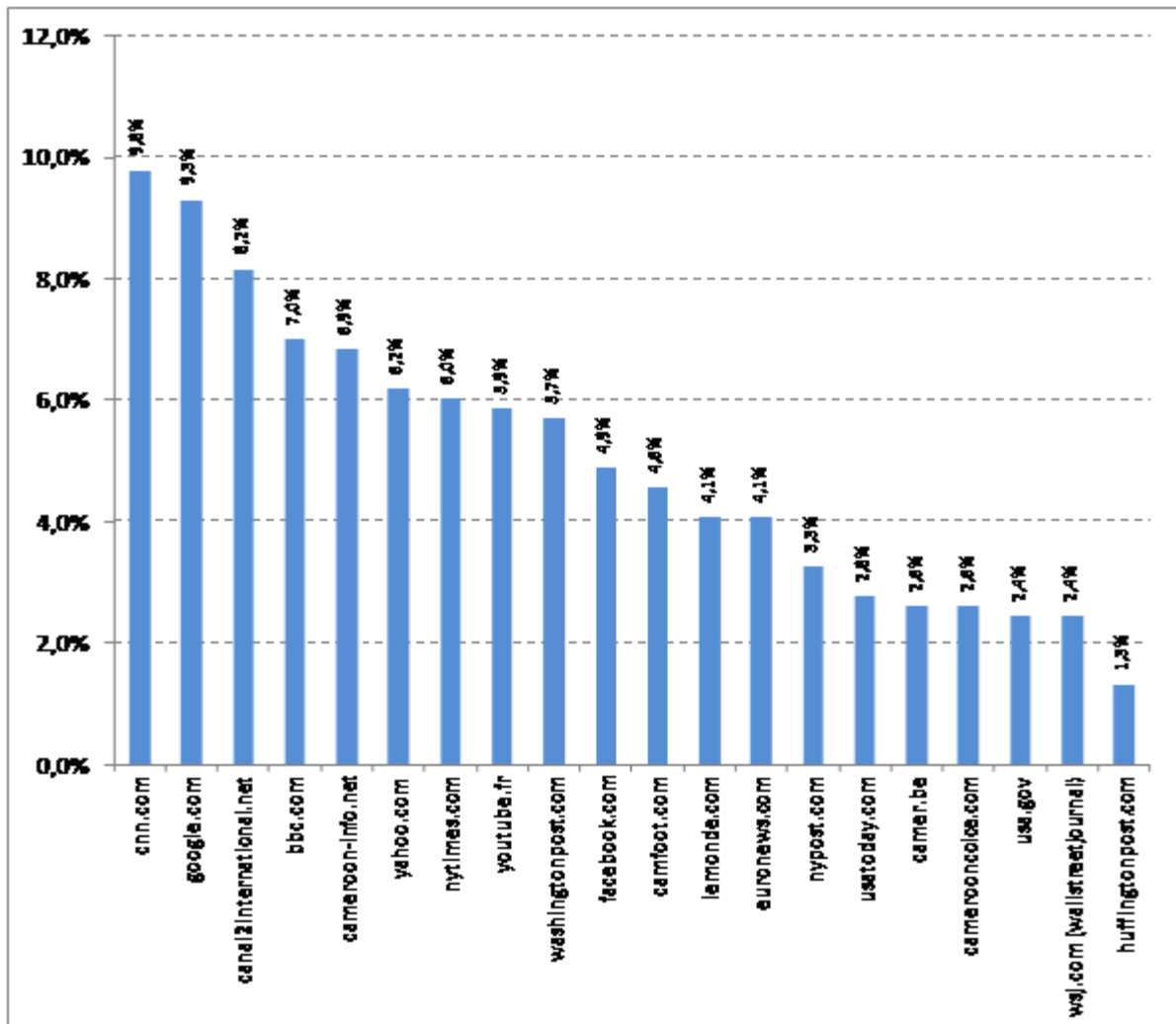
b : radio diffusion
e : autre

c : presse quotidienne

Le signe « + » présent sur le graphique ci-dessus traduit l'utilisation de ou plusieurs supports jumelés. C'est-à-dire que c+d traduirait le recours à la presse quotidienne et à Internet comme moyen d'information ; il en va de même pour les autres déclinaisons.

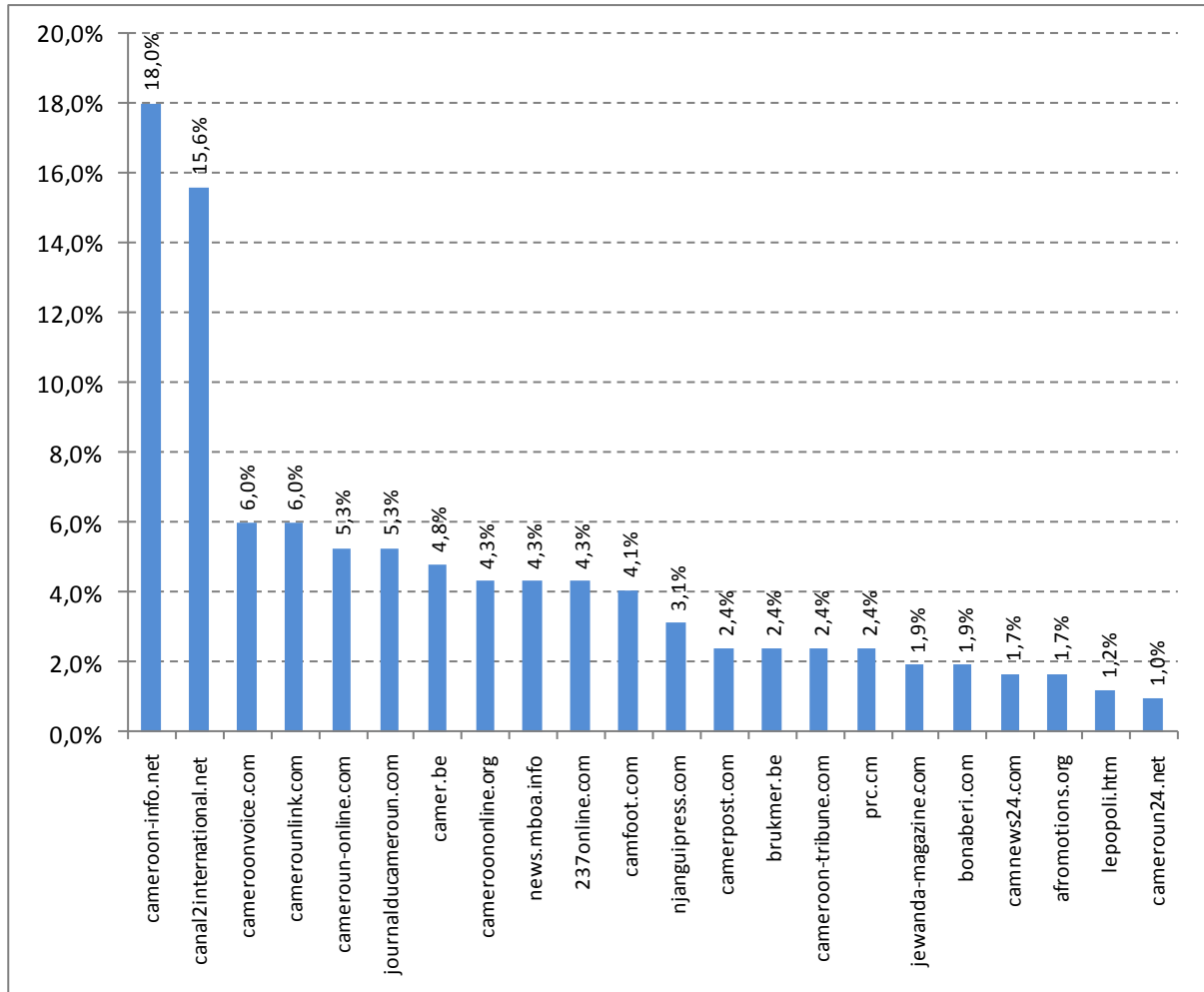
Les trois principaux moyens d'informations des immigrés camerounais aux USA et principalement dans la localité du Maryland sont d'abord le journal télévisé et Internet (soit 32%), ensuite internet (soit 22%) et le journal télévisé (7%)

Diagramme 24 : Sites habituellement consultés par les diasporés camerounais des USA
s'informe



Pour s'informer, les Camerounais du Maryland ont généralement recours aux sites web suivants: *cnn.com* (9,8%), *google.com* (9,3%), *canal2international.net* (8,2%), *bbc.com* (7%), *cameroon-info.net* (6,9%), *yahoo.com* (6,2%), *nytimes.com* (6%), *youtube.com* (5,9%), *washingtonpost.com* (5,7%), *facebook.com* (4,9%), *camfoot.com* (4,6%) *lemonde.com* et *euronews.com* (4,1%), *nypost.com* (3,3%), *usatoday.com* (2,8%)...

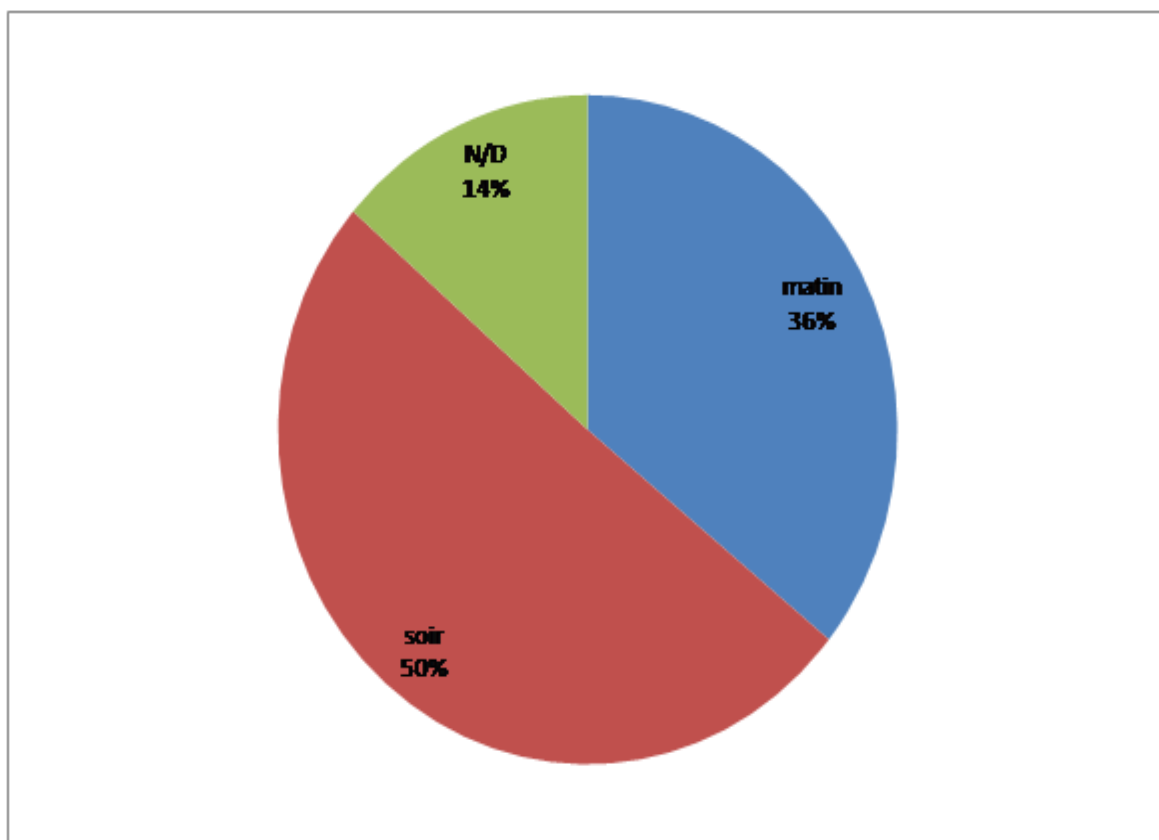
Diagramme 25 : sites consultés par les diasporés camerounais des USA pour s'informer sur l'actualité camerounaise.



Dans l'Etat du Maryland, la population des Camerounais interrogés s'informe sur l'actualité camerounaise en consultant les sites web d'informations générales suivants : *Cameroon-info.net* (soit 18%), *canal2international.net*(15.6%), *cameroonvoice.com* (6%), *camerounlink.com* (6%), *cameroun-online.com* (5,3%), *journalducameroun.com* (5,3%), *camer.be* (4,8%), *cameroononline.org* (4,3%), *news.mboa.info* (4,3%), *237 online.com* (4,3%), *camfoot.com* (4,1%), *njanguipres.com* (3,1%), *camerpost.com* (2,4%)...

Des sites, tels que *prc.cm* (le site de la présidence de la république camerounaise), *jewanda-magazine.com* (un web magazine de culture et de people), *lepopoli.htm* (journal satirique publié au Cameroun) sont également consultés par les diasporés camerounais du Maryland.

Diagramme 26 : Moments de connexion des diasporés camerounais des États-Unis



Les tranches horaires de connexion des immigrés camerounais vivant dans le Maryland sont uniquement matinales (soit 30%) et en soirée (50%). Ceci s'explique en partie par le fait que les États-Unis constituent un pays fortement capitaliste, dans lequel l'habitant moyen est appelé à avoir aux mois deux « *boulots* » et/ou « *job* » à en croire ces enquêtés, « *pour joindre les deux bouts* » et « *mener une vie décente ou être à l'abri du besoin* »²⁴⁷. Pour ce faire, ces enquêtés vont décrire leurs moments de connexions, comme suit :

« je me connecte généralement à 5 P.m²⁴⁸ sur mon téléphone, parce que je n'ai pas assez de temps et c'est le moment idéal pour me poser entre mes deux boulots ;

- *6 P.m, c'est le seul moment où j'ai du temps ;*
- *le matin parce que je suis moins busy ;*
- *en soirée, parce que c'est à ces heures- là que je suis free ;*

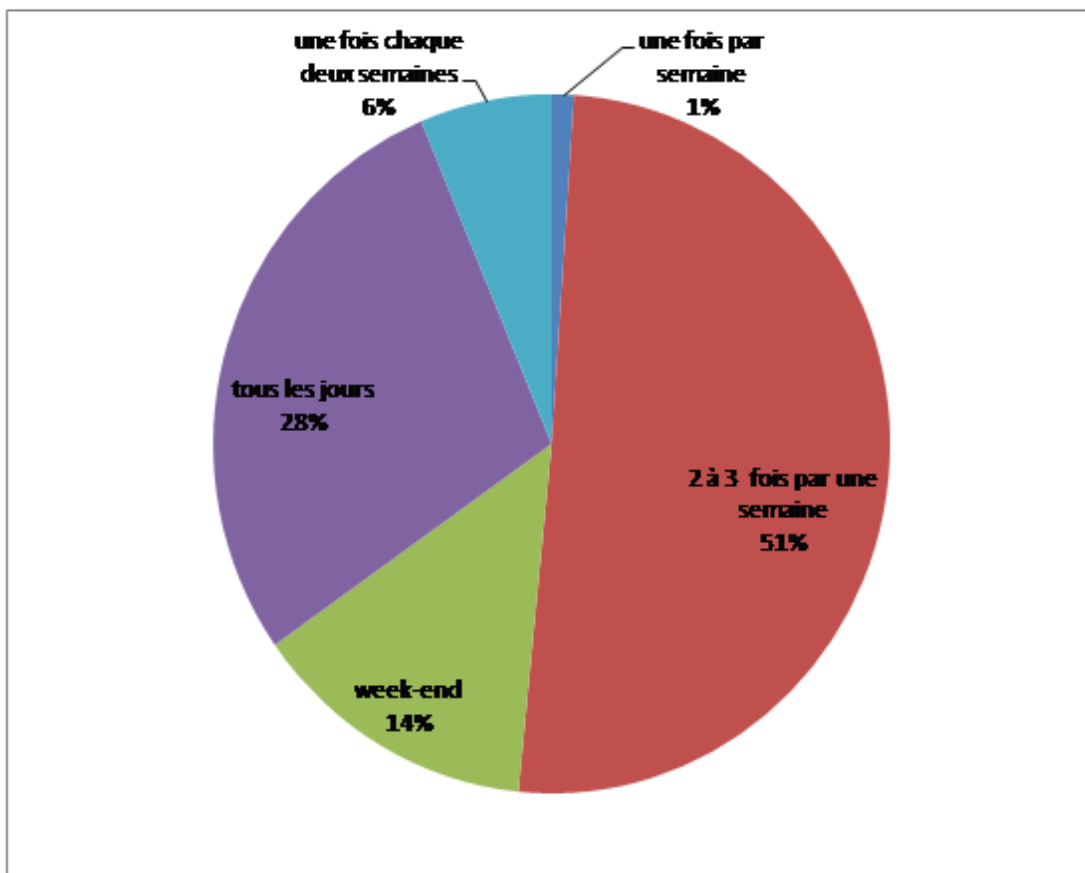
²⁴⁷ Propos d'un enquêté interrogé à Takoma Park, USA, Septembre 2014.

²⁴⁸ P.M traduit les horaires allant de l'après-midi à la soirée et A.M, les horaires de la matinée et de la journée.

- 10h :00, juste parce que c'est mon temps de divertissement ;

- matin et soir à mes heures creuses et à chaque fois que je me connecte pour consulter mes e-mails. », « le soir car c'est le seul moment que j'ai de libre »²⁴⁹ .

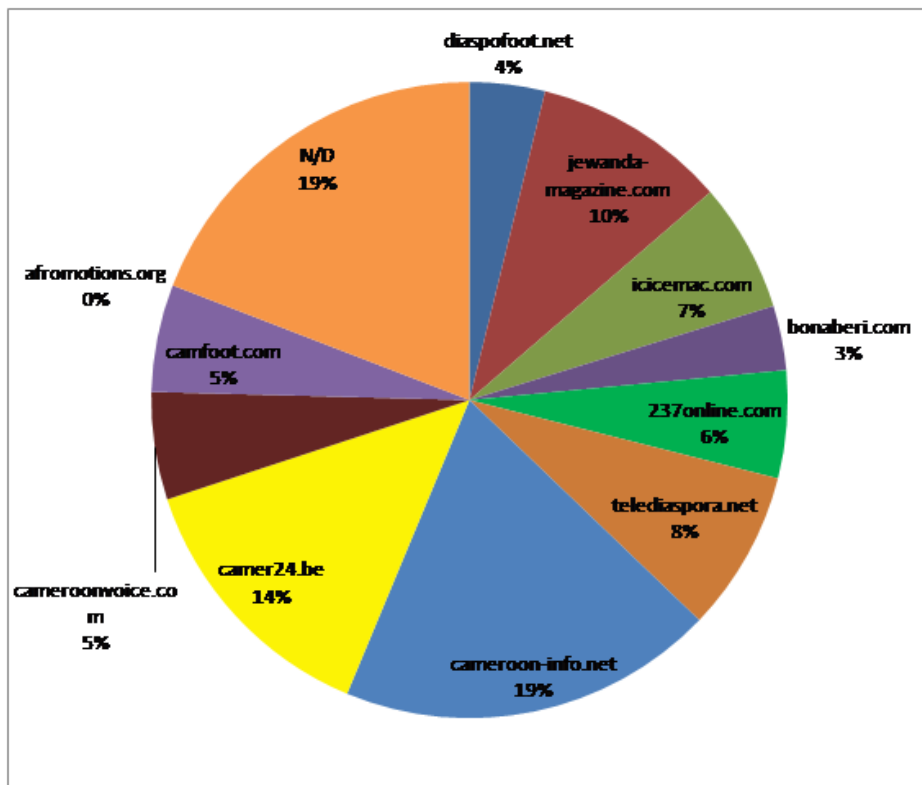
Diagramme 27 : Fréquence de consultations des sites web camerounais d'informations générales par des diasporés des États-Unis



Plus de la moitié de la population des diasporés camerounais, soit 51%, consultent les sites web camerounais d'informations générales 2 à 3 fois par semaines pour prendre des nouvelles de leur mère-patrie. Les 28 autres pourcent vont sur ces sites tous les jours et 14% le weekend.

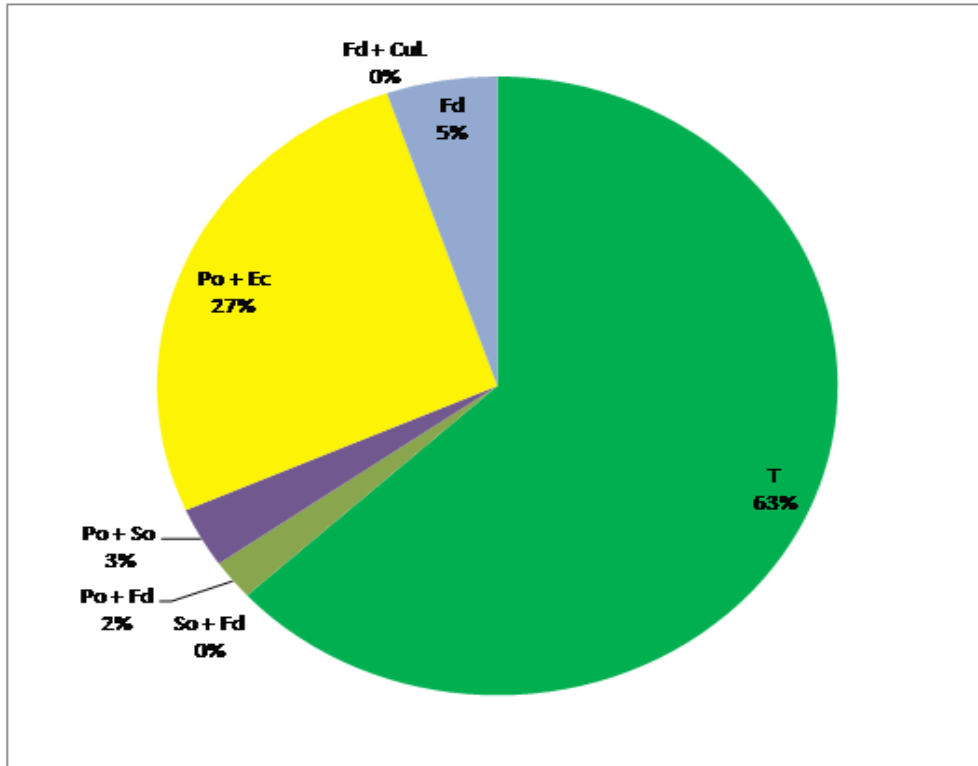
²⁴⁹ Propos de diasporés camerounais recueillis dans le Maryland en septembre 2014.

Diagramme 28 : Sites s'adressant aux diasporas camerounaises d'après les diasporés des États-Unis



Pour les diasporés camerounais du Maryland, *cameroon-info.net*, *camer24.be*, *telediaspora.net*, *cameroonvoice.com*, *icicemac.com*, *jewanda-magazine.com*, *237online.com*, *diaspofoot.net* ...sont des sites diasporiques.

Diagramme 29: Type d'informations traitées dans les sites web camerounais d'informations générales par les diasporés des États-Unis.



Selon 63% de la population des diasporés camerounais, les informations diffusées sur les sites web camerounais d'informations générales sont d'un triple ordre : politique, économique et sociale. À titre d'exemples, ces diasporés ont avancé des éléments de réponses telles :

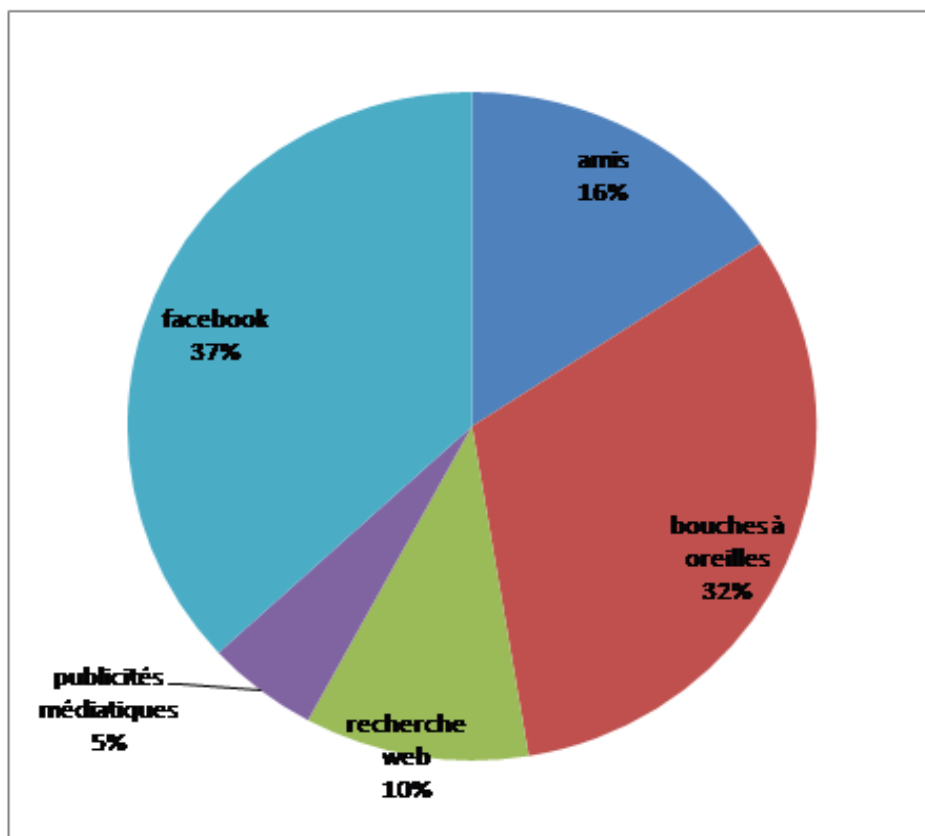
« il y'a un peu de tout sur ces sites, le politique, le social, l'économique et même les informations insolites pour nous faire rigoler »,

- tout type d'information m'intéresse parce que je tiens à m'informer sur l'actualité de mon pays », « ces sites nous fournissent toutes les informations sur l'actualité camerounaise »,

- on y retrouve tout, tout le monde y est satisfait, même les fans de faits-divers », « ces sites nous offrent pas mal d'exclusivité, ce qui est à jour au pays, que ce soit politique, économique, sociale et culturelle ». ²⁵⁰

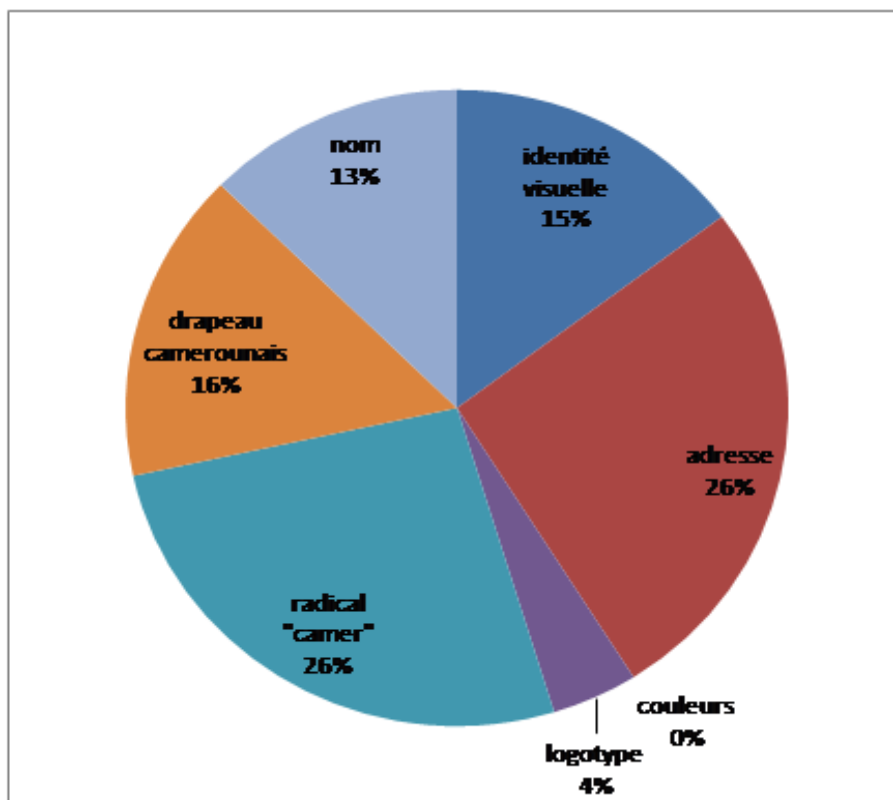
²⁵⁰ Propos tenus par des enquêtés dans la localité du Maryland en septembre 2014.

Diagramme 30 : Moyens de connaissance des sites d'informations générales camerounais par les diasporés des USA



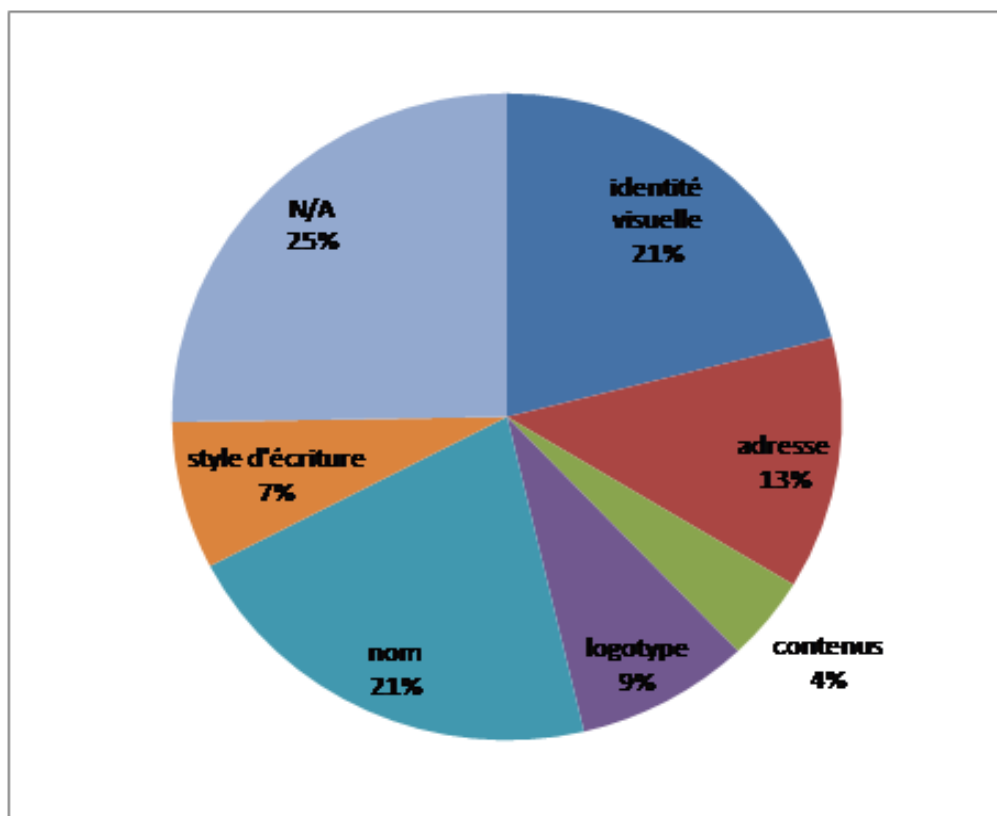
37 % des diasporés camerounais enquêtés dans le Maryland aux USA ont fait la connaissance des sites web camerounais d'informations générales par le réseau social *Facebook*, 32% par le bouche à oreille, 16% par les amis, 10% par la recherche web, 5% par des annonces publicitaires en ligne.

Diagramme 31 : Moyens d'identification des sites d'informations générales camerounais par les diasporés des États-Unis



Aux États-Unis, les immigrants camerounais identifient les sites web d'actualité camerounais par : la présence du radical *camer* ou *cam* dans leur dénomination (26 %), leur adresse URL (26%), les couleurs de l'étendard camerounais (16%), leur identité visuelle (15%), leur nom (13%) et leur logotype (4%).

Diagramme 32: Eléments de différenciation des sites d'informations générales camerounais par les diasporés des États-Unis.

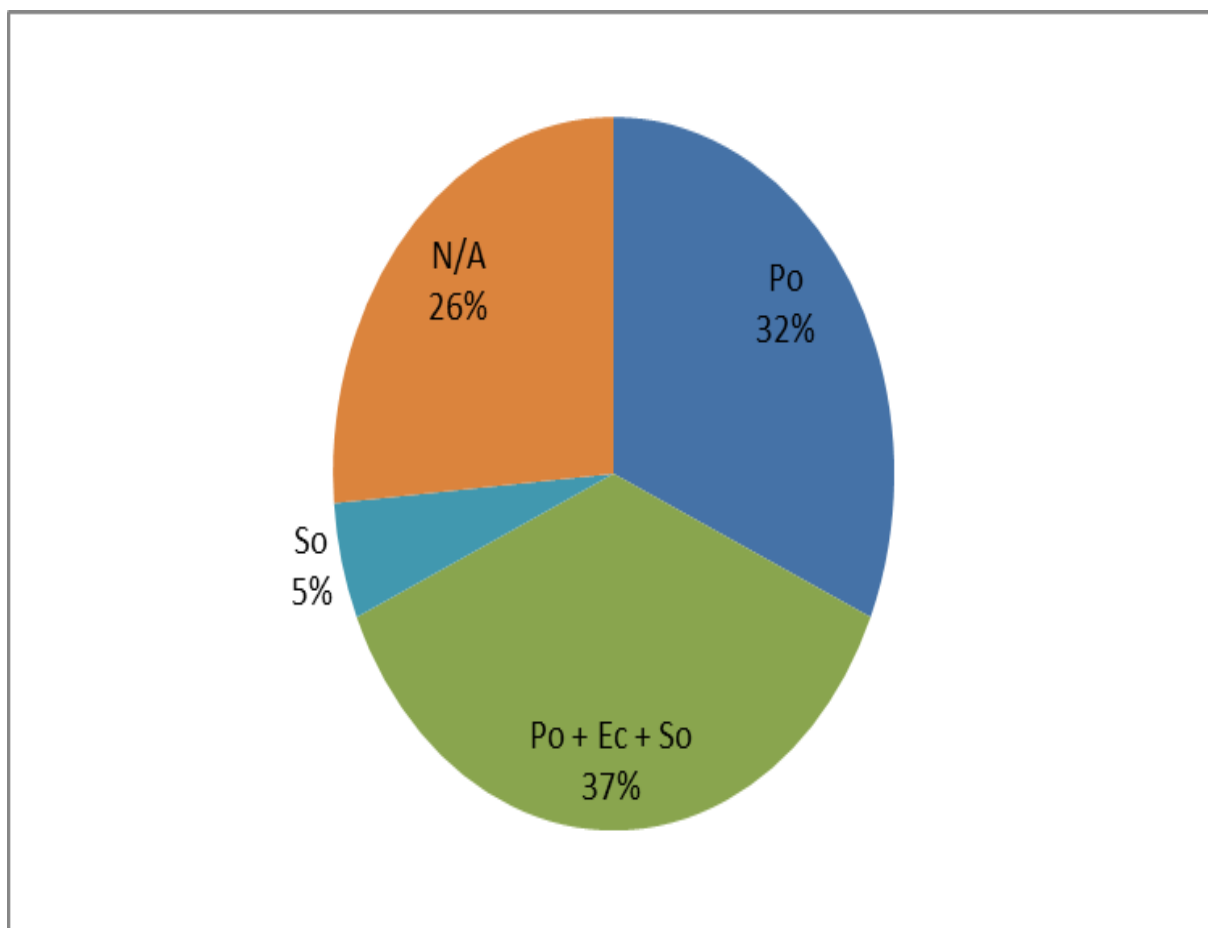


Les éléments, par lesquels les diasporés camerounais du Maryland distinguent les sites web camerounais les uns des autres, sont: leur identité visuelle (21%), leur nom (21%), leur adresse URL (13%), leur logotype (9%), leur style d'écriture (7%), leurs contenus (4%). S'agissant de ce dernier point, un diasporé s'explique: « *j'arrive à différencier ces sites à travers la qualité d'information que chacun d'eux fournit : internationale ou nationale* »²⁵¹...

D'autres par contre nous ont avoué avoir des difficultés à différencier ces sites. D'où les assertions telles que « *je ne suis pas fan de ces sites online, donc je n'en connais pas trop* », « *je ne consulte que deux sites camerounais, donc il serait difficile pour moi de faire les comparaisons avec ceux existants* ».

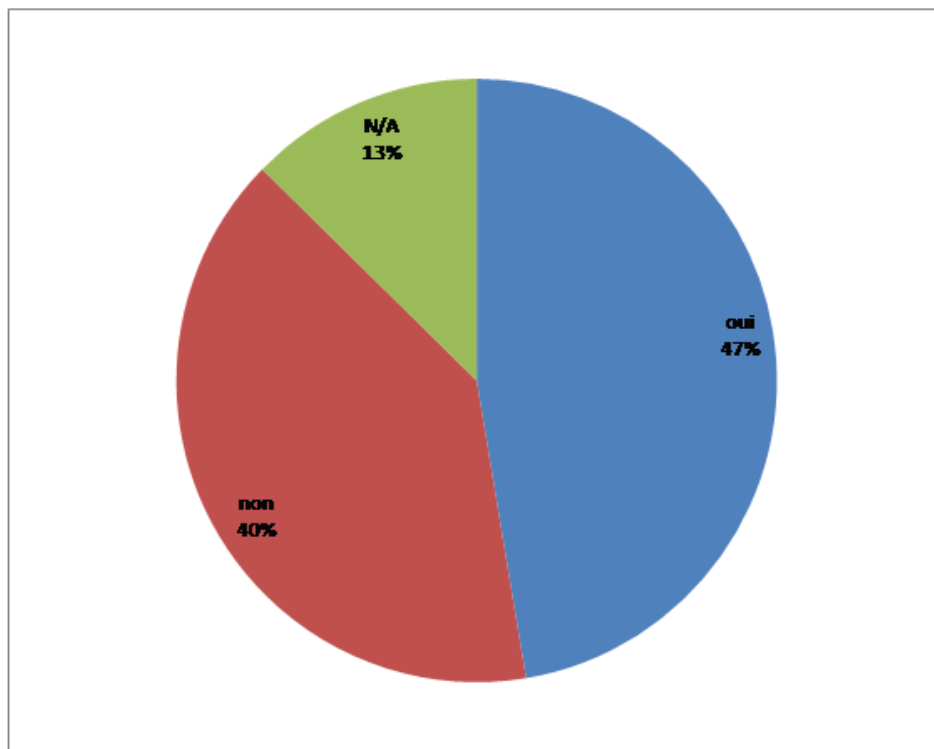
²⁵¹ Eléments de réponse d'une camerounaise interviewée à Langley Park, USA, Septembre 2014.

Diagramme 33 : Thématiques traitées dans les sites d'informations camerounais d'après les diasporés des États-Unis



Même si 37% de la population enquêtée estime que tous les aspects de politique, économique et social sont abordés sur ces sites au sujet de l'actualité camerounaise, il n'en demeure pas moins que 32% soutiennent fermement que c'est le politique qui domine l'actualité camerounaise sur les dits sites.

Diagramme 34: Avis des diasporés camerounais des États-Unis sur la représentativité des sites web camerounais d'informations générales.



Les avis sont partagés quant à la représentativité des sites web camerounais par rapport au Cameroun. En effet, tandis que 47 % des enquêtés camerounais du Maryland sont d'accord pour dire que ces sites sont représentatifs, les 40 autres pourcent sont contre.

Les déclarations favorables sont ainsi formulées :

« Ces sites nous brossent la vie des Camerounais à l'étranger et comment faire pour nous unir ;

- Je pense que ces sites donnent une information authentique sur les faits passés au Cameroun ;

- Cameroon-info.net est plus ou moins bien organisé et il essaye de mettre la page à jour chaque jour ;

- Ces sites nous rendent bien compte ce qui se passe au Cameroun, ils nous informent »²⁵² ;

Elles seront donc particulièrement distinguées de déclarations critiques telles :

²⁵² Propos de diasporés camerounais du Maryland, USA, Septembre 2014.

« On n'en peut plus de polémiques déstabilisantes sur ces sites ;

- Ils ne représentent pas bien le Cameroun, parce que la plupart du temps, on y peint une image très négative du pays ;

- Ces sites nous présentent tous le temps des drôles d'histoires. »²⁵³

B) Vers une analyse de contenus : des sites web camerounais d'informations aux différents entretiens avec les promoteurs des sites web camerounais

B-1) Notre corpus

*** cadrage de notre recherche**

Nous avons réalisé des entretiens auprès des responsables de chacun des sites étudiés. À partir de là, nous avons réparti les corpus en fonction des thèmes : l'information médiatique, la démocratie, les médias en ligne au Cameroun, étant donné que la problématique que nous nous sommes fixée concernait les usages et pratiques discussives autour de sites web camerounais d'informations générales. Pour ce faire, une partie de notre attention s'est focalisée d'une part, sur les entretiens retranscrits présentant les différents discours des responsables des dits sites web. D'autre part, nous avons porté un intérêt aux écrits présentant leurs discours sur les sites web.

Nous avons identifié la période au cours de laquelle nous avons observé, de manière passive, ces sites ayant été consultés de la fin 2011 à 2014. Ce choix délibéré s'explique par l'intérêt pour le sujet, les élections présidentielles en fin d'année 2011, qui ont boosté les publications, et la création croissante des sites – relais d'informations - dès les grèves de février 2008 au Cameroun. Cependant, pour des contraintes de *faisabilité* et la difficulté à regrouper et recenser les différentes publications, nous avons été contraints à nous limiter à la période du 15 janvier 2014 au 15 janvier sur 2015.

Ainsi, pour commencer la recherche des articles composant notre corpus, nous avons identifié au préalable, manuellement des sujets tournant particulièrement autour du sport/football, de la corruption, de la politique, du fait divers, des portraits, de la violence. À certains moments, à cause de la difficulté de reconstituer les archives d'articles publiés, du fait de l'absence sur

²⁵³ Eléments de réponses de la population camerounaise interrogée dans le Maryland, USA, Septembre 2014.

certaines sites internet de la rubrique archives, nous avons été contraint de rechercher directement dans les articles à l'aide du moteur de recherche *Google*. Ce dernier a donc constitué pour nous un générateur de mots clés. Par la suite, nous avons parcouru les articles abordant ces différents sujets *supra* Ce qui nous a conduit à repérer et répertorier les articles adaptés aux différentes thématiques présenté(e)s plus haut. Nous en sommes arrivé aux articles traitant : *l'opération épervier*, les élections, le football...

***le sourcing**

Dans le but d'identifier des sources potentielles, nous avons consulté les rubriques « *nous contacter* » ou « *qui sommes-nous ?* » - qui constituent une forme de communication des sites avec les publics - présents sur le net. Ensuite, nous avons contacté chacun de leurs représentants au cas par cas, *via* téléphone ou messagerie électronique, ou chacun d'entre eux.

B-2) les catégories

L'ensemble de nos deux principaux corpus est composé des entretiens retranscrits avec chacun des promoteurs des sites web camerounais d'informations générales étudiés (cf. annexe 2) et des articles retenus, particulièrement les titraillles.

Après lecture rapide de notre corpus, il s'est dégagé un certain nombre de polémiques et de critiques à l'endroit du gouvernement camerounais. Compte tenu de la récurrence des dites critiques, nous en sommes arrivés à les regrouper sous des thématiques communes. Cependant, ce travail n'a pas été aisé. C'est la raison pour laquelle, une fois identifiées ces thématiques, nous avons dû faire un important travail de reformulation pour avoir une vue panoramique des thématiques en quelques mots.

Ceci nous a donc conduit à l'élaboration des 10 catégories suivantes :

L'inefficacité du gouvernement de Paul Biya

Le manque de transparence du gouvernement

La responsabilité du gouvernement dans « la chute des Lions indomptables »

Les détournements des fonds

Eto'o, un mal être

La nation camerounaise en danger

L'absence de liberté d'expression au Cameroun

Les projets avortés du gouvernement Biya

Les portraits de personnalités de la diaspora camerounaise

Les mouvements de la diaspora camerounaise

B-3) le recueil d'informations

Dans le cadre de ce travail, nous avons recueilli divers types d'informations. Nous avons recueilli des articles publiés sur les sites web camerounais d'informations générales., bien que certains textes étaient beaucoup plus longs que les autres ... Notons que cette longueur des textes n'a pas pour autant biaisé leur indexation dans les différentes catégories élaborées.

Nous avons également effectué un recueil des dates concernant chaque texte retenu dans l'étude. Celles-ci nous seront utiles pour l'analyse des différentes catégories par la suite.

Nous avons ensuite essayé de recueillir des informations relatives aux auteurs des textes (cf. annexe 7). Cette tâche s'est avouée périlleuse, dans la mesure où certains articles n'étaient pas signés ou quand bien même signés, comportaient des noms codés, des sigles ou simplement des lettres comme initiales de noms. De plus, il était parfois difficile de savoir s'il s'agissait des professionnels de la communication²⁵⁴ ou d'amateurs.

Nous avons ensuite recensé l'ensemble des titres des différents textes et/ou articles publiés, afin de mener un travail d'analyse à leur sujet. Notre objectif majeur était d'observer si ces titres reflétaient bien les polémiques et critiques à l'endroit du gouvernement camerounais. Pour ce faire, notre réflexion s'est axée sur une présentation bi-polaire, présentant d'un côté, les polémiques et/ou critiques à l'endroit du gouvernement et d'un autre, les *titrologies*²⁵⁵

²⁵⁴ L'appartenance de certains de ses auteurs à des organes de presse existants traduisait qu'ils étaient des professionnels.

²⁵⁵ Le phénomène de « titrologie » ou encore appelé « lecture des titres » naît dès 1990. Nodjon Bakayoko nous explique, en s'appuyant sur les travaux de Bahi (Bahi, 2001), que « *La « titrologie » est un néologisme ivoirien qui décrit le fait de ne pas acheter les journaux mais de s'en tenir à la lecture des grands titres. Cela a forcé des incidences sur l'information et le discours des médias. En effet, les journaux ont un discours incisif : les unes (Unes) sont pratiquement toutes en grand caractère et les nombreux surtitres, sous-titres, lucarnes et images viennent compléter et préciser l'information avec des propos tranchants. Dans cette mouvance de la « titrologie », des espaces de discussion de rues, de véritables « agoras », se sont développés*

neutres. Au sortir de ce travail de collecte, l'analyse de nos données a montré que 68 % des articles publiés sur les sites web d'informations générales (du 15 janvier 2014 au 15 janvier 2015) expriment dans leur titre une critique et/ou mécontentement sous-entendu(s).

B-4) l'indexation des catégories :

Pour effectuer un travail d'indexation des catégories dans cette étude, nous avons de *prime abord* dû minutieusement lire les textes. Par la suite, nous avons indexé chacun des textes retenus dans une ou plusieurs catégories. Au final nous avons eu recours à *Excell*. Ce dernier nous a servi au travers d'une feuille *Excel* afin de concevoir un tableau à double entrée où 1 signifiait la présence de la catégorie dans l'article étudié et 0 pour notifier son absence.

Résultats et analyse au terme de notre analyse de contenu :

A la suite du recensement des différentes titrailles²⁵⁶ publiées entre janvier 2014 et janvier 2015, il s'est dessinée une vision globale de l'ensemble des résultats. A l'aide de l'indexation des différentes catégories, nous avons pu obtenir une tendance fréquentielle de chacune d'elles dans le corpus. Ainsi, avons-nous abouti aux résultats suivants :

- L'inefficacité du gouvernement de Paul Biya

dans les quartiers populaires, pour expliciter le contenu des grands titres de journaux et les questions d'actualités aux populations. En effet, un groupe de personnes, supposées maîtriser chaque sujet d'après les titres, anime ensuite les différentes agoras de quartier. Instrumentalisées par les acteurs politiques comme de véritables outils d'endoctrinement, ces agoras attirent, et attirent souvent encore de larges foules. ” Source : Nodjon Bakay, Figures de rupture dans les médias autour des élections présidentielles de 2010 en Côte d'Ivoire : regards croisés des presses française et ivoirienne de 2010 à 2011, . *Inter Pares 1.*, 2011, pp. 19-28 Cf: <file:///C:/Users/Guest/Downloads/inter-pares-1.pdf>

Nous pensons que ce concept est applicable dans notre cas d'espèces, dans la mesure où les équipes de rédactionnelles des sites web d'informations générales camerounais ont très souvent recours à des titrailles très souvent aguichantes, avec des formulations virulantes, même s'il est vrai que leurs contenus ne reflète pas toujours la même idée. Ce qui conduit par la suite à de multiples débats entre internautes, aussi bien sur leurs forums respectifs, que sur des réseaux sociaux tels *Facebook* ou *Tweeter*. Adrien Bitond préfère parler de « titraillages ». Cf. Adrien Bitond, *Titraillages, interactions et construction d'un espace public autour de la presse écrite : une analyse ethno-sociologique du kiosque à journaux au Cameroun*, Université Grenoble-Alpes. Avec les professeurs Thomas Antenga de l'Université de Douala, Benoit Lafon de l'Université Grenoble Alpes, Alain Kiyindou de l'Université Bordeaux-Montaigne, 16 septembre 2016.

²⁵⁶ Titrailles d'articles ont été recensé 2460 articles pour *cameroun24.com* , 1183 articles pour *camerpost.com*, 465 articles pour *cameroon-info.net*, 955 pour *journalducameroun.com*, 82 pour *njanguiexpress.com*, 211 pour *camer.be*, , Des marges d'erreurs sont possibles dans la mesure où ces sites web pour la plupart ne possède point des rubriques d'archivages. C'est la raison pour laquelle, nous étions contraint à certains moments d'effectuer des recherches manuelles d'articles sur certaines période via le moteur de recherche *google*.

- Le manque de transparence du gouvernement
- La responsabilité du gouvernement dans « la chute des lions indomptables »
- Les détournements des fonds
- Eto'o, un mal être
- La nation camerounaise en danger
- L'absence de liberté d'expression au Cameroun
- Les projets avortés du gouvernement Biya

***Une analyse de contenus des entretiens effectués auprès des responsables de sites web**

Nous avons partiellement effectué l'analyse de contenu par le biais du logiciel *TROPES*, version 8.4. Nous avons eu recours dans le cadre de notre recherche au logiciel *Tropes V8.4* pour un souci de statistique lexicale des différentes titraillles des sites web. *Tropes*, logiciel d'analyse sémantique, nous a permis de retracer les réseaux sémantiques, les regroupements thématiques, pouvant implicitement déboucher sur des idéologies et/ou représentations.

Les indicateurs statistiques récupérés lors de l'utilisation de Tropes ont permis d'identifier une prédominance d'un style argumentatif, avec une prise en charge de chacun des narrateurs d'où la présence du « je » dans chacun des entretiens, et de ressortir les univers de référence²⁵⁷.

Pour cette étude, les entretiens avec les responsables des sites web ont été retenus et utilisés comme des corpus. Ces promoteurs des sites web camerounais d'informations générales interviewées ont donc constitué pour nous ici des acteurs-clés du phénomène étudié. Il va sans dire que les éléments de réponses apportés durant ces échanges pourraient avoir un impact sur la problématique abordée. Le résultat est consigné dans le tableau qui suit :

²⁵⁷ Ils retracent les univers significatifs qui s'affichent en page d'accueil lors de l'utilisation du logiciel. L'objectif ici étant de ressortir les différences contextes perçus statistiquement dans le texte et les afficher valeur décroissante.

Tableau 10: Univers de référence 1

Thème	Fréquences	Les références en questio,
Afrique	84	Cameroun, Congo, Douala, Camerounais, Yaoundé, NknoSamgba, Afrique
Media	59	Journaux, agences de presse, Reuters, rédacteur en chef, journaliste, scoop, télé, média, publicité, radio, critiques, audience, quotidien...
Communication	47	Information, flash info, débat, interview, données, forum de discussion, enquête, réseau
Lieu	46	Site, provinces, champ, région, portes,
Temps	46	Jour, février, 29 février, ans, date, dimanche, jour, journée, temps, heure, matin, semaine, samedis...
Télécommunication	41	Sites internet, webmaster, Internet, google, web, adresse ip, coup de fil, numéro de téléphone,

Cet univers de référence nous indique que les grands contextes abordés dans les sites web camerounais d'informations générales sont liés aux médias, à la communication et à la télécommunication en Afrique *grosso modo* et au Cameroun.

Le style du texte est argumentatif ; les verbes factifs soit 49.7% (482 occurrences) – retrouver, évoluer, créer, joindre, commencer, faire, donner, couvrir, envoyer à - expriment l'idée d'action, de mouvement et de progression par endroit et les statifs avec 31 % soit 300 – avoir, paraître, devenir, correspondre, être, comprendre, disposer. Le temps verbal dominant est le Présent, avec une prédominance de l'auxiliaire être. Le présent est le temps utilisé pour symboliser de ce qui se passe c'est-à-dire des « énoncés véridiques ».

conclusion

Dans ce chapitre il a été question de présenter les résultats obtenus des enquêtes menées non seulement auprès des diasporés camerounais mais aussi auprès des promoteurs des sites web

camerounais et d'un début d'analyse de contenus des titrailes produits sur ces sites sur un période d'un an. Cette analyse de titrailes à conduit à la formulaion de catégorisations pour une meilleure classification des articles. Ainsi, nous essayerons dans les prochains chapitres à étendre davantage cette analyse de contenu des entretiens tenus avec les promoteurs des sites web. Nous avons voulu étudier la manière dont ces promoteurs perçoivent leurs sites au regard de leur argumentaire critique du gouvernement camerounais. Nous analyserons à cet effet d'une part leur mécontentement. Nous interrogerons le pourquoi des reproches des équipes rédactionnelles à l'endroit directement au gouvernement « pro-biyayiste », désigné principal responsable du mal-être de la société camerounaise ? Ces responsables de sites web ont-ils l'unique souci d'informer les publics ? Comment comprendre la polémique qu'ils génère par le canal de leurs articles ?

CHAPITRE 5 : LES SITES WEB D'INFORMATIONS GÉNÉRALES : DES ENJEUX STRATÉGIQUES ET POLITIQUES

Ce chapitre vise à rendre compte des enjeux des sites web camerounais d'informations générales. Comment s'organisent les productions des contenus de ces sites web ? Quels sujets y sont traités ? Qui en sont les cibles ? Il s'agira donc pour nous d'apporter des éléments de réponses à ces questions.

Pour Ringoot Roselyne et Dominique Maingueneau, il paraît plus opérant pour tout sujet d'information à analyser d'observer les pics événementiels, d'élaborer et analyser des sous-corpus à l'instar des titres et des premières pages, de prendre en considération le classement en rubrique, de distinguer le traitement par les genres et d'observer les sources mobilisées et les modes de citations. Partageant cette approche, nous avons décidé dans ce chapitre d'observer chacun des neuf sites étudiés, sur une période déterminée (soit du 15 janvier 2014 au 15 janvier 2015).

Nous avons choisi cette période pour plusieurs raisons. En effet, nos premières captures d'écrans datent de 2012, nous ignorions alors l'existence de sites tels que *cameroun 24* par exemple. Compte tenu du fait que certains sites ont connu des restructurations, des changements de logos ou de rubriques, il nous est ensuite apparu plus opérant de considérer les données les plus proches des réalités présentes au moment de leur convocation dans notre corps de texte.

A) Le choix des thématiques : factuelles, diagnostiques ou sensationnelles ?

Les sites web camerounais d'informations générales ont une forte tendance à développer des discussions et même des polémiques autour des sujets politiques. Des sujets, tels que l'évocation de *Paul Biya*, *l'opération épervier*, le football... en confirment abondamment le constat. Nous pouvons l'expliquer, d'une part par les publications dans leurs différentes

rubriques, d'autre part par la récurrence de l'apparition de certains mots dans leurs différentes titraillles, tel que le présente le tableau ci- dessous :

Tableau 11 : récapitulatif des occurrences de substantifs dans les titraillles du 15 janvier 2014 au 15 janvier 2015

Politique	Société	économie	Sport	Diaspora	culture
Paul Biya	Corruption JDC : 6 Camer24 : 8	Agriculture JDC : 10 Camer24 : 107 Camerpost : 7	Lions /lionnes indomptables JDC : 20	Diaspora	Musique Camerpost : 8
RDPC CIN : 5	Violence Camerpost : 4	Économie Njangui : 67 Camer24 : 70 Camerpost : 13	S. Eto'o JDC : 27 Camerpost : 6 Camer.be : 3	France/Paris Njangui : 3 Camer.be : 22 Camer24 : 38 CIN : 19 Camerpost : 43	internet
Cameroun	Détournements Camerpost : 3	Développement JDC : 10 CIN : 4 Camer24 : 1 4 Camer.be : 3 Camerpost : 31	Football JDC : 404	Belgique/Bruxelles CIN : 30 JDC : 28 Camer.be : 4	concerts
Opération épervier	Pauvreté CIN : 8 Camerpost : 3	Emploi JDC : 23 Camer24 : 35	Fecafoot	USA JDC : 16 CIN : 32 Camer24 : 19 Njangui : 4 Camerpost : 29	culture
	Insécurité	FCFA	FIFA	Rassemblement	

	JDC : 10 Camer24 : 15 CIN : 3 Camerpost : 12	JDC : 4 Camerpost : 10	JDC : 18 CIN : 18		évènements
MRC CIN : 6	Enfants JDC : 24 Camer24 : 24	Entreprise Camerpost : 26	Athlétisme	Investissements Camerpost : 17 Camer24 : 13	
SDF JDC : 8 CIN : 6 Camerpost : 5 Camer24 : 4	Prison JDC : 9 Camerpost : 13 Camer.be : 4	Homosexualité JDC : 3	Basket ball JDC : 5		
Ahidjo	Faits divers JDC : 41	Cacao JDC : 7 Camer24 : 28 Camerpost : 10	Nathalie Nkoah JDC : 6 Camerpost : 2		
Terrorisme Camer.be : 15 Camer24 : 22 CIN : 40 Camerpost : 28	Success story JDC : 83	café JDC 6 Camer24 : 3 Camerpost : 4			
Chantal Biya JDC : 10 Camerpost : 3	Santé JDC 82 Camer.be : 10	Transport : JDC:7 Camer.be : 11 Camer24 : 144 Camerpost : 12			

Source : Auteur

Le tableau ci-dessus, représente l'ensemble des mots que nous aurions voulu d'entrée de jeu répertorier dans les sites étudiés. Mais compte tenu de l'absence de certains de ces mots dans

certaines titraille de sites retenus dans notre corpus , nous avons donc conçu un nouveau tableau.

Cf : le tableau ci-dessous

Tableau 12 : récapitulatif des occurrences de substantifs (récurrents) dans les titrailles du 15 janvier 2014 au 15 janvier 2015

	boko haram	opération épervier	Ebola	Paul Biya	Cameroun	terrorisme	diaspora	gouvernement	Samuel Eto'o
Cameroun 24	241	105	37	61	3017	17	72	45	21
Journal du cameroun	125	4	37	74	585		72		27
Camerpost	113	26	37	63	1026	14		81	
CIN	36	8	26	82	563	16	33	16	16
Njangui	12		3	3	26		3		
camer,be	22	19		22	207	5	4		

Source : Auteur

A la vue de second tableau, on peut d'emblée relever que les faits politique reflètent plus la couverture de l'actualité au Cameroun, d'après les sites web camerounais d'information générales que sont : *cameroun24.net*, *journalducameroun.com*, *camerpost.com*, *cameroon-info.net*, *njangui pres.com*. Une couverture dominée entre janvier 2014 et janvier 2015 par « Boko Haram », « l'Opération épervier » et « Paul Biya ».

Les équipes rédactionnelles des sites web camerounais général ont construit leur actualité autour de « Boko Haram »²⁵⁸ ; cette secte terroriste propagandiste, que d'aucuns taxent aujourd'hui de secte d'Islam noir politique, est responsable aujourd'hui de la mort de

²⁵⁸ Boko Haram est un groupe sectaire originaire du nord-est du Nigéria. Il s'est formé en 2002 à Maiduguri par le prédicateur Mohamed Yusuf. Boko Haram prône un islam radical et rigoriste, hostile à toute influence occidentale.

plusieurs milliers de personnes dans l'extrême Nord du Cameroun telles que l'illustrent les titraillles d'ordre informationnel ci-dessous :

- Pour *Camer.be* : « attaque de Boko Haram, 19 mai 2014 », « *Un solda tué dans une embuscade Boko Haram, mai 2015* », « *Le bilan des attaques de Boko Haram dans l'extrême-nord : 30 août 2014* »...
- Pour *Cameroon-info.net* : « *Ce n'est pas le Boko Haram qui va dépasser le Cameroun, 02 août 2014* », « *Appel du CRESPOL à la diaspora camerounaise pour une lutte contre Boko Haram et tous les mouvements adeptes de la civilisation du sang, de l'obscurantisme et de la terreur , Janvier 2015* »...

Outre les titraillles informationnelles sus-citées, « Boko Haram » est un sujet qui defraie la chronique des sites web camerounais d'information générales. Tout un *agenda-sitting* s'y construit donc tout au tour, à telle enseigne que cela en vient animer les polémiques. Ce phénomène s'observe déjà par les titraillles, telles que:

- Pour *camer.be* :
 - « *Cameroun – Boko haram : les masques tombent, 23 août 2014* ;
 - *Cameroun – terreur de Boko haram : le silence étrange de l'élite, 24 mai 2014* ;
 - *Boko Haram a recruté des centaines de jeunes camerounais à extrême-nord du pays, 28 mai 2014* ;,
 - *Lutte Contre Boko Haram, hommage aux forces armées camerounaises, 15 janvier 2015 ;*»,
 - *En hommage aux soldats tombés sur le champ d'honneur au Cameroun : une marche républicaine contre Boko Haram, 13 janvier 2014* ». ..
- Pour *cameroun 24.net* :
 - « *Lutte Contre Boko Haram :Cameroun :huit soldats disparus dans les combats contre Boko Haram , 30 Décembre 2014* ;
 - *Lutte Contre Boko Haram : Une quarantaine de morts dans des affrontements Boko Haram-Armée camerounaise APA Lundi le 29 Décembre 2014...* »

Cependant, nous noterons tout de même que, bien que Boko Haram constitue d'abord une réalité de menace pour le peuple camerounais, il n'en demeure pas moins que certains articles

sur les sites web camerounais tendent à démontrer que c'est une secte n'ayant pour objectif que de déstabiliser le pouvoir en place / gouvernement et par conséquent son président Paul Biya.

- Pour *Cameroun24.net* :

« *Lutte Contre Boko Haram : Réponse du gouvernement aux attaques dirigées contre le dispositif légal de la répression des actes de terrorismes au Cameroun, octobre 2014 ;*

- *Lutte Contre Boko Haram : Idriss Déby à la manette, Paul Biya en spectateur, 21 Octobre 2014 ;*

- *Lutte Contre Boko Haram : Mincom appelle à la responsabilité de la presse dans la lutte contre Boko Haram, 25 septembre 2014 ;*

- *Lutte Contre Boko Haram : Cameroun-Boko Haram : Le maire de Fotokol aux arrêts Salomon KANKILI, 29 Septembre 2014 ;*

- *Paul Biya limoge des officiers de l'armée "complices" de Boko Haram, juillet 2014 » ...*

- Pour *Cameroon-info.net* :

« *Cameroun-Boko Haram : De la secte à la rébellion armée, 09 Sept 2014 ;*

- *Cameroun-Boko Haram : Comment Paul Biya gère la crise avec la France, 10 septembre 2014 ;*

- *Le RDPC entre en guerre contre Boko Haram, 06 Novembre 2014 ;*

- *Le RDPC entre en guerre contre Boko Haram, 03 novembre 2014 ;*

- *Cameroun - Lutte Contre Boko Haram : Les imams et dignitaires musulmans se rangent derrière Paul Biya , 07 novembre 2014 »...*

Dans les sites web camerounais retenus dans notre corpus, certains articles laissent flotter le soupçon d'une possible idée et/ou théorie de complot quant au traitement de l'actualité relatif à « Boko Haram ». Cela s'observent déjà au niveau par des titraillles comme :

- Pour *Cameroon-info.net* :

« *La France dément toutes rumeurs de conspiration avec Boko Haram contre le Cameroun, 02 septembre 2014 ;*

- *Cameroun-Lutte Contre Boko Haram : Où est le chef des armées ? 29 Août 2014*

- *Cameroun-Boko Haram : La thèse du complot nordiste. 28 Août 2014 »...*

- Pour *camer.be* :

« *Cameroun – affaire Boko Haram : un vaste complot visant à déstabiliser le Cameroun éventré ;*

- Cameroun : Dr Vicent-Sosthène FOUDA Pour le Mouvement Camerounais Pour la Social-Démocratie* Cameroun, Boko Haram : complot et déstabilisation ;
- Cameroun, Boko Haram : les masques tombent. 23 Août 2014. »...

- Pour cameroun24.net : « Boko Haram : l'armée camerounaise enquête l'enrôlement monnayé de 84 enfants . 22 Décembre 2014 »...

Quand bien même d'autres raisons telles que l'inertie et/ou l'incompétence du gouvernement camerounais face à « Boko Haram » ne sont pas absentes sur ces sites, la polémique demeure entretenue dans la présentation des différentes titrailles. Ce qui donne lieu au développement de titrailles à l'instar de :

- Pour Cameroon-info.net :
 - « Malgré sa détermination, le Cameroun ne peut pas tenir tout seul dans cette guerre asymétrique contre Boko Haram ;
 - Cameroun-Lutte Contre Boko Haram : Paul Biya réorganise son dispositif sécuritaire, 15Août 2014 ;
 - Lutte Contre Boko Haram : Issa Tchiroma prône une synergie entre le Cameroun et le Nigéria pour plus d'efficacité ;
 - Cameroun -Guerre contre Boko Haram :Paul Biya fuit le front de l'Extrême-Nord,16 Septembre 2014 ;
 - Cameroun –communiqué de presse : Libération de 15 otages camerounais enlevés à l'est du Cameroun, 26 novembre 2014 ;
 - Précieux coup de pouce de l'Allemagne contre Boko Haram. 19 Novembre 2014 »...
- Pour camer.be :
 - « Lutte Contre Boko Haram :Guerre dans le septentrion : le général René Claude Meka bat retraite, 25 Octobre 2014 ;
 - le gouverneur accusé d'incompétence dans la lutte contre Boko Haram, 18 Avril 2014 ;
 - Cameroun– terreur de Boko Haram : le silence étrange de l'élite nordiste, 24 mai 2014 ;
 - Boko-Haram a recruté des centaines de jeunes Camerounais à l'extrême-nord du pays, 28 mai 2014 ;
 - le Cameroun fait état d'un lourd revers subi par Boko Haram à Kolofata »...
- Pour cameroun24.net:
 - « Lutte Contre Boko Haram :Le Tchad prêt à aider activement le Cameroun contre Boko, 15 janvier 2015 ;

- *Lutte Contre Boko Haram :Accrochages entre l'armée camerounaise et Boko Haram dans le nord, 17 Octobre 2014 ;*
- *Lutte Contre Boko Haram : Boko Haram : la France appelle à une coordination militaire du Nigeria avec le Niger, le Tchad et le Cameroun La Voix de l'Amérique,16 Décembre 2014 ;*
- *Des Camerounais pessimistes au sujet d'un cessez-le-feu entre le Nigeria et Boko Haram ; 25 Octobre 2014 » ...*

- Pour *Cameroon-info.net* : « *Cameroun-Boko Haram Stigmatisation des Nordistes : Cavaye Yeguié Djibril, l'instigateur. »*

Nous constatons ici que les sites web camerounais d'informations générales construisent l'actualité camerounaise, dans l'ensemble, autour de sujets à dominante politique. De plus, la couverture médiatique des événements politique est principalement axée autour de la personne Paul Biya et en ricochet de ses actions. Les différentes titrailles ci-dessous énumérées en sont des exemples :

- Pour *camer.be* :
 - « *Cameroun : Paul Biya, de la paix à la peine de, terrorisme, Paul Biya prend d'assaut le Cameroun*
 - *le Monarque Biya et les personnes âgées du Cameroun ;*
 - *Cameroun : Boko Haram est là, conséquence de l'idéologie laxiste du régime du renouveau ;*
 - *Cameroun-lois liberticides : Monsieur Paul Biya, n'ouvrez pas la porte de l'enfer au Cameroun »...*
- Pour *cameroon-info.net* :
 - « *Cameroun: Paul Biya vient de signer un nouveau décret pour révoquer un magistrat ;*
 - *Cameroun - Actes présidentiels : Paul Biya promulgue la loi anti terrorisme dans l'indifférence totale ;*
 - *Cameroun - An 32 du renouveau: La base prend le pouvoir ;*
 - *Cameroun - 32 ans de règne de Paul Biya: L'opposition camerounaise reconnaît sa part de responsabilité ;*

- un Paul Biya réunit ses ministres en urgence dans un parfum de remaniement
- 2014 Cameroun - Jacques Fame Ndongo : "32 ans de pouvoir pour Paul Biya, c'est pas trop" » ;
- Cameroun - Succession de Paul Biya, présidentielle 2018, armée, RDPC ;
- Gouvernance : Le jeu trouble d'international Crisis Group ;
- Cameroun : Après Paul Biya, l'ONU salue la bravoure des militaires camerounais ;
- Malgré sa détermination, le Cameroun ne peut pas tenir tout seul dans cette guerre asymétrique contre Boko Haram ;
- Cameroun : Présentation des Vœux de nouvel An 2015 à Paul et Chantal Biya. L'événement aura lieu comme de tradition au Palais de l'Unité à Yaoundé cette semaine »...²⁵⁹

La couverture médiatique des sites web camerounais d'informations générales serait donc dominée en partie par la politique et la personne qui l'ordonne depuis plus d'une trentaine d'années en la personne de Paul Biya.

Pour reprendre les propos analytiques de Thomas Atenga :

« L'enjeu central de tout système politique est la question de l'allocation des ressources et des valeurs disait déjà Easton²⁶⁰. Si cela est vrai en régime démocratique, ça l'est plus encore en contexte autoritaire ou patrimonial. Dans un tel système, la compétition pour les ressources est beaucoup plus directe. L'accès à l'État conditionnant l'accès immédiat aux ressources économiques, les ressources économiques et les ressources politiques elles-mêmes devenant presque interchangeables. Le pouvoir donnant accès à la richesse comme la richesse au pouvoir. Ce qui fait souvent de celui qui le détient, la figure incontournable des autres interactions sociales »²⁶¹.

« Au Cameroun, Paul Biya l'est depuis le 06 novembre 1982. Il meuble les conversations, hante les imaginaires de millions de ses compatriotes. Une littérature tant hagiographique que pamphlétaire a déjà abondamment décrit son rôle « messianique » ou « néfaste » dans le

²⁵⁹ Nous y reviendrons de manière plus détaillée dans notre dernier chapitre.

²⁶⁰ Easton, David, *Political System. An enquiry into the state of political science*, Chicago, University of Chicago press, 2ème éd., 1981, 378 p.

²⁶¹ Atenga, Thomas, *Récit de soi et récit de l'autre : Etude des stratégies de (dé)légitimation des journalistes camerounais à travers Internet*, mémoire pour l'habilitation à diriger des recherches, p. 29.

*système politique camerounais*²⁶² »²⁶³. Une tendance que nous avons eu également eu la possibilité d'observer dans ces sites camerounais d'informations générales étudiés.

La prépondérance des sujets et d'articles politiques s'y référant ne viendra en aucun cas le démentir. Paul Biya et de son épouse, leurs progénitures ou encore leur parti et gouvernement occupent une place non négligeable de l'actualité politique de ces sites internet.

Le sujet de *l'opération épervier* occupe une place conséquente dans l'actualité camerounaise sur Internet. *L'opération épervier* est une opération au cours de laquelle tous les mauvais gestionnaires de la chose publique sont emprisonnés. Les principales causes sont très souvent les détournements de deniers publics. Cela donne donc lieu à des formulations de tirailles telles :

- Pour *cameroun24.net*:

- « *Opération Epervier : Kondengui, la misère et le luxe derrière les barreaux* , 15 Janvier 2015 ;

- *Opération Épervier : Essimi Menye rattrapé par le scandale de 9 milliards*, 15 Janvier 2015 ;

- *Opération Epervier : Tribunal criminel spécial : Les dossiers en souffrance Charles-Olivier*, 30 Décembre 2014 ;

- *Opération Epervier : Cameroun : plus de 2 milliards FCFA recouvrés auprès de détourneurs de deniers publics APA Vendredi le 26 Décembre 2014* ;

- *Opération Epervier : Cour Suprême : Mvondo Evez'o, L'homme qui met Titus Edzoa en prison Eitel Elessa Mbassi*, 23 Décembre 2014 »...

- Pour *Camerpost.com* :

- « *Opération Epervier : Cameroun- Opération Epervier : La détention de Charles Metouck prorogée*, 15 mai 2014 ;

- *Cameroun- Opération épervier : Comment ils ont recouvré la liberté* ;

²⁶² Amougou, Bernard, *La pensée politique de Paul Biya*, L'Harmattan Cameroun, Paris/Yaoundé, 2013, 148 p. ; Amougou, Thierry., *Le biyaïsme : le Cameroun au piège de la médiocrité politique, de la libido accumulative et de la (dé)civilisation des moeurs*, Paris, L'Harmattan, 2011, 391 p. ; Pigeaud, Fanny, *Au Cameroun de Paul Biya*, Karthala, Paris, 2011, 266 p. ; Mattei, François, *Le code Biya*, Paris, Balland, 2009, 365 p. ; Kamé Bouopda, Pierre, *Cameroun, les crises majeures de la présidence Paul Biya*, Paris, L'Harmattan, 2007, 235 p. ; Emvana, Michel Roger, *Paul Biya : les secrets du pouvoir*, Karthala, Paris, 2005, 290 p. ; Mukum Mbaku, John, Takougang Joseph (dir.) *The leadership challenge in Africa : Cameroon under Paul Biya*, Africa World Press, Trenton, NJ, 2004, 563 p.

²⁶³ Atenga, Thomas, *Récit de soi et récit de l'autre : Etude des stratégies de (dé)légitimation des journalistes camerounais à travers Internet*, HDR en sciences de l'information et de la communication, Université de Bourgogne - Dijon, 2013, p. 29.

- *Combien coûte l'Opération épervier au contribuable, 08 avril 2014 ;*
- *Cameroun- Opération épervier : Cameroun Affaire Bapès Bapès : Essimi Menye et Alamine Ousmane cités comme témoins 03 avril 2014 ;*
- *Opération épervier : Louis Bapès Bapès libéré après une nuit en prison 02 avril 2014 » ...*

- Pour *Camer.be* :

- « *Opération épervier Acte 3 : le ministre Bapes Bapes aux arrêts, 1er Avril 2014 ;*
- *Opération épervier : que cache l'arrestation du ministre Bapes Bapes ? 1er Avril 2014 ;*
- *Opération épervier. Atangana Mebara toujours interné à l'hôpital général. Florette Manedong. 4 juin 2014 ;*
- *Cameroun – opération épervier : Etonde Ekotto porte plainte contre le Cameroun, Juillet 2014 ;*
- *Opération épervier : Laurent Nkodo dans le viseur de la justice pour 2 milliards de francs, 20 octobre 2014 ;*
- *opération épervier. Pourquoi Biya doit mettre un terme aux arrestations. Biaga Chienku Magnus, 17 Novembre 2014 »...*

À travers une telle évocation de l'actualité politique²⁶⁴, nous pouvons observer quelques représentations et même idéologies des responsables de ces sites. Le sujet de *l'opération épervier*, l'inamovibilité de *Paul Biya* au pouvoir depuis 33 ans, les tripatouillages durant les élections, les *détournements de fonds*, la corruption... sont autant d'éléments à partir desquels les responsables des sites web camerounais d'informations générales construisent leurs argumentaires.

Le faible traitement des questions économiques pour un pays dit « émergent » ne peut que susciter des interrogations, on ne peut plus légitimes, chez le lecteur de ces sites. Car même si la notion de développement paraît dans le traitement de l'information de ces sites, il n'en demeure pas moins que les mentions d'économie, de PME, d'agriculture, matières premières, véritables gages de développement sont très partiellement effleurées.

À quoi serait dû ce faible intérêt pour la chose économique ?

Les acteurs de ces sites se comportent comme si leur leitmotiv était uniquement d'écrire « *en première page, (...) en anticipant les attentes des lecteurs qui se demandent : que s'est-il*

²⁶⁴ Cf. le taux d'occurrence des sujets d'ordre politique.

passé aujourd'hui, que devrais-je savoir en tant que citoyen, membre de ma communauté ? » sans pour autant se soucier du volet économique, alors que Michaël Schudson, dans *the Power of News*, nous fait comprendre qu'une attente des lecteurs est aussi de retrouver dans les pages économiques des informations pouvant répondre aux questions suivantes « *que s'est-il passé dans le monde aujourd'hui que je devrais connaître en tant qu'actionnaire pour préserver ou améliorer mes intérêts financiers ?* ». L'on dirait donc que pour les acteurs camerounais du secteur de l'information, [...] « *Le journalisme économique occupe [toujours] une curieuse place : longtemps dédaignée et méprisée au sein de la profession elle-même [...]* »²⁶⁵. On peut donc légitimement se demander si ces acteurs procèdent délibérément au choix de ne pas mettre le journalisme au service de l'économie ?

Qu'en est-il de la couverture sociale ? La thématique du sport, notamment du football, est traitée, l'on dirait comme « l'opium du peuple » pour reprendre un adage camerounais [emprunté au marxisme]. Le football gagne du terrain, à différents niveaux, dans les différentes publications. Le phénomène s'observe avec la cristallisation des consciences sur la personne de S. Eto'o et la responsabilité de la FECAFOOT²⁶⁶ dans le mal-être de l'équipe nationale, les *Lions indomptables*. Les rédacteurs en chef des sites web camerounais d'informations générales vont plus loin lorsqu'ils informent les publics de toutes les magouilles, malversations financières s'agglutinant autour de l'instance sportive qu'est la FECAFOOT. Rares sont les sites qui abordent d'autres sujets, relatifs à d'autres disciplines sportives ou révélant l'évolution d'autres compatriotes dans des championnats étrangers ou à l'international. Nous en sommes donc venus à nous interroger sur les raisons de ce choix délibéré de ne dénoncer que les dysfonctionnements sociétaux, l'*entropie*, diraient les systémiciens.

B) Les productions dans les sites web camerounais d'informations générales : quelles valeurs informationnelles?

²⁶⁵ Philippe Ritutort, *les nouveaux habits du journalisme économique*, Hermès, 2006/1 n° 44), pp. 135-141.

²⁶⁶ Fondée en 1959, la *Fédération camerounaise de football* (FECAFOOT) est une association regroupant les clubs de football du Cameroun et organisant les compétitions nationales et les matchs internationaux de la sélection du Cameroun. Elle est affiliée à la FIFA (la Fédération Internationale de Football Association) depuis 1962 et est membre de la CAF (confédération africaine de football) depuis 1963. Source : Son site officiel est <http://fecafot-officiel.com/>

Même s'il est vrai que les sites web d'informations générales à la suite des medias classiques sont proposés en hérauts de la liberté en question, il est aussi vrai que la communication se trouve aujourd'hui plus que jamais au centre des stratégies. Les journalistes et/ou acteurs du champ médiatique sont-ils « manipulateurs » ou « manipulés » ?²⁶⁷

Cette question prend ancrage dans les conclusions des travaux de Charaudeau qui explique que :

« [...]l'on peut dire que les médias, en tant qu'ils sont les ordonnateurs de la mise en scène de l'information, sont autant agent manipulateur que patient manipulé. [...] Un manipulateur, [...] pas toujours volontaire, car c'est davantage par des effets indirects que s'exerce cette influence. S'il y a action des médias sur l'opinion publique ce n'est pas tant du fait de la transmission d'un savoir ou de la façon d'analyser un problème, que du fait du surgissement même de ce problème. Aux événements qui surgissent dans l'espace public s'ajoutent les événements créés par les médias. Dès lors, on ne pourrait plus reprocher à cette machine de déformer l'information, de créer et amplifier la rumeur, voire d'être mensongère, puisqu'elle ne ferait que construire son propre événement. Lavée d'un premier soupçon de manipulation (elle ne peut déformer puisqu'elle-même construit), elle se trouve entachée d'une plus grande intention manipulatoire puisqu'elle crée un événement qui lui est propre, tout en le proposant comme reflet de ce qui se passerait réellement dans l'espace public. L'information résulte donc de la conjonction entre l'"événement brut" qui se produit dans l'espace public et l'"événement construit" par les médias selon une activité qui consiste à le mettre en scène tout en prétendant rendre compte de la "réalité". De ce fait, tantôt l'"événement brut" et l'"événement médiatique" se confondent, tantôt l'un prend le pas sur l'autre [...] »²⁶⁸

²⁶⁷ Cf. Nous nous référons ici à tout le rappel de toute une tradition critique de la recherche en sciences humaines et sociales autour du thème de la manipulation des et par les médias. Cf. Delporte, Christian, *Les Crayons de la propagande*, Paris, CNRS Editions, 1993 ; Debray, Régis *Vie et mort de l'image, une histoire du regard en Occident*, Paris, Gallimard, 1992 ; Gervereau, Laurent, *Les images qui mentent. Histoire du visuel au XXe siècle*, Paris, Le Seuil, 2000 et *Terroriser, manipuler, convaincre ! Histoire mondiale de l'affiche politique*, Paris, Somogy, 1996 ; « Propagande et communication politique dans les démocraties européennes (1945-2003), Vingtième siècle. Revue d'histoire, n°80, octobre-décembre 2003 ; Barthes, Roland *Mythologies*, Paris, Le Seuil, 1957, rééd. 1992 ; Breton, Philippe, *La parole manipulée* (La Découverte, Coll. « Points sciences », Paris, 1990 ; Charaudeau, Patrick "Les médias, un manipulateur manipulé", in *La manipulation à la française*, Ed. Economica, Paris, 2003, consulté le 2 juin 2015 sur le site de *Patrick Charaudeau - Livres, articles, publications*. URL: <http://www.patrick-charaudeau.com/Les-medias-un-manipulateur.html>....)

²⁶⁸ Charaudeau, Patrick, "Les médias, un manipulateur manipulé", in *La manipulation à la française*, Ed. Economica, Paris, 2003, consulté le 2 juin 2015 sur le site de *Patrick Charaudeau - Livres, articles, publications*. URL: <http://www.patrick-charaudeau.com/Les-medias-un-manipulateur.html>

Les sujets que nous présentent les auteurs des sites web camerounais peuvent-ils encore être considérés en termes de fiabilité et de neutralité, comme le discuterait systématiquement un constructivisme radical? Le contexte critique de crise et/ou de précarisation dans lequel ils évoluent, n'altèrent-ils pas les jugements ou n'orientent-ils pas le choix de l'actualité à transmettre? Avec des avancées technologiques telles que chacun peut désormais devenir rédacteur en chef d'un site web d'informations, quel crédit peut-on accorder au contenus dès lors qu'est abordée la question du rapport de ces producteurs de sites à leurs sources?

Nous partageons l'idée de Charaudeau selon laquelle, l'évènement médiatique²⁶⁹ est constitué de trois lieux de production de sens : le lieu de construction, le lieu de production et le lieu d'interprétation /de réception. En cela repose le concept de co-construction médiatique. À ce titre, nous pensons que pour notre cas d'espèce, étudier d'une part la vision éditoriale des responsables des sites web camerounais d'informations générales s'avère incontournable, en vue d'en ressortir les conditions de productions et de co-construction des évènements. D'autre part, il nous sera possible d'observer des indices de leurs différents lieux d'interprétations.

B-1) Vision éditoriale des promoteurs : lecture critique de leur travail

***L'illusion de l'objectivité observée dans le traitement de l'information par les équipes rédactionnelles des sites web camerounais d'informations générales.**

Même si la réception conserve *in fine* un large pouvoir d'interprétation, les medias, quels qu'ils soient, peuvent influencer sur le niveau d'information des populations, à partir de leur façon de transmettre les informations, en remettant en question leurs connaissances et la façon dont ces populations perçoivent et/ou raisonnent. En tant que vecteurs par excellence de l'information, les médias contribuent très souvent à *construire la réalité*²⁷⁰. En d'autres termes, les médias dans leurs agissements essaient de construire ce qu'ils appellent « la réalité ».

²⁶⁹ Nous y reviendrons de manière plus détaillée en chapitre 7.

²⁷⁰ Nous pensons que des rapprochements pourraient être établis entre l'évènement et la construction de la réalité.

Nous pensons avec Gregory Derville que le processus de construction de la réalité par les médias s'opère entre autres par le phénomène de cadrage des débats publics²⁷¹. C'est-à-dire que les médias contribuent, en fonction de leurs enjeux propres dans des événements, à amplifier positivement ou négativement les stéréotypes sociaux dans une communauté donnée. En effet, les médias construisent tout un imaginaire social, qu'ils appellent « *leur réalité* ». Ceci est observable dans le fonctionnement des sites web camerounais d'informations générales, par exemple à partir de l'acharnement sur des polémiques et/ou des critiques, par ailleurs pas toujours intellectuellement très structurées. Ces discours symboliques disposent « leurs réalités » qui, par la suite, se répercutent sur les différentes opinions publiques, pour qui « *aujourd'hui la méritocratie a foutu bel et bien le camp au Cameroun, pour laisser la place à la médiocrité, au favoritisme, au tribalisme... bref au réseautage* », à en croire les dires de cette enquêtée de Bethesda aux États-Unis²⁷².

Ingrid Ngounou, par exemple, souligne le contexte malsain dans lequel les articles sont publiés au Cameroun et prend la précaution de nous notifier que *journalducameroun.com* ne nie pas l'existence du *réel*, c'est-à-dire la succession des événements se produisant et susceptibles de constituer l'actualité camerounaise.). Mais elle démontre comment *journalducameroun.com* essaie de construire objectivement ses contenus/ productions en faisant fi de toute polémique. Elle témoigne ainsi de ce positionnement :

« Principalement c'est le manque de polémiques. Tout de suite on a fait ce choix [...]. On a fait ce choix parce qu'il y'avait beaucoup d'événements politiques au Cameroun [...] notamment les élections présidentielles, sénatoriales, municipales, législatives... il y avait la débâcle des lions avant leur qualification ; qui ouvraient des espaces pour la polémique. Nous, on a matérialisé cela par la fermeture de notre forum. On n'a pas de forum sur le site ; les gens peuvent réagir mais on n'a pas de forum. Et ... on a un espace qui s'appelle débat-opinion où les gens nous envoient des textes ; mais on se réserve de les publier, s'ils ne sont pas insultants. Donc contrairement aux autres sites, où le lecteur peut avoir la latitude de se répandre... nous, on veut se concentrer sur notre métier et prendre nos responsabilités par rapport à ce que nous disons, sans donner la possibilité aux gens de dire tout ce qu'ils pensent en fait, ça c'est la première chose. Et ensuite la deuxième chose, cela se

²⁷¹ Gregory Derville, *Le pouvoir des médias: mythes ou réalité*, 2^{ème} édition, Grenoble, PUG, « politique + », 2013.

²⁷² Propos d'une Camerounaise interviewée à Bethesda dans l'Etat du Maryland, le 9 mai 2015.

traduit aussi par l'attrait des annonceurs. C'est qu'on a toujours voulu un site professionnel. C'est-à-dire, faire du vrai journalisme, c'est pas un blog en fait. C'est vraiment un site avec un rédacteur en chef, des journalistes qui vont en reportages, des correspondants. Sur le plan des chiffres, après pour les retours, malheureusement euh... c'est une politique qui peut nous donner forcément raison ; parce que les gens ont besoin parfois de plus d'espaces où ils peuvent polémiquer. Mais nous euh... ça nous permet de soutenir le modèle commercial parce qu'on a des annonceurs qui veulent aller vers des sites sérieux tout court, qui font de l'information sans forcément entrer dans les polémiques ou laisser le plaisir ou le loisir aux gens de dire tout ce qu'ils pensent. »²⁷³

Nel T. Zieni, responsable de *brukmer.be*, attire également notre attention sur ce point, lorsqu'il nous dit vouloir se démarquer des autres sites web camerounais d'informations générales en évitant toute polémique. L'on peut donc comprendre son assertion : « *nous traitons les sujets en se positionnant au-delà de nos [...] des intérêts, camerouno-camerounais. Nous évitons des sujets de polémiques, qui n'ont pour objectif finalement que de nourrir la haine entre nous.* »²⁷⁴. Ainsi est résumé en quelques propos le modèle de fonctionnement de l'équipe rédactionnelle de *brukmer.be*.

De telles postures semblent rejoindre le discours que Bernard Delforce tient sur les conditions de production de l'information et/ou la construction sociale du sens. En effet, l'auteur " *se situe alors dans des approches phénoménologiques et/ou herméneutiques qui considèrent que « la carte n'est pas le territoire » : pour parler du réel, il faut en construire une représentation.* "²⁷⁵.

Bernard Delforce explique : il ne s'agit pas, ici non plus, de nier l'existence du réel, mais de reconnaître son indétermination initiale du point de vue du sens. Par conséquent, ce qui arrive, ce qu'on observe, n'est pas l'« événement ». Le sens n'est donc pas préalable à l'observation. Il n'est ni unique ni stable, il est tributaire du regard qu'on porte sur le réel. Cette vision constitue même le fondement de la posture constructiviste²⁷⁶, qui a largement

²⁷³ Entretien avec Ingrid Ngounou dans un Mc Do à la Défense à 16h45, 28 décembre 2013.

²⁷⁴ Entretien, promoteur (Nel Tsopo Nziemi), *Brukmer.be*, 1^{er} décembre 2013.

²⁷⁵ Delforce, Bernard, « Le constructivisme : une approche pertinente du journalisme », *Questions de communication* [Online], 6 | 2004, Online since 15 May 2012, connection on 01 February 2015. URL : <http://questionsdecommunication.revues.org/4345>, P 10

²⁷⁶ Le constructivisme propose des règles précises pour élaborer des méthodes d'études scientifiques des phénomènes (Muchielli). On dit d'une méthode de recherche qu'elle est constructiviste si elle suit principalement 8 principes fondamentaux précis :

influencé les travaux en SIC²⁷⁷. Une occurrence événementielle est constituée d'une multitude d'éléments (protagonistes, actions, objets, lieux... et leurs spécifications respectives) qu'il est impossible de reproduire complètement. Il est donc difficile d'établir une base où s'opère la sélection entre ce qui est essentiel et ce qui est accessoire. Le discours de l'événement est donc le résultat d'une série de sélections et de configurations inévitables où domine la dimension perceptive (celle du journaliste comme celle de ses sources).²⁷⁸

Les impasses de l'objectivité des énoncés journalistiques sont donc réelles même si certains responsables de sites web camerounais d'informations générales essaient tant bien que mal de brandir en avant l'objectivité comme *leitmotiv* légitimant, à partir duquel ils bâtissent leurs productions et/ou l'ensemble de leurs publications. Par exemple, lorsque Hugues B. Seumo , parle du positionnement de *camer.be*, il argumente ainsi: "*L'information claire et nette, c'est notre leitmotiv. Diffuser les informations aussi tôt que nous les avons en toute impartialité. Ne pas faire comme les autres, servir pour une cause ; parce que tous, nous savons que nous, les pays du tiers-monde nous avons un problème majeur chez nous... nous voulons être la voix de*

-
- La connaissance n'est pas un donné mais une construction (principe de la construction de la connaissance.)
 - La connaissance scientifique ne peut prétendre être parfaite (principe de connaissance inachevée)
 - La connaissance n'est que relative à ce qui convient à l'action (principe de la convenance de la connaissance plausible)
 - En prenant appui ces principes et en les déformant (« *ce que l'on voit n'est que notre propre perception* ») et sur la valorisation culturelle actuelle de l'individualisme (« *tout individu a le droit de revendiquer la prise en compte de sa vision des choses* »)

Source : Mesure, Sylvie et Savidan, Patrick (dir.), *le dictionnaire des sciences humaines*, PUF, Paris, 2006, 1^{ère} édition, 1265 p

N.B : un certains nombres chercheurs, essayistes, journalistes ont appelé « constructivistes », l'ensemble des représentations que les acteurs sociaux se font des phénomènes. Ils ont donc déformé le sens du mot constructivites en l'appliquant aux phénomènes de « *construction sociale de la réalité sociale / les acteurs sociaux* ».

Quant à S. Sismondo, le constructivisme renvoie à :

- la construction comme élaboration à travers l'interaction des acteurs, d'objets et de formes institutionnelles,
- la construction comme production des théories scientifiques à partir des données empiriques,
- la construction comme fabrication en laboratoire d'artefacts à partir de ressources et d'interventions matérielles,
- la construction comme formation idéale, au sens néo-kantien, d'objets de pensée et de représentation.

Sismondo va donc souligner que ces usages se développent chez certains auteurs tout à la fois comme « programme ontologique » - l'origine des objets sociaux, des artefacts de laboratoire ou du monde naturel – et/ou au programme épistémologique – les conditions de validation des énoncés scientifiques à propos d'objets sociaux et/ou naturels.

Un programme méthodologique du constructivisme se définit lorsque certains s'efforcent de suspendre pour des raisons de méthode et de façon temporaire, toute présomption quant à l'existence d'un contraste ontologique et/ou épistémologique entre les objets particuliers qu'ils analysent.

²⁷⁷ Cf. les dossiers spéciaux de *Questions de communication*, consacrés à ce thème, n° 3, 5, 6 et 7.)

²⁷⁸ Bernard Delforce, *Op. cit.*, P. 10

*ceux qui n'ont pas de voix!*²⁷⁹. Il se positionne ainsi en tant que meneur d'équipe, autour de la volonté de présenter les articles de son site comme objectifs et même impartiaux. La prétention mérite d'être mise en perspective avec parallèlement un parti pris, autoproclamé, de se présenter comme « la voix des sans voix » ?

Prenons un autre exemple avec *cameroun24.net*, qui nous dit, par la bouche de son promoteur Augustin Timfang, que son objectif « *c'est de porter un message différent, un regard différent des informations sur le Cameroun... nous avons donc pour objectif de montrer un autre regard sur le Cameroun, de montrer ce qui marche au Cameroun. Mais cela n'exclut naturellement pas, qu'on puisse de temps en temps diffuser des informations sur ce qui ne va pas. Et qu'on puisse critiquer aussi quand il faut critiquer* ». ²⁸⁰ Contrairement à *camer.be*, *Cameroun.24* voudrait, dans la mesure du possible, participer à redorer le blason du Cameroun car le site estime que l'image du Cameroun est à reconstruire.

B-2) La fabrique de l'évènementiel, de l'opinion

Les responsables de ces sites, faisant la promotion de leur site, nous disent avoir une volonté de la recherche vers plus de débat, davantage de démocratie, même s'il est vrai que, parallèlement, se mettent en place des « non-dits », des sous-entendus et ou des contre-sens favorisant la volonté de « fabrique de la pensée et même de l'opinion », si on fait abstraction à la faculté de sélectivité des destinataires.

Cyrille Ekwalla, responsable de *Njangui Press*, nous dit :

*“Les objectifs, je vais vous dire, je voulais et je continue à le vouloir, faire de njangui press l'une, pas la référence, mais l'une des références en matières d'analyses, en matière d'idées de la presse camerounaise, qu'elle soit web ou print ; de toute manière, tout le monde est obligé aujourd'hui de passer un peu par le web. Je veux toujours en faire l'une des références. Ça veut dire qu'il y a telle impression ; on vient voir dans njangui press ce que les gens en pensent, l'analyse, l'opinion. Voilà quel est le véritable objectif. Le public que je visais, le tout premier public est celui qui s'intéresse à la haute participation au débat camerounais”.*²⁸¹

²⁷⁹ Entretien, rédacteur en chef (Hugues Bertin Seumo), *camer.be*, 30 novembre 2013.

²⁸⁰ Entretien écrit avec le promoteur de *cameroun24.net*, en date du 12 juillet 2014, Augustin Timfang.

²⁸¹ Entretien, rédacteur en chef Cyrille Ekwalla, *njangui press*, 28 décembre 2013.

“237 online Personne ne décide de la politique éditoriale car c'est connue par toute l'équipe. Nous nous engageons à y intégrer toutes les ressources utiles se reliant au Cameroun. Ceci en contribution à l'effort de construction nationale qui à notre sens est un devoir de génération.”²⁸².

Les sites web camerounais d'actualité brandissent des projets très souvent louables. Notre distanciation de recherche doit cependant nous conduire à envisager, derrière le déclaratif, des options tactiques, voire stratégiques de réorientation des débats en vue de construction idéologique des façons de penser à partir de ces analyses. L'on peut donc ainsi comprendre le choix, on ne peut plus intéressé, de certaines problématiques, cachant des polémiques, consciemment ou inconsciemment mobilisées.

C) Deux cœurs de cibles « intéressés »: les diasporas camerounaises et des personnes stratégiques

Les diasporas sont initialement les personnes que les uns et les autres des sites web étudiés voudraient toucher, bien que divers obstacles, telles que les finances, la pénétration du marché, une volonté d'améliorer l'image de la nation camerounaises...aient été évoquées.

Cameroun 24.net par exemple s'intéresse

« principalement à la diaspora : la diaspora estudiantine et la diaspora économique. [...parce qu'ils estiment que] le tissu technologique ou alors internet n'est pas suffisamment répandu à l'intérieur, donc du coup, ce serait prétentieux de croire qu'on puisse toucher le public cible à l'intérieur du pays alors que déjà les gens n'ont, la grande majorité n'a pas accès, ce qui n'est pas le cas des Camerounais de la diaspora et qui s'informent principalement à travers internet. »

Pour *237online.com*, à sa création,

« le public initialement visé était la diaspora car 237online.com est né à un moment où l'image du Cameroun était de plus en plus terni par des blogs et sites sur internet. Au début il était question de contrer ceux- la et de redorer l'image du Cameroun »²⁸³.

²⁸² Entretien écrit avec le promoteur de *237online.com*, 23 septembre 2014, Tchepnkep Tokom.

²⁸³ Entretien écrit avec le promoteur de *237online.com*, 23 septembre 2014, Tchepnkep Tokom.

Journalducameroun.com, pour sa part, comme nous le confirme sa rédactrice en chef Ingrid Ngounou, s'est intéressé :

« Très clairement [...] à la diaspora camerounaise à l'étranger. C'était la diaspora camerounaise je veux dire, parce qu'elle est à l'étranger. ... et on espérait pouvoir toucher un public jeune au Cameroun. Parce que le modèle économique qui soutiendrait le projet c'était de pouvoir, comme j'ai dit au début, de pouvoir fournir un espace aux annonceurs qui communiquent vers l'Afrique sachant que le pouvoir d'achat et la notion de... commercial est beaucoup plus importants [sic] de notre côté que du côté de voilà... on a plus de consommateurs potentiels à l'étranger notamment en Occident qu' en Afrique. Et donc tout de suite, dans les choix éditoriaux, on s'est orienté vers la mise en avant des profils de Camerounais qui vivaient à l'extérieur. On a plutôt cherché à entrer dans les communautés de vie des Camerounais de l'extérieur, sans pour autant laisser l'actualité du Cameroun ; parce qu'au fond, s'ils viennent aussi sur Internet, c'est pour savoir ce qui se passe au Cameroun. Et c'est pour cela qu'on était obligé d'avoir une rédaction propre au Cameroun. Donc on faisait de l'information pure, et la valeur ajoutée, c'était justement cette information venant des Camerounais de l'extérieur. On a beaucoup fait de portraits et on fait beaucoup de portraits de personnalités et on relate les événements de vies communautaires dans plusieurs où il y a des Camerounais en fait. »²⁸⁴

Et Nel Tsopo Nzieni de *brukmer.be* de nous répondre avec assurance à la question de savoir qui était son cœur de cible : *« Oui, bien sûr.... la diaspora. [sic] dans la réalité, sur le terrain, à cause aussi de notre réseau, grâce à de notre réseau qui est fort garni par les Camerounais [...] et ce sont les Camerounais qui sont au cœur. De toutes les façons les lecteurs majoritaires sont Camerounais. »*

Quand bien même, la cible principale des sites web étudiés n'est pas les diasporés camerounais, le dévolu est désormais posé sur des personnes que nous qualifierons d' « élites » au sens de d'Elihu Katz et de Paul Kazarsfeld²⁸⁵, pouvant influencer sur les pouvoirs, en termes de détenteurs de prises de décisions. En effet, Hugues Bertin Seumo, tout ironiquement, nous répond que :

« Si camer.be avait pour ambition de se limiter à la diaspora, on n'aurait pas besoin des correspondants sur place au Cameroun. Nous avons des correspondants sur place au Cameroun, des correspondants à l'étranger :

²⁸⁴ Entretien avec Ingrid Ngounou, Paris, 28 décembre 2013.

²⁸⁵ Cf. le schéma d'interprétation d'Elihu Katz et de Paul Kazarsfeld, relatif au *Two step flows of communication* ?

c'est pour servir tous les Camerounais sans discrimination et bien évidemment aussi des étrangers. Parce que quelques-uns d'entre nous sommes interpellés par des organisations internationales sur la situation du Cameroun par rapport à un article publié sur le site. Donc Camer.be est un portail qui est ouvert à tout le monde et comme c'est sur internet, c'est pour le village planétaire et pratiquement le Cameroun ».

L'on en vient à se demander si la sollicitation de correspondants, résidant au Cameroun, implique obligatoirement un élargissement des publics.

Cyrille Ekwalla, quant à lui, nous a expressément dit adresser ses communications aux élites, une population élitiste bien restreinte.

« Le public recherché, il est simple, il est cette classe de Camerounais qui s'intéressent aux débats de société, qui portent sur la politique, sur l'économie, sur les faits sociaux en tant que tels mais aux débats de sociétés. Ce public, c'est lequel ? Ce sont les décideurs politiques, les décideurs économiques, c'est vous, [...] ça veut dire quoi ces étudiants en fin de cycle notamment en deuxième, troisième cycle. Ce sont évidemment les professeurs d'université. C'est ce public- là. Njangui press n'a jamais voulu être un généraliste et ne sera jamais un généraliste. Et ne sera jamais un généraliste de toute façon. Le public est vraiment très précis. C'est ceux qui savent, qui vivent pour les idées et pour l'analyse. Je ne pense pas que je puisse être plus euh... je dirai quoi plus détaillé que celui-là. Ce sont les étudiants, les étudiants en fin de cycle, c'est, je ne dirai pas les cadres administratifs, parce que il y a des cadres administratifs que le débat n'intéresse pas. Ce sont les décideurs politiques, les décideurs économiques, les penseurs, les journalistes, élites voilà un peu. »²⁸⁶

***Des financements ambigus et une tendance à la précarisation de la profession.**

Hormis *journalducameroun.com* et *camer.be* qui nous ont admis sortir du lot financièrement du fait de leur indépendance, les autres battent de l'aile dans leur fonctionnement économique. Ils nous ont reconnu ne pas être rentables économiquement. Ils s'autofinancent d'une part, et reçoivent une bonne partie de leurs sources de financement de bienfaiteurs, nous ont-ils garanti, anonymes.

En effet, *Journalducameroun.com*, économiquement, présente :

« un modèle [...] viable [...]. Il est supposé s'améliorer parce que ça n'a rien à voir avec journalducameroun. C'est juste qu'on est dans un

²⁸⁶ Entretien, rédacteur en chef Cyrille Ekwalla, *njangui press*, 28 décembre 2013.

environnement qui est nouveau et donc aucune école de journalisme n'enseigne..., de management n'enseigne le modèle économique fonctionnel 100% pour ce qui est de ce type de produit. Tout est entrain de s'écrire et donc on écrit notre propre histoire en même temps que les autres. [...] du coup, on est obligé régulièrement de se réajuster. [...], on teste la gestion des informations émanant des dépêches parce que c'est une autre façon de gérer l'information. [...], parce qu'il faut faire évoluer le modèle ; même s'il est viable, il faut pouvoir continuer à....parce qu'on n'est pas sûr qu'il sera viable sur le long terme parce que tout est nouveau. On est obligé de tester de nouvelles formules pour améliorer sur le plan économique, j'entends euh... le modèle sur lequel on a bâti le projet. »²⁸⁷

Ingrid Ngounou nous a donc fait comprendre que *Journalducameroun.com* est indépendant financièrement et chercherait même à l'être davantage.

Camer.be pour sa part dans ses débuts était financé par son équipe, car nous dit Hugues B. Seumo :

« Au départ, toute l'équipe, beaucoup plus l'équipe de l'Europe parce qu'on a d'abord chacun un revenu, avait injecté les sous dans le projet. Mais depuis qu'on a commencé à avoir des annonces publicitaires, des concerts de musique où les promoteurs demandent qu'on fasse la publicité ainsi de suite...donc voilà un peu comment on a pu faire...on a pu combler le vide. Donc depuis, bientôt 05 ans on a jamais mis les mains dans nos poches pour régler quoi que ce soit. Tout ce qui se paie chez l'hébergeur, (chez je ne sais pas) le nom du domaine, on puise dans nos caisses quoi ! »²⁸⁸

Il va sans dire qu'aujourd'hui *camer.be* se porte assez bien économiquement, à en croire les propos de son promoteur :

« [...] camer.be est rentable ! Il est rentable pourquoi ? Je m'explique, parce que il y'a des lecteurs qui ne viennent que sur camer.be pour écouter la radio. Vous voyez par exemple la radio Nkongsamba FM, qui n'était même pas connu jusqu'ici, mais depuis que nous avons mis leur lien en ligne, quand nous regardons dans la base de donnée ; nous constatons qu'il y a beaucoup de visiteurs qui viennent sur le site internet uniquement pour écouter la radio, ceux qui ne veulent pas lire les articles. Et dès qu'ils cliquent sur l'icône de la radio, ils écoutent l'information en temps réel et ils sont satisfaits. Donc s'il ya 32000 visiteurs sur camer.be, il y'a au moins 8000

²⁸⁷ Entretien avec Ingrid Ngounou, Paris, 28 décembre 2013.

²⁸⁸ Entretien avec Hugues Bertin Seumo, rédacteur en chef, *camer.be*, 30 novembre 2013.

visiteurs uniques qui ne viennent que pour écouter la radio. Donc c'est une originalité que nous avons par rapport aux autres. »²⁸⁹.

les autres sites web d'informations camerounais étudiés ici en occurrence *njanguipress.com*, *brukmer.be*, *cameroun24.net.com*, *237online.com*, ont des difficultés de financements. « *Aucun service payant sur notre site. Le financement est pour le moment sur fond propre. Mais les revenus reversés par google arrivent aussi parfois mais sont encore assez minimes par rapport aux besoins* » , comme nous l'a affirmé Tchepnkep Tokom, responsable de *237online.com*.²⁹⁰

Parlant de son site web *njanguipress.com*, Cyrille Ekwalla, quant à lui, nous laisse comprendre que :

«[...] Je suis sur fonds propres, sur fonds propres euh [...] en diamant, pour vous dire très honnêtement. Njangui press n'est pas tellement un site qui ne rapporte pas ; dans le sens où la publicité sur Njangui press... Les gens ne viennent pas beaucoup sur Njangui press parce que j'ai dû faire face à certains refus du fait que ; premièrement nous n'étions pas populaire ; mais de deux c'était beaucoup politique. Donc ça réduit énormément le nombre de potentiels d'annonceurs. Mais je n'en déments pas puisque j'essaie d'aller chercher des annonceurs, je dirai, institutionnels des gens qui ne serait-que parce qu' il y a une conférence [...] à tel endroit, lui il essaie de faire cette annonce. il estime que dans Njangui Press il a un public, donc voilà un peu globalement. J'ai quelqu'un depuis un moment qui va m'aider dans cette tâche ; c'est là où je vous ai parlé de la personne en marketing. »²⁹¹.

Augustin Timfang, promoteur de *237online.com*, poursuit dans le même ordre d'idées :

« [...] disons que nous n'échappons à la tendance des médias camerounais. Très peu de médias camerounais peuvent prétendre être économiquement rentables. C'est la raison pour laquelle le gouvernement parfois tombe une modique subvention dont nous [n'avons] jamais bénéficié. D'ailleurs nous n'avons jamais sollicité donc, c'est [(sic)]les contributions de personnes passionnés comme nous, et celles qui nous entourent, qui permettent de faire vivre le portail. »²⁹²

Nel Tsopo, parlant du financement de *brukmer.be*, nous explique que :

« [...] Pendant longtemps, nous avons essayé de rentabiliser le site en vendant la publicité aux entreprises qui seraient dont les intérêts pour être liés soit

²⁸⁹ Entretien avec Hugues Bertin Seumo, rédacteur en chef, *camer.be*, 30 novembre 2013.

²⁹⁰ Entretien écrit avec Tchepnkep Tokom, promoteur de *237online.com*, 23 septembre 2014.

²⁹¹ Entretien avec Cyrille Ekwalla, rédacteur en chef, *njangui press*, 28 décembre 2013.

²⁹² Entretien écrit avec Tchepnkep Tokom, promoteur de *237online.com*, 23 septembre 2014.

à la diaspora, soit à l'Afrique. Ce qui a été une lourde tâche et qui nous a parfois éloignés de notre travail finalement qui est d'écrire des articles. Donc la rentabilité d'un site d'information, niveau africain, nous en sommes arrivés à cette conclusion, et ... en plus camerounais, n'est pas envisageable. Pour l'instant, nous nourrissons notre site grâce à nos apports personnels et à des bribes de publicité des personnes qui viennent vers nous. Donc nous, on a mis aucune démarche de prospections, de recherches de publicités d'annonceurs, non, on n'a fait aucune démarche. Ceux qui viennent, on les prend. Et évidemment, ça ne couvre pas les frais liés à notre fonctionnement. Donc voilà, financièrement, c'est ça, on est des bénévoles passionnés. »²⁹³

Ces quatre dernières déclarations de promoteurs de sites web camerounais d'actualité peignent la triste réalité dans laquelle ils évoluent. Ils se retrouvent chacun à puiser dans leurs revenus salariaux personnels pour rendre leurs sites viables. Quand bien même certains perçoivent des redevances de *Google*, ou d'aides de bienfaiteurs, cela ne parvient pas à assurer la bonne marche de leur site. De quoi se demander si ces situations précaires des sites web d'informations camerounais dans leur majorité ne conditionneraient pas la structuration de leurs contenus ?

B-2) le regard des diasporés camerounais sur les productions des sites web d'informations générales : évocateur ou coincé ? Quelles représentations ?

Jean-Pierre Esquenazi nous invite à prendre en compte les trois principaux éléments constitutifs d'une œuvre : la production, la déclaration / affirmation, les interprétations :

“ [...] l'œuvre est un processus symbolique produit au sein d'une institution culturelle selon les règles d'un modèle énonciatif spécifique puis interprété ou réinterprété au sein des communautés interprétatives à travers des reconstitutions de son énonciation ”²⁹⁴.

Nous partons du principe que la production médiatique pourrait être assimilée à ce concept d'œuvre développé par Esquenazi. Et vu sous cet angle, ces trois éléments qu'il évoque pourrait rejoindre les trois sens énumérés *supra* (cf. p 141), développés dans le concept de co-construction médiatique par Charaudeau.

²⁹³ Entretien, promoteur avec Nel Tsopo Nziemi, *Brukmer.be*, 1^{er} décembre 2013.

²⁹⁴ Esquenazi, Jean-Pierre., *L'écriture de l'actualité : pour une sociologie du discours médiatique*. Grenoble, PUG, 2002, P 87

Dans cette sous-section, il est donc question pour nous de présenter les différentes *interprétations* que les diasporas camerounaises se font des sites web camerounais d'informations générales. Ces derniers constitueraient une partie des publics de ces sites. Et compte tenu du fait que « [...] *on peut considérer toute interprétation donc comme une réaction au cadre déclaratif. L'interprétation d'une communauté représente à l'intérieur de ce contexte une prise de position qui résulte directement de la forme d'identité que ce public entend manifester à cette occasion* » (Esquenazi, p 175). Esquenazi estimant que nous nous devons « *de comprendre l'interprétation comme un compromis entre l'œuvre, sa production et sa déclaration, et la forme d'identité au nom de laquelle l'interprété construit sa compréhension de l'œuvre. De ce point de vue, l'interprétation n'est pas seulement une version significative de l'œuvre, mais également, une image du contexte social revendiqué par l'interprète : elle est, disons nous, une paraphrase d'une certaine communauté* »²⁹⁵ Autrement dit, les *interprétations* de diasporés camerounais par rapport aux sites web camerounais d'actualité seraient leurs réponses suites aux déclarations faites par les équipes rédactionnelles des dits sites. Ainsi il pourrait en ressortir divers groupes d'interprétations, aussi contrastés soient-ils, dépendamment des formes d'appropriations des publics et du contexte social dans lequel ils évoluent.

En effet, si certains des enquêtés ne jurent que par ces sites comme « *fervents défenseurs des sans voix de la nation camerounaise* », « *engagés pour la bonne marche de la nation camerounaise* » « *dénonciateurs des tares de la société camerounaise* », d'autres par contre estiment que ce sont « *des apprentis sorciers qui ne pensent qu'à davantage noircir l'image du pays* », « *des amateurs, chômeurs, qui du haut de leur écrans + claviers, se croient tout puissants du fait des prouesses informatiques* » ou encore « *des affamés politiques, des pseudos opposants qui ne pensent qu'à leur propre nomination au gouvernement* ». Les avis sont donc très contrastés et l'on en vient à s'interroger sur les véritables motivations de ces sites.

Comment comprendre le passage à de tels discours bipolaires radicalement opposés? Dès lors que nous axons notre réflexion sur la définition qu'Esquenazi donne de l'interprétation, nous comprenons que l'image du contexte social dans lequel évolue le Cameroun, ne peut laisser

²⁹⁵ Esquenazi, Jean-Pierre, Op. cit. p 193

indifférent les diasporés camerounais. Ces derniers, malgré les millions de kilomètres les séparant de leur terroir national, ne semble point rester indiffèrent au devenir de leur pays d'origine. Comme l'écrit Bertrand Cabedoche, « *Boosté par le numérique, il (l'effort des intellectuels africains d'Europe) configure désormais les diasporas, non plus comme réceptacle honteux de la fuite des cerveaux, mais comme « sixième région du monde », participant de la circulation des compétences et œuvrant ainsi pour le pays d'origine.*²⁹⁶

Conclusion

les sites web d'informations générales à la suite des medias classiques sont proposés par leurs promoteurs en hérauts de la liberté en question, et de ce fait, servent de relais dans la transmission des informations aux publics. Cependant, ils semblent construire l'actualité de leurs médias sur *des pics évènementiels*, très souvent sources de polémiques dans les débats. Ce qui s'explique par le choix d'un traitement « politisé » de l'information dans leurs démarches, même s'il est que certains promoteurs de ces sites web (*journalducameroun.com, brukmer.be*) ont notifié leur volonté de démarcation des polémiques On va dire donc ici que certes les sites web d'informations générales sont des « metteurs en scène de l'information » du fait de leur *agenda* dans la mesure où ils transmettent des informations en *construisant des évènements* (puisqu'ils pourraient eux même déformer ses évènements soit en créant des rumeurs, en les amplifiant ou en les déformant). Ils posent leur *réaltité* de la situation qui se présente et ce serait aux publics, et particulièrement les diasporas et personnes stratégiques de s'en faire une idée et/ou opinion au gré de leurs captation et sensibilité.

²⁹⁶ Cabedoche, Bertrand, « L'inscription du cinéma documentaire en Afrique subsaharienne dans le champ des sciences humaines et sociales » (préface à) Delphe Kifouani et François Fronty, *La diversité du documentaire de création en Afrique francophone subsaharienne*, Paris, L'Harmattan. 2015.

CHAPITRE 6 : LES DISCOURS ²⁹⁷ DES ACTEURS ENTRE JEUX D'ACTEURS ET STRATÉGIES

« Toucher aux médias en tentant d'analyser le discours d'information n'est pas une mince affaire [...] car le monde des médias prétend se définir contre le pouvoir des médias et contre la manipulation »²⁹⁸.

En accord avec Charaudeau, nous pensons que les médias ne sont pas une instance de pouvoir ; même s'il est vrai qu'ils participeraient des différents jeux du pouvoir social. Pour nous, les médias ne constituent point une instance qui édicterait des règles de comportements ou encore moins des lois de conformités et/sanctions. Ajoutons avec Charaudeau que « *les médias ne transmettent pas ce qui se passe dans la réalité sociale, ils imposent ce qu'ils construisent de l'espace public* »²⁹⁹. Conscients donc de ces différents postulats, nous poursuivrons donc notre argumentaire sur les jeux d'acteurs et stratégies se mettant en place dans et autour des sites web camerounais d'informations générales.

Nous vivons dans un monde fortement médiatisé. Conscients de cela, des acteurs de l'information, tels que les promoteurs de sites web d'informations générales, participent aussi en nous apportant des informations. Ces dernières sont très souvent porteuses de sens dans les domaines politique et social de la nation. Ce qui contribue largement à construire des opinions publiques sur la vie de la nation. Quels discours se construisent autour des sites web d'informations générales ? Comment expliquer « l'influence » des publications de ces sites sur les diasporés camerounais de France, Belgique et États-Unis?

A) Discours des promoteurs des sites web camerounais d'informations générales : quelles symboliques ?

²⁹⁷ Par discours, nous entendons « *le lieu à la fois, de structurations des usages en fonction des conditions de production dans lesquels ces usages se manifestent, témoignant des comportements langagiers des sujets parlants, et de catégorisations de sens qui témoigne des systèmes de connaissances et de croyances auxquels adhèrent les individus ou groupes sociaux. Un discours ne peut être constitué que par un ensemble de productions langagières en situations d'usages* » . cf. Patrick Charaudeau, « Dis-moi quel est ton corpus, je te dirai quelle est ta problématique », *Corpus*, 8 | 2009, pp. 37-66.37-66.

²⁹⁸ Charaudeau, Patrick, *les médias et l'information : l'impossible transparence du discours*, 1^{ère} édition, Bruxelles , ed. De boeck, « Medias recherches », 2005, p 10.

²⁹⁹ Patrick Charaudeau, op.cit, p. 12

A-1) Comment les diasporés perçoivent les discours de ces promoteurs ?

Les perceptions d'une partie des publics enquêtés nous renvoient une certaine « méfiance » et même un certain « scepticisme » à l'endroit des sites web camerounais d'informations générales, dans la mesure où ces derniers sont jugés ne penser qu'à instrumentaliser leur destinataire, en instaurant une pensée unique « anti-pouvoir ». Autrement dit, ils pensent que ces sites web ne sont que des canaux « légitimés » par certains Camerounais, pour asseoir leurs idéologies et exercer une hégémonie de pensée sur les opinions publiques.

« Au Cameroun. Tout le monde parle sur tout le monde. »³⁰⁰,

- Ces sites donnent plus des bémols et polémiques que informations »³⁰¹,

- Ces sites ne disent pas toujours la vérité »³⁰²,

- Ces sites traitent beaucoup plus de scoops que de véritables problèmes de la société camerounaise »³⁰³,

- Ils ne représentent pas le Cameroun. Ces sites parlent plus des informations politiques et non pas des informations sur la vie quotidienne. »³⁰⁴,

- La représentation de l'actualité est biaisée »³⁰⁵,

Ces sites sont des anti-pouvoirs et ne sont pas impartiaux... et ça peut contribuer à détourner le peuple contre le pouvoir en place. Nous construisons notre argumentaire sur un postulat de Patrick Charaudeau. Travaillant sur le discours politique, l'auteur nous explique que pour toute situation d'énonciation, il faudrait deux prérequis : soit des prérequis sociaux et des prérequis argumentatifs. Dans notre cas d'espèce, nous pensons donc que les promoteurs des sites web camerounais d'informations générales tiennent des discours. Et pour leur situation d'énonciation respectives, lesdits promoteurs mettent en place d'une part des prérequis sociaux. Ces derniers consistent en la recherche d'une certaine *légitimité* par les promoteurs de ces sites pour engager leurs actions en tant que « porte-parole » des populations

³⁰⁰ Propos d'une camerounaise interviewé à Paris en avril 2014.

³⁰¹ Propos d'un enquêté interrogé à Takoma Park, USA, Septembre 2014

³⁰² Propos d'un Camerounais interviewé à la gare du Nord. Mars 2014.

³⁰³ Eléments de réponses obtenues d'un étudiant camerounais sur le campus (en bibliothèque) à Grenoble en janvier 2014.

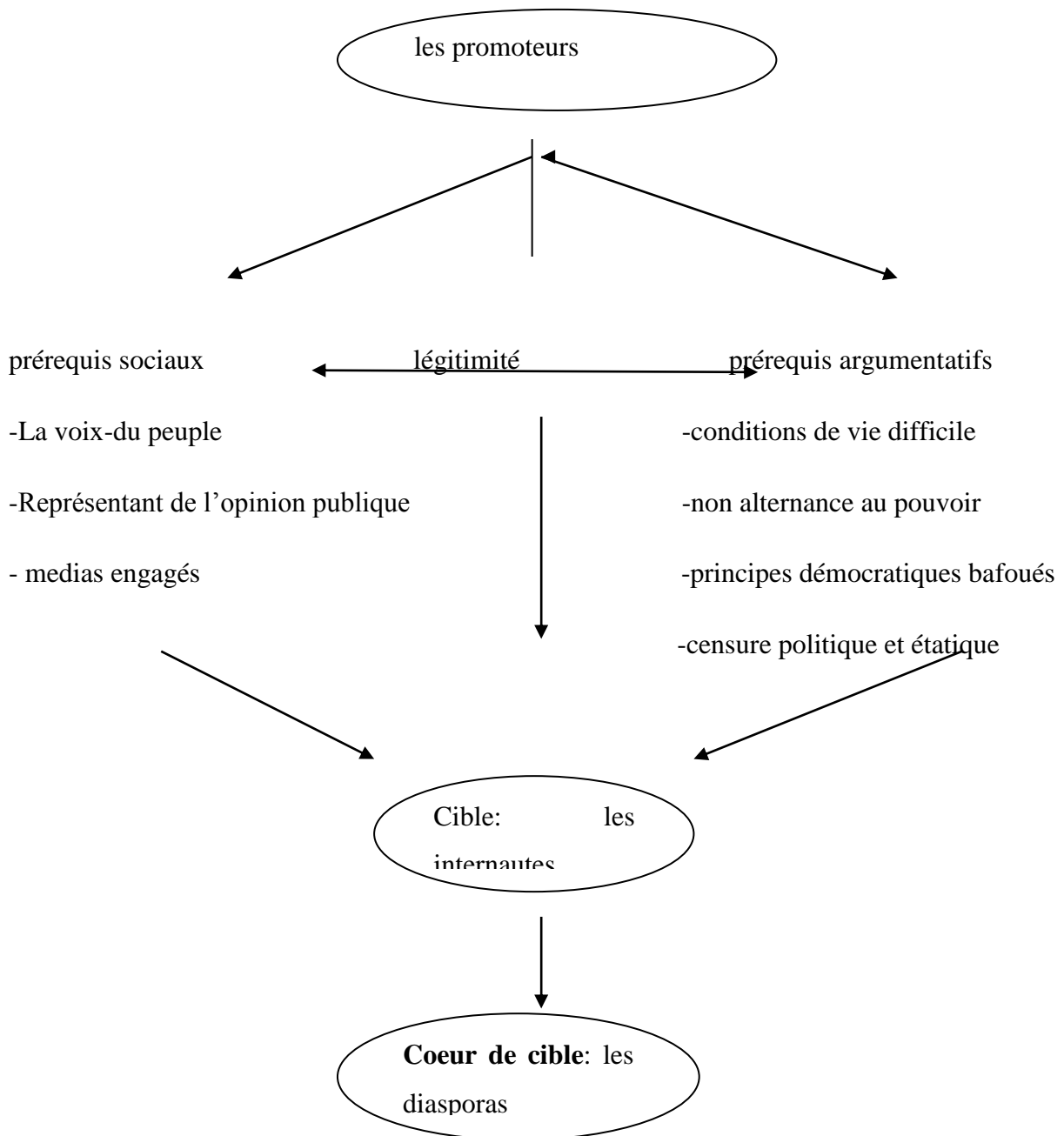
³⁰⁴ Propos d'un Camerounais interviewé en Mars 2014 à Paris.

³⁰⁵ Propos d'une étudiante camerounaise, Charleroi, juin 2014.

camerounaises. Les dits promoteurs se disent effectivement être suivis par les Camerounais, parce qu'ils sont leur « *voix* ».

Ils peuvent ainsi brandir les prérequis argumentatifs, anticipant un triple effet : un effet construit dans leurs discours, un effet produit par les interlocuteurs et un effet final. l'idéal visé étant la convergence des trois.

Schema1 : Transmission des informations par les promoteurs des sites web



A-2) Du sensationnel à l'instrumentalisation des publics : vers une construction des évènements

Les sites web d'informations camerounais essaient dans leur couverture médiatique de servir des informations dont leurs publics seraient demandeurs. À cet effet, Ingrid Ngounou avoue que :

« nous, ce qui nous intéresse davantage c'est de savoir qu'est ce qui intéresse notre lectorat quel que soit. Et donc ce qui intéresse notre lectorat, il y a des outils qui nous permettent d'avoir des coûts par sujets par articles, par groupe et donc on peut savoir si Eto'o est plus intéressant en termes de mots clés, que Paul Biya au Cameroun ou Chantal Biya ou ainsi de suite. Ça c'est pour l'amélioration de contenu, on va dire. »³⁰⁶

Dans ces sites, une recherche de spectacularisation des événements se manifeste très souvent, avec la quête des affects. Les auteurs recherchent parfois à impulser chez les lecteurs des émotions, qu'il s'agisse d'angoisse ou de peur. Une quasi-inexistence d'articles de réconfort se révèle une des caractéristiques dans leurs publications.

Augustin Timfang, par exemple, nous dépeint les raisons qui l'ont poussé à mettre sur pied le site *cameroun24.net*. Il dit que :

« à l'intérieur des camarades, des amis qui avaient accès à certaines sources d'informations mais qui ne valorisaient pas beaucoup les informations qui venaient du pays, comme vous pouvez toujours remarquer la plupart des informations qui viennent du pays sont toujours des informations péjoratives. Des informations de chiens écrasés, on a braqué ici, on a versé le sang la bas. En fait la règle des 3 S. sexe, sang, sous, donc nous avons voulu aller dans un ton différent, donc montrer aussi ce qui marche au pays, donc beaucoup de contributeurs... »³⁰⁷

B) Des discours stratégiques ?

B-1) Diasporas camerounaises et Internet : entre une volonté expressive libérale et une pseudo-expressivité libertine ?

Les supposés « tares » de la société camerounaise et de son gouvernement se présentent comme légitimantes de l'action entreprise par les sites web camerounais d'informations générales pour exiger davantage de liberté d'expression. La mise en avant d'une pseudo-impunité pour contourner les sanctions est également évoquée pour donner libre court aux débats. Par contre, les questionnements souvent portés par les médias locaux sur les événements au Cameroun sont très souvent partiellement édulcorés, de manière plus ou moins

³⁰⁶ Entretien avec Ingrid Ngounou à Paris le 28/12/2013.

³⁰⁷ Entretien écrit avec le promoteur de *cameroun24.net*, en date du 12 juillet 2014, Augustin Timfang

consciente, afin d'éviter toutes situations de désagréments et/ou de censures du pouvoir étatique.

« Tout individu a le droit à la liberté d'expression, ce qui implique le droit de ne pas être inquiété par ses opinions et celui de chercher, de recevoir et de répandre, sans considération de frontières, les informations et les idées par quelques moyens que ce soit ».

L'article 11 de la déclaration universelle des droits de l'homme de 1948 est ainsi dans les consciences de nombreuses personnes. La liberté de communiquer et la liberté d'accès aux voies de circulation et d'informations semblent être devenues fonction inhérente à tout être humain. Chacun est libre de dire ce qu'il pense, commenter, critiquer sans peur de représailles quelconques, tant que ses dires ne portent atteinte à autrui. Dans le contexte camerounais, ce droit semble plus observable dans la sphère virtuelle avec le déploiement des sites web et des blogs d'expressions, dans la mesure où toute censure n'a encore été enregistrée.

La presse cybernétique camerounaise se sent un peu plus libre que la presse écrite quotidienne. Ceci se manifeste par des dérapages/dérives fréquents, conséquence première de cet esprit de liberté, justificatif de polémiques et critiques systématiques. Ainsi peut-on l'observer, au niveau des seules titrailles :

Tableau 13 : tableau récapitulatif de quelques titrailles polémiques et/ou critiques

Sites	Titrailles
	<p><i>« Cameroun : le renouveau est une faillite collective, la destruction du pays est plus profonde qu'on ne le pense » ;</i></p> <p><i>« Cameroun, la peine de mort adoptée, promulgation à venir... mais non la lutte doit continuer, la bataille n'est pas perdue !!! » ;</i></p> <p><i>« 15 JANVIER 1971- 15 JANVIER 2014 : Ernest Ouandjie, 43 ans après, le combat continue » ;</i></p> <p><i>« Cameroon, Barbarie institutionnelle » ;</i></p> <p><i>« Cameroun : un journaliste camerounais échappe à un attentat, opération épervier » ;</i></p>

Camer.be	<p>« Pourquoi Biya doit mettre un terme aux arrestations » ;</p> <p>« Cameroun : les Camerounais ne veulent de leur monnaie » ;</p> <p>« les Tcs ou les "frivolités" de la justice camerounaise » ;</p> <p>« hausse des prix du carburant : les transporteurs sur le pied de guerre, Cameroun- Vœux de nouvel an : quand les agapes ruinent l'administration, Cameroun-Pauvreté chronique de l'Afrique francophone » ;</p> <p>« Vincent Bolloré, l'incarnation du néocolonialisme à outrance français ! » ; « Cameroun : violations des droits de l'homme : Calixthe Beyala encense le régime Biya » ; « Cameroun- détournement et blanchiment de l'argent public : les bonus présidentiels selon patrice Nouma (video) » ; « Cameroun, augmentation des prix : grève avortée pour lundi 7 juillet 2014. ..</p>
cameroon-info.net	<p>« Cameroun: Maurice Kamto doute de l'efficacité de l' "Opération Epervier" » ;</p> <p>« Cameroun/Senegal - Sommet de la Francophonie: La famille d'Ahidjo et le pouvoir vont-ils clacher à Dakar ? » ;</p> <p>« Cameroun: 25 ans après son enterrement au Sénégal, Germaine Ahidjo accuse Paul Biya d'empêcher le retour des restes de son époux au Cameroun » . ; « Cameroun - Fortune du chef de l'Etat: Pourquoi Paul Biya doit déclarer ses biens » ;</p> <p>« Cameroun - Intrigue au sommet de l'État: voici pourquoi Alamine Mey est persécuté » ;</p> <p>« Cameroun - Cérémonies de Présentation des vœux: Cavayé Yéguié "bouscule" Niat Njifenji » ;</p> <p>« Cameroun - Vœux 2015 au Palais de l'Unité : La DSP n'a pas accrédité la presse privée, Cameroun - Célestin Djamen: «A 90%, le peuple camerounais est versé dans l'alcool » ;</p> <p>« Cameroun: Le Ministre de la Justice, Laurent Ezzo, absent à la cérémonie solennelle de présentation du rapport 2013 de la justice sur les droits de l'homme » ;</p> <p>« Cameroun: Des députés demandent à Paul Biya d'accepter la double nationalité » ;</p> <p>« Cameroun: Après la dernière sortie du Magazine panafricain, Issa Tchiroma Bakary accuse Jeune Afrique de vouloir déstabiliser le Cameroun » ;</p> <p>« Cameroun - Issa Tchiroma Bakary: «Le discours de François Hollande à Dakar ne concerne nullement le Cameroun» ;</p>

	« <i>Cameroun: Cavaye Yeguie Djibril, le Président de l'Assemblée Nationale, limoge son Directeur de Cabinet et le remplace par son beau-fils</i> ».
njanguipress.com	<p>« <i>Les débats entre intellectuels camerounais ou le piège sans fin de l'éthos de l'image de soi</i> » ;</p> <p>« <i>La République en folie, La stabilité politique, stratégique et géopolitique: Le Cameroun à l'épreuve de la spirale terroriste du groupe djihadiste Boko Haram</i> » ;</p> <p>« <i>Enoh Meyomesse : "Je suis victime du rouleau compresseur bulu"</i> »</p> <p>« <i>Shanda Tonme : Il est impératif que Paul Biya se donne les moyens de faire la guerre</i> » ;</p> <p>« <i>Le nihilisme d'une certaine « intelligentsia » africaine face à l'Inconditionnalité des principes de la démocratie, Duala Manga Bell, Martin Paul Samba, Edande Mbita, etc...</i> » ;</p> <p>« <i>Les leçons d'un martyr, cent ans après !</i> » ;</p> <p>« <i>Réaction : Non à la théorie de Mono Ndjana sur la succession-exclusion tribale au Cameroun</i> » ;</p> <p>« <i>Eugène Nyambal : un acte irresponsable de la part du gouvernement camerounais</i> «</p>
237online.com	<p>« <i>Cameroun - Douala: La tragédie des enfants sidéens ..</i> » ;</p> <p>« <i>Cameroun - Mondial 2014: Inadmissible</i> » ;</p> <p>« <i>Cameroun - Yaoundé: Les populations vivent mal la hausse des tarifs du transport</i> » ;</p> <p>« <i>Cameroun: Insolite aux obsèques de la belle-mère du chef de l'Etat</i> »,</p> <p>« <i>Cameroun - Pas de rentrée dans certaines écoles de l'Extrême-Nord, la vraie identité de Boko Haram au Cameroun ...</i> »</p>

Certes, le sens des mots est polysémique mais de telles titrilles sont-elles sans conséquences?
Quels effets ont-elles sur les esprits des diasporés camerounais ?

B-2) le désir des diasporas camerounaises d'être informées

Les diasporés camerounais, pour leur part, nous ont fait comprendre leur volonté de s'informer sur le devenir de le terroir national. Des affirmations le démontrent, telles que :

« Avec la distance qui nous sépare du pays, ces sites sont vraiment un moyen de rester connecter à ce qui se passe au pays ³⁰⁸ ;

- ils permettent de savoir ce qui se passe au Cameroun, ils sont informatifs »³⁰⁹ ;

- ils nous mettent au parfum de l'info au pays ³¹⁰ ;

- ces sites sont importants surtout pour la diaspora » ³¹¹

Les témoignages peuvent se présenter plus passionnés encore

« Ce sont des sites qui nous tiennent informés au jour le jour sur ce qui se passe au pays et à l'extérieur ³¹² ;

- Je me fais une « une très bonne idée de ces sites par ce qu'ils nous relatent les informations au temps opportun ³¹³ ;

- Une bonne impression, ou moyen d'information pour non pays ³¹⁴ ;

- Bien ils ont de l'avenir, cependant il faut toujours actualiser le site pour qu'on ait de nouvelles informations. que ce qu'on nous propose soit récent. Qu'on évite des informations vétustes »³¹⁵

Aussi bien du côté de diasporés enquêtés que des promoteurs de sites web camerounais d'informations, le discours renvoie à la volonté de s'informer sur la vie de leur pays d'origine. À titre d'exemple, cette assertion ci-dessous d'Augustin Timfang se présente symbolique :

³⁰⁸ Propos d'un Camerounais interviewé à la gare du Nord, 2014.

³⁰⁹ Réponse d'une dame camerounaise interrogée à Grand'place, Bruxelles, Août 2014.

³¹⁰ Propos d'un enquêté interrogé à Takoma Park, USA, Septembre 2014.

³¹¹ Propos d'une étudiante camerounaise, Charleroi, juin 2014.

³¹² Propos d'un Camerounais interviewé à Paris. Mars 2014.

³¹³ Eléments de réponses d'un Camerounais interviewé à Liège, juillet 2014.

³¹⁴ Propos d'un Camerounais interviewé à Paris, Mars 2014.

³¹⁵ Propos d'un Camerounais interviewé à Château rouge, Paris, Mars 2014.

«Disons que Cameroun 24 est né (...) c'est une idée personnelle que j'ai essayé d'implémenter avec un groupe de personnes, le but pour moi était dans un premier temps, puisque nous avons remarqué qu'étant à l'extérieur, on était très sous-informé de ce qui se passait au pays(...)»³¹⁶.

En effet, dès l'entame de son entrevue, Augustin Timfang nous a brossé les conditions et le contexte de création du site web *cameroun24.net*.

La dissémination géographique des répartitions des diasporas camerounaises pourrait-elle augurer un rassemblement démocratique camerounais virtuel au travers des sites web camerounais d'informations ?

B-3) vers la création « imagée » d'un consensus diasporique pour plus de participation au débat-citoyen des prises décisionnelles ?

Dans ce développement, notre argumentation s'articulera en partie sur la relation diaspora – pouvoir : quel rapport de force ? Les sites web sont promus en tant que dispositifs s'insurgeant contre le caractère insidieux de l'hégémonie. L'hypothèse surgit donc, de diasporas camerounaises qui travailleraient à accréditer l'idée qu'avec les sites web camerounais d'informations générales, l'on participerait davantage à la vie publique car plus d'une possibilité leur serait offerte pour se faire entendre, pour faire passer ses idées... Serait-il donc judicieux d'avancer que les diasporés camerounais enquêtés ne se perçoivent plus uniquement en simples consommateurs /récepteurs de l'information ? Tant il semble vrai qu'ils estiment dépasser ce niveau dans la mesure où ils peuvent désormais chacun rendre son point de vue public, sans risque de représailles. Dès lors les sites camerounais d'informations générales seraient de véritable aubaine car *« toute personne, quelle que soit sa localisation géographique, peut produire du moment qu'il possède un ordinateur muni d'une connexion internet peut dire haut et fort ce qu'il pense du Cameroun sans plus avoir peur »³¹⁷*

*** Une entrée par les thématiques ?**

Comment rendre compte du traitement des événements, qu'ils soient sociaux ou politiques, sur les sites web camerounais d'informations générales ? Faut-il considérer leur traitement

³¹⁶ Entretien écrit avec le promoteur de *cameroun24.net*, en date du 12 juillet 2014, Augustin Timfang

³¹⁷ Propos d'une enquêtée interrogée à Matonguè dans la ville de Bruxelles en Août 2014.

comme seulement porteur de propos alarmistes, dramatisants ou les considérer comme autant de tentatives argumentaires raisonnées, expressions constitutives d'un espace public, selon Habermas?

Pour répondre à cette question, nous opérons le choix d'emprunter le modèle de travail de Charaudeau, relatif au paramétrage d'*éléments* autour de la *thématique*. Le modèle se résume en trois étapes mais nous choisissons de n'en transposer que le *capital thématique*, pour l'intérêt de notre étude car il serait plus opérant pour nous en terme de faisabilité compte tenu de la multitudes des articles parus sur les sites que nous étudions sur une année.

Le *capital thématique*, développé par Charaudeau, représente le nombre de sujets que chaque site web camerounais d'informations générales étudiés consacre à l'*événement-thème*. Cela fournit une donnée objective quant à l'importance donnée à l'évènement par chacun des sites comparativement aux concurrentes³¹⁸.

C) Les points de vue des diasporas camerounaises

*"L'apparition de toute nouvelle technologie suscite inévitablement les espoirs les plus euphoriques ou les craintes les plus sombres. Le développement des technologies de l'information et de la communication (TIC) n'échappe pas à la règle du genre : à ceux qui nous promettent un village planétaire de plus en plus démocratique s'opposent ceux qui nous annoncent une nouvelle ère de domination et de la pensée unique"*³¹⁹

Cette analyse de Jean-Paul Marthoz consacrant deux visions paradoxales se retrouve dans les réflexions de nos enquêtés. À partir des trois terrains explorés, deux principales impressions se dégagent, diamétralement opposées. La première soutiendrait que les sites web camerounais d'informations générales constitueraient de véritables aubaines pour tout Camerounais, dans et hors du terroir, pour appartenir à sa communauté et participer à tout débat « citoyen » le concernant.

À l'opposé, le deuxième type de positionnement, révélé par nos triples terrains, se manifeste contre toute « *manipulation* » et *instrumentalisation* de la communication par les promoteurs

³¹⁸ Nous y reviendrons dans les prochains chapitres.

³¹⁹ Marthoz, Jean-Paul, chapitre 4 la liberté des medias, in *Rapport mondial de la communication 1999-2000*, édition Unesco, « Coll : TIC, medias et développement », p. 80.

de ces sites, qui, selon certains de nos enquêtés, ne seraient que des prétextes pour véhiculer leur idéologies et mieux asseoir leur emprise sur leurs lectorats, constitués en majorité par des immigrés. L'on doit ainsi comprendre le mécontentement de cet enquêté de Rockville dans l'Etat du Maryland aux États-Unis, lorsqu'il nous donne son avis sur les sites web camerounais d'informations :

"Vous savez, on veut bien être informé sur le Cameroun, mais on voudrait bien l'être. Tous ces apprentis-sorciers qui restent derrière leurs écrans et passent le temps à nous instrumentaliser telles des casseroles en nous noircissant en permanence l'image du Cameroun sur la toile me déçoivent. Il n'y a pas que la politique ou Paul Biya au Cameroun. Et quand Biya ne sera plus là, auront-ils encore de sujets épicés ? ... En dehors de cameroon-info.net qui sort un peu du lot, en nous donnant parfois des informations neutres, qui d'autres de ces sites peut nous dire qu'ils n'activent pas de polémiques ou n'aiguisent pas la haine pour la rébellion. On finit par se demander si ce sont réellement des professionnels de communication ou ce sont des artistes spécialisées dans la spectacularisation de l'émotionnel dans leur articles. "³²⁰.

Cette citation nous a semblé la plus générale car englobant en majorité les arguments avancés par les uns et les autres à ce sujet.

Cependant, est-ce que le dérapage de certains de ces sites peut annihiler l'existence des débats qui se construisent autour de leur différentes publications ? Peut-on juger la démarche des sites web camerounais d'informations générales d'informer leur public de l'actualité camerounaise comme une ruse, au sens défini par de Certeau?

Conclusion

Comme l'a montré ce chapitre, les discours autour des sites web camerounais ne sont pas unifiés tant du point de vue des promoteurs, que du point de vue des diasporas. Une partie des publics diasporés enquêtés ont une « méfiance » stéréotypée de sites web camerounais d'informations générales. Ces derniers sont jugés *instrumentaliser* les publics (Camerounais) en instaurant une pensée unique « anti-pouvoir » et ce à l'aide de stratégies énonciatives et de spectacularisation des événements. Cette catégorie de diasporés verraient donc ces sites web

³²⁰ Propos d'un enquêté interrogé à Rockville, USA, Septembre 2014.

ne sont que des canaux « légitimés » par certains Camerounais, pour asseoir leurs idéologies et exercer une hégémonie de pensée sur les opinions publiques .

D'autres diasporés pour leur part, sont omnibusés par leur quête d'information en tant qu'immigrés voient en les sites web camerounais d'informations générales l'aubaine qui s'offrirait à eux d'être davantage de participation à la vie publique et d'être pris en compte par le pôle gouvernant. car plus d'une possibilité leur serait offerte pour se faire entendre

TROISIEME PARTIE

PRATIQUES ET REPRESENTATIONS DES DIASPORAS CAMEROUNAISES SUR LES SITES WEB D'INFORMATIONS GENERALES

Il est question dans cette troisième partie de traiter des acteurs et des manifestations du phénomène que représentent les sites web d'informations générales. S'intéresser davantage aux pratiques communicationnelles par et autour de ces sites web. Les pratiques ici entendu au sens de Josiane Jouet³²¹. Nous voulons donc dans cette partie interroger Ce qui nous permet de questionner et d'étudier le processus de la formation des usages et pratiques des internautes camerounais des et autour des sites web camerounais d'informations générales.

Il s'agit donc dans cette dernière partie pour nous, en plus d'une observation et d'une analyse de chacun des sites étudiés, de repérer dans les discours des uns (promoteurs) et des autres (usagers), les phénomènes qui accompagnent leurs usages et représentations. Nous essayons donc d'identifier les pratiques des différents acteurs sociaux concernés. Nous ne limitons donc pas seulement à décrire les usages et stratégies des dits acteurs sur ces sites. Nous partons également de leurs propres présentations et essayons de « remonter », pour reprendre la formulation de Miège, aux logiques qui les inspirent et autour desquelles elles se construisent³²². Ce qui nous donc en définitive de cerner les représentations stratégiques au travers des discours stratégiques (cf. chapitre 9) de toutes les parties prenantes autour des sites web camerounais d'informations générales. D'autre part, les orientations choisies du point de vue de deux pôles : un pôle d'émission (en termes de contenus web / production médiatique) et de réception (en termes de support de diffusion).

³²¹ Tel que nous avons eu à le mentionner d'entrée de jeu en introduction. La pratique est plus élaborée que celle d'usage car elle prend en compte l'utilisation des techniques, des comportements, des attitudes et mêmes des représentations de ceux qui y ont recours. C'est dire donc que les pratiques engloberaient les idéologies, les discours de la légitimation de tout usage. Ce qui nous permet de questionner et d'étudier le processus de la formation des usages et pratiques des internautes camerounais autour des sites web d'informations générales.

³²² Miège, Bernard 2004, *L'information-communication, objet de connaissance*, Bruxelles , De Boeck, 2004, p.124

CHAPITRE 7 : LES SITES D'INFORMATIONS GÉNÉRALES, DES COMMUNICATIONS PLURIELLES POUR QUELS PUBLICS ?

Ce septième chapitre entend rendre compte des activités communicationnelles autour des sites web camerounais d'informations générales.

Etudier les communications des sites web camerounais d'informations générales nous renverrait à interroger aussi bien les instances de production que de réception de leurs messages/contenus, ainsi que leurs contenus eux-mêmes. Et perçu sous cet angle, « *les 3 lieux de la machine médiatique* » de Patrick Charaudeau pourrait mieux nous outiller.

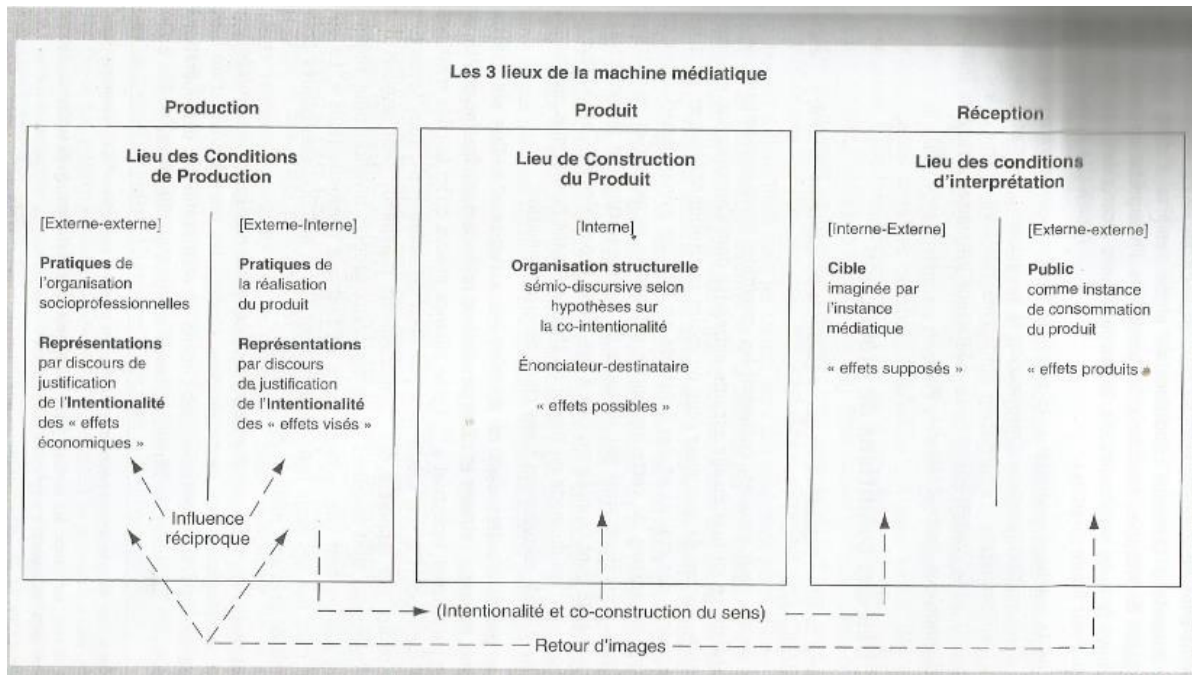
« Considéré d'un point de vue empirique, on peut dire que les medias d'information fonctionnent selon une double logique : une logique économique qui fait que tout organe d'information agit comme une entreprise ayant pour finalité de fabriquer un produit qui se définit par la place qu'il occupe sur le marché d'échange des biens de consommation (les moyens technologiques mis en œuvre pour fabriquer font partie de cette logique) ; une logique symbolique qui fait que tout organe d'information se donne pour vocation de participer à la construction de l'opinion publique »³²³

S'intéressant aux différentes études sur les médias, Bernard Miège³²⁴ en arrive à un constat qui stipulerait que ces études se classent en : « *analyse de la conjoncture* », « *approches mono-disciplinaires* » et applications de « *théories générales fondées sur un paradigme dominant* ». Par conséquent il a donc estimé qu'il n'y avait que de places pour des « *problématiques transversales et partielles, celles-ci permettant à la fois de satisfaire le souci de l'élaboration théorique [...], et le souci d'approches empiriques [...] seuls moyens de rendre compte de la complexité des situations de communications* ». Bernard Miège au sortir de cette analyse, propose donc pour sa part une problématiques des « *logiques sociales* ».

³²³ Charaudeau, Patrick, *les médias et l'information : l'impossible transparence du discours*, 1^{ère} édition, Bruxelles, ed. De boeck, « Médias recherches », 2005, p 13.

³²⁴ Bernard Miège, « Logiques sociales et information télévisée », bulletin du CERTEIC n°10, Université de Lille, 1989, p 62.

Partageant ce constat, Charaudeau quant à lui propose les différents lieux de construction de sens de la machine médiatique afin de mieux cerner les diverses études sur les médias et par ricochet de mieux penser toute possible articulation. Il poursuit en prenant pour ancrage théorique « *le fonctionnement de l'acte de communication* »³²⁵.



Source : Charaudeau, Patrick, *les médias et l'information : l'impossible transparence du discours.*, 1^{ère} édition, Bruxelles , ed. De boeck, « Medias recherches », 2005, p 15

Commentaires : Les « 3 lieux de la machine médiatiques » comprennent :

- Le lieu des conditions de production des sites web camerounais d'information générales. Ce lieu des conditions est composé de deux espaces :

***le lieu de « externe-externe »**

Il comprend les conditions *socio-économiques* de la machine médiatique en tant qu'elle est une entreprise dont l'organisation est régie par un certain nombre de pratiques plus ou moins

³²⁵ Charaudeau, Patrick , Op.cit. p. 14

Voir également, Chareaudeau, Patrick « Une analyse sémiolinguistique du discours », *Langages*, n° 117, Larousse, Paris, Mars 1995.

institutionnalisées et dont les acteurs possèdent des statuts et des fonctions en relation avec celles-ci.

***le lieu de « externe-interne »**

Il comprend les *conditions sémiologiques* de la production notamment celles qui président à la réalisation même du produit médiatique tel l'article de journal, telle la mise en page. C'est-à-dire, la réalisation pour laquelle un journaliste, un rédacteur en chef conceptualisent ce qu'ils vont mettre en discours à l'aide de moyens technique dont ils disposent.

- le lieu des conditions de réception. Il se structure également en deux espaces :

*l'espace « interne-externe », c'est ici que se trouve le destinataire idéal encore appelé la cible. Cette dernière est imaginée par l'instance médiatique comme susceptible de percevoir les effets qu'elles visent (cf. les effets supposés)

*l'espace « externe-externe », il est constitué du récepteur réel, le public, l'instance de consommation de l'information médiatique qui interprète les messages qui lui sont adressés selon ses propres conditions d'interprétations (cf. les effets produits)

- le lieu des contraintes de construction du produit. C'est le lieu où tout discours se configure en texte selon une certaine organisation sémio-discursive faite d'agencement de formes, les unes appartenant au système verbal, les autres à divers systèmes sémiologiques, iconique, graphique, gestuel. Le sens qui en résulte étant une *co-intentionnalité*³²⁶

En somme, il faudrait comprendre avec Charaudeau qu'une distinction de ces trois lieux de construction du sens permet de comprendre que : « *l'information n'est pas quelque chose qui correspond à la seule intention du producteur de l'information pas plus qu'à celle du récepteur, mais résulte d'une co-intentionnalité comprenant effets visés, effets possibles, effets supposés et effets produits* »³²⁷

³²⁶ C'est-à-dire un sens qui résulterait de la structuration particulières de formes (qu'elles soient verbales, ou sémiologiques) laquelle doit être reconnu par le récepteur.

³²⁷ Charaudeau, Patrick, *Les médias et l'information...*, p. 19

A) Les sites web camerounais d'informations générales : pour des interactivités collectives.

La gratuité d'accès et la souplesse d'utilisation des sites web camerounais d'informations générales, la facilité d'adhésion, l'anonymat des pseudonymes, l'absence d'engagement, les possibilités de réactions et/ou de réponses au bas de chaque article publié... sont autant d'éléments qui favorisent les interactions entre les internautes. Les diasporés camerounais se sentent motivés et créent de ce fait des réflexions et même des discussions actives autour de ces sites. Des interactions sont parfois prolongées sur les réseaux sociaux pour des sites ne disposant pas de forum, tels que *journalducameroun.com*.

L'existence des sites web camerounais d'informations générales est souvent perçue comme « une volonté réparatrice d'une certaine injustice sociale au Cameroun »³²⁸. « Ce sont vraiment des lieux d'expressions des minorités qui très souvent semblent être étouffé par les gouvernants »³²⁹. Dès lors, ces sites d'informations générales seraient des illustrations de l'« internet participatif », où chaque individu serait libre de donner ses opinions

Cependant, il faudrait mentionner que certaines réactions excessives d'internautes sont tout de même proscrites. En effet, la directrice de publication de *journalducameroun.com* a déclaré que les commentaires jugés déplacés et/ou polémiques de leurs lecteurs étaient censurés. L'équipe rédactionnelle de *Camer.be*, pour sa part, et dans une optique de recadrage des échanges et débats, n'hésite pas à rappeler à l'ordre quand l'occasion se présente .

B) Les sites web camerounais d'information et démocratie : des espaces palliatifs d'expressions démocratiques ?

De son étymologie grec *Dêmos*, peuple, et *Kratos*, pouvoir, la démocratie signifie le gouvernement du peuple par le peuple. Un régime démocratique est donc un régime dans lequel les citoyens d'une nation donnée possèdent à l'égard du pouvoir un droit de participation (vote), d'une part et jouissent d'une liberté d'opposition, d'autre part, Alain Kiyindou nous offre de plus amples explications sur la société démocratique. À cet effet, il la présente comme une société qui :

³²⁸ Propos d'un enquêté interrogé à Rockville, États-Unis, Septembre 2014.

³²⁹ Propos recueillis auprès d'un Camerounais, Paris, Avril 2014.

«[...] suppose le pluralisme, la tolérance et l'esprit d'ouverture. Elle implique que la liberté d'expression vaut non seulement pour les informations et les idées accueillies avec faveur mais aussi celles qui heurtent, choquent et inquiètent l'Etat ou une fraction de la population. La liberté d'expression constitue donc l'un des fondements essentiels d'une société démocratique, l'une des conditions primordiales de son progrès de l'épanouissement de chacun. Pour beaucoup, la cyberdémocratie est l'aboutissement évolutif et organique de l'intelligence collective sur un idéal démocratique planétaire implantée par les technologies de l'information. (...) Internet avec son lot de blogs, forums et sites sont aujourd'hui des outils incontournables [...]» de l'apparition de nouveaux espaces d'expressions, issus de l'usage des technologies de l'information et la communication.³³⁰

Une grande partie des diasporés camerounais enquêtés restent persuadés que la supposée «révolution numérique», que le monde et le Cameroun connaîtraient aujourd'hui, implique le déploiement de gouvernances multiples, au sein desquelles l'expression démocratique semble favorisée. En effet, la multiplication entre autres des sites web camerounais d'informations générales, dont certains se positionnent à l'instar de *camer.be* comme le porte-parole de la société et/ou comme la voix des sans voix, transmettent des informations on ne peut plus engagées, pour traduire les préoccupations des populations. Le contenu de leurs publications s'inscrit très souvent en faux contre les discours tenus dans l'espace médiatique pro-gouvernemental et/ou national. Leur langage peut très souvent être cru et même déstabilisant pour le pouvoir en place. Ils dénoncent *illico facto* les nombreux maux qui minent la société camerounaise : la corruption, le tribalisme, les détournements de fonds publics, l'injustice sociale, la pauvreté... C'est dire que le pouvoir politique au Cameroun est désormais impliqué par la dimension performative d'Internet. « Rien n'est plus caché, tout se sait » pour reprendre les propos de cette enquêtée de Grovesnor Station Metro dans la localité de Maryland aux Etats-Unis. Cette autre enquêtée de Bruxelles capitale confirme : « les sites web camerounais font du bon travail. Ils nous informent aussi bien des actions aussi officielles qu'officieuses de ce gouvernement de malfrats que Biya entretient depuis plus de 30 ans aujourd'hui. »³³¹. Un Camerounais, résidant à Grenoble, nous a laissé comprendre : « ces sites ont vraiment de la poigne. C'est ce qu'on attendait depuis ; ce gouvernement a

³³⁰ Alain Kiyindou. *Op.cit*

³³¹ Propos recueillis auprès d'une Camerounaise, Bruxelles, Août 2014.

fini par phagocyter hélas toute notre opposition, on n'a plus de courageux pour grogner quand tout va mal au pays. CRTV, Canal et compagnie sont là pour nous endormir »³³².

Une partie non négligeable de la classe diasporique camerounaise de France, de Belgique et des États-Unis pense que les sites web camerounais d'informations offrent aujourd'hui des brèches pour que des dialogues entre gouvernants et gouvernés puissent désormais se tenir de manière objective et sans crainte d'une quelconque représaille. Dès lors, que devrait-on comprendre?

C) les sites web d'informations générales : une césure dichotomique entre « quatrième pouvoir » et influence limitée

Les sites web camerounais d'informations n'agissent pas de la même façon sur tous les diasporés camerounais. En effet, leur degré de confiance varie d'un individu à un autre. De nos différents terrains d'étude, il ressort que certains diasporés dénoncent l'effet envoûtant, malsain des sites web camerounais. Ils estiment que ces sites sont « *des outils de manipulation* » pouvant influencer les internautes. Autrement dit, une partie des enquêtés affirment que les sites web camerounais d'informations générales ont tendance à « *orienter les façons de penser des gens* », « *amener les internautes camerounais d'agir dans leur sens* », « *influencer les prises de décisions des lecteurs* ». « *Les messages que ces sites web camerounais véhiculent ont un impact conséquent sur les idées que se fait le grand public* ». C'est dire que certains diasporés camerounais enquêtés estiment qu'ils peuvent être victimes de ces sites consciemment et/ou inconsciemment. C'est ce que Roland Cayrol qualifie de *sleeper effect* (« *effet dormeur* »)³³³.

À l'opposé, une autre partie des diasporés camerounais arguent que même s'ils reconnaissent l'effet manipulateur des sites web camerounais d'informations générales, il n'en demeure pas moins que cette influence est limitée. En effet, certains des enquêtés estiment qu'étant

³³² Eléments de réponses obtenues d'un Camerounais à Grenoble, en février 2014.

³³³ C'est le phénomène par lequel une nouvelle opinion s'installe chez un individu, cependant que disparaît le souvenir de la source de communication qui a suggéré cette opinion nouvelle. Autrement dit, ce sont les mass medias qui provoquent souvent chez leurs récepteurs des changements d'opinion. Cette pensée de Roland Cayrol prend ancrage sur les travaux de Serge Tchakhotine et son concept *le viol des foules*, et donne à penser que les medias représentent un moyen quasi absolu d'influence sur les opinions et les actions des individus.

conscients de la possible influence des sites web camerounais d'informations générales sur eux, cela n'empêche nullement qu'ils adoptent un comportement contraire, ou partagent une opinion différente de celle prônée par ces sites. Plus d'un des enquêtés de cette étude laisse croire que l'actualité politique camerounaise traitée sur ces sites est l'exemple patent de la limite de l'influence de ces sites. En effet, ils partent du principe même que les « rumeurs », les « polémiques » des sites web camerounais d'informations « ne sauraient déstabiliser leur façon de percevoir le Cameroun et son ambiance politique ». L'on peut donc comprendre des réactions et/ou propos non conformistes de diasporés camerounais lorsqu'ils tiennent des discours, tels que :

« Nous ne sommes pas dupes, nous voyons très bien ce que ces gens font sur ces sites, ils diffusent des informations on ne peut plus crédibles, croient-ils pouvoir nous manipuler ? »³³⁴,

-Tous ces sites passent leur temps à aborder des problèmes politiques au détriment des autres maux qui minent la société »³³⁵,

- Ces sites sont des pures instruments d'idéologie de certains Camerounais »³³⁶,

- Les sites web camerounais d'infos veulent toujours orienter nos choix politiques ; ils dénigrent sans cesse le régime au pouvoir afin de positionner les partis politiques qu'ils estiment meilleurs »³³⁷,

-Dans ces sites d'informations, ils prétendent nous donner des informations, mais au fond, ils privilégient leurs réseaux interpersonnels et passent leur temps à faire l'apologie des de certains partis politiques au détriment des autres »³³⁸ ...

Conclusion :

Une partie du panel enquêté dans cette étude laisse entendre que : « « les médias sélectionnent les paroles et les évènements, qu'ils favorisent certains acteurs sociaux au détriment d'autres, et qu'ils canalisent certains flux de communication en mettant en visibilité certains faits et

³³⁴ Propos d'un enquêté à Paris en février 2014.

³³⁵ Eléments de réponses obtenues d'un étudiant camerounais, Paris, Mars 2014.

³³⁶ Eléments de réponses d'un Camerounais interviewé à Liège, juillet 2014.

³³⁷ Propos enquêté interrogé à Langley Park dans l'Etat du Maryland, États-Unis, Septembre 2014.

³³⁸ Propos d'une Camerounaises à Paris, Avril 2014.

arguments »³³⁹ , Cependant, il faut tout de même reconnaître la difficulté des médias d'être objectifs. Nous ne pouvons pas nier tout le travail qui se fait derrière par des journalistes, bien payés ou non ; car il faudrait tout de même admettre qu'un travail d'enquête minimum est fait dans la mesure où tous ne sont pas des amateurs. Il faut dire que les équipes rédactionnelles de certains sites web camerounais d'informations générales à l'instar de *camerpost.com* est composé de professionnelles, parfois diplômées d'écoles camerounaises telles l'ESSTIC. Ses employés, qui seraient parfois détenteurs de carte de presse³⁴⁰. D'autant plus que certains enquêtés lui reconnaissent en sites web d'informations générales, des critères d'espaces d'expressions démocratiques. Une démocratie que nous taxerons ici avec Isabelle Paillart de démocratie événementielle.

«[...] la] *démocratie événementielle* », [étant cette forme de démocratie là qui] *démocratie indique une rupture avec un processus démocratique qui est classiquement jalonné par plusieurs étapes : l'information préalable, la tenue de réunions, le recueil et l'enregistrement des avis, la décision finale. En cela, la dimension spectaculaire des nouvelles techniques se situe à l'encontre du temps long de formation des opinions et du principe délibératif, souvent lent, qui marque la démocratie représentative. Ainsi le recours aux nouvelles techniques paraît-il indiquer une diversification des modalités de l'action démocratique. Au dispositif linéaire et progressif, précédemment décrit, constituant pendant longtemps le modèle dominant et traditionnel de la représentation de la démocratie locale s'ajoutent des modalités fort variées d'intervention des habitants et de stratégies des acteurs politiques.*³⁴¹

³³⁹ Miège, Bernard, *L'espace public contemporain*, Grenoble, P.U.G, 2010, p. 201.

³⁴⁰ La carte de presse est le moyen par excellence de reconnaissance des journalistes au Cameroun.

³⁴¹ Paillart, Isabelle, « Les enjeux locaux de la démocratie électronique », *Hermès, La Revue* 2000/1 (n° 26-27), p. 129-138.

CHAPITRE 8 : LES DIASPORAS CAMEROUNAISES ET INTERNET : DES CONSTRUCTIONS DES JEUX D' ACTEURS À LA DÉFINITIONS DES STRATEGIES CHEZ CEUX-CI.

Ce chapitre tente de dresser les caractéristiques migratoires diasporés dans les pays retenus dans notre corpus d'étude (soit la France, la Belgique et les États-Unis) ; en vue d'étudier par la suite leurs pratiques communicationnelles sur Internet dans un premier temps et sur les sites web d'information dans un second temps.

Internet est devenu aujourd'hui un « *espace plat* »³⁴², dans lequel « *les acteurs circulent sans contrôle et sans papiers : la navigabilité est fluide et déplace les frontières physiques* »³⁴³. En accord avec cette réflexion, nous essayerons ici de décrire les pratiques des diasporas camerounaises sur Internet, notamment sur les sites web d'informations générales. Notre objectif ici est de mettre à jour les pratiques existantes dans l'utilisation des sites web camerounais d'informations générales, pris comme dispositifs au sens foucauldien³⁴⁴. Sur quelles bases et suivant quelles directions se construisent leurs représentations relativement à ces sites web ? Qui sont les principaux acteurs des sites web d'informations générales en devenir ?

A) Encadré sur les migrations et diasporas camerounaises pour une meilleure contextualisation:

³⁴² Friedman, Thomas, *La terre est plate*, Paris, Saint Simon, 2006.

³⁴³ Hassane, Souley, « l'internet des diasporas noires aux États-Unis, en Grande-Bretagne et en France », *Revue européenne des migrations internationales*, vol.26 n° 2010, mis en ligne le 01 février 2013, p. 119.

³⁴⁴ C'est-à-dire un ensemble de pensée que l'organisation produit afin de déterminer un usage précis. Autrement dit, pour Foucault, comme l'état produit des lois, l'entreprise produit des discours et des valeurs, et les dispositifs technologiques produiraient des cadres de participation.

Cette présentation descriptive des diasporas camerounaises et de leurs migrations auraient pu aussi être faite plus tôt ; cependant afin de rendre notre rédaction dynamique ; nous avons choisi de les évoquer à ce stade de l'avancement de la thèse.

Telles que mentionné en introduction, nous avons retenu comme terrain d'études la France, la Belgique et l'Etat du Maryland. Aussi, il nous a paru opérant, de consacrer un encadré aux diasporas camerounaises dans ces trois régions, ainsi qu'à leur formation.

« Au niveau mondial, on observe aujourd'hui un accroissement des flux migratoires : le nombre des personnes qui vivent dans un autre pays que celui dont ils sont citoyens est estimé à 150 millions. Cela ne représente que 2% de la population mondiale, mais le chiffre est en augmentation constante. (...) ces 150 millions de personnes déplacées se retrouvent pour 60% d'entre elles dans l'hémisphère sud. »³⁴⁵.

C'est le constat que Jacques Barou fait lorsqu'il évoque l'accélération des circulations migratoires.

Les migrations sont aussi veilles que le monde *« Toutes les connaissances actuelles dans le domaine de la paléontologie et de l'archéologie plaident pour un peuplement de l'ensemble de la planète à partir des mouvements migratoires... »³⁴⁶.* Autrement dit, pour Barou, l'humanité a toujours été mobile. Il poursuit que l'homme semble avoir migré puisque tous les pays au monde se sont peuplés par des migrations successives obéissant à des causes diverses³⁴⁷.

Dans cette étude donc, nous nous intéressons aux migrations³⁴⁸ camerounaises dans trois pays précis notamment la France, la Belgique et les États-Unis. Nous avons voulu savoir comment celles-ci s'informent sur le web et y occupent le cyberspace ?

³⁴⁵ Barou, Jacques. *La planète des migrants*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2007, pp. 17 et 18.

³⁴⁶ Barou, Jacques, *Op.cit.* p. 5.

³⁴⁷ À cet effet, Jacques Barou nous évoque des raisons agricoles (économiques) (soit la recherche de nouvelles terres), des raisons écologiques (liées aux changements climatiques ou catastrophes naturelles), des raisons démographiques (naissant de la rupture de l'équilibre des ressources par rapport au nombre de bouches à nourrir), des raisons politiques (à travers les invasions, les déportations des esclaves...), des raisons personnelles (le désir de découvrir l'inconnu, de connaître l'ailleurs)

³⁴⁸ Barou distingue trois catégories de migrants. Premièrement, les migrants permanents (*immigrants*) étrangers entrés légalement sur le territoire pour y séjourner à titre permanent et pouvant, à terme obtenir la nationalité du pays d'accueil. Deuxièmement les migrants temporaires (non-immigrants), étrangers entrés légalement pour un séjour temporaire dans un but précis : activités temporaires, raisons familiales, tourisme, études... Troisièmement, les clandestins (*undocumented*), étrangers entrés clandestinement sur le territoire ou s'y maintenant après l'expiration de leur visa non-immigrant. Barou, Jacques, *op. cit.*, p. 87.

A-1) En France

Dans son étude des migrations internationales, Jacques Barou explique les migrations en provenance de l'Afrique noire vers la France. La France compte 6.5 % de Subsahariens dans sa population immigrée³⁴⁹. Il en ressort que certains pays africains sont liés à la France par l'histoire et la langue :

« l'émigration qui se dirige depuis près de quarante ans vers la France provient essentiellement de deux ou trois régions précises. Celles-ci ont entretenu des rapports économiques étroits avec l'ancienne métropole et ont pu, grâce à la participation de certains de leurs habitants aux activités maritimes et portuaires, créer assez tôt des communautés d'accueil bien implantées dans le pays d'immigration. Les transferts de fonds opérés par les migrants représentent une ressource essentielle pour le financement des voyages vers la France, et l'aide que peut apporter la communauté déjà installée constitue un milieu d'accueil solidaire qui rend possible la prise en charge des nouveaux venus par le groupe »³⁵⁰

Comme nombre de pays européens, la France est concernée par un taux de mouvements migratoires des populations camerounaises, qui aboutissent parfois à des installations définitives. D'aucuns la considèrent même comme un *pays de vieille immigration*, au même titre que le Royaume Uni, où l'immigration a commencé dès le XIX^e siècle.

La France est une terre d'accueil d'une immigration plus familiale que professionnelle.³⁵¹ En 2009, les autorités françaises ont délivré 1 842 801 visas de court séjour et 173 991 titres de long séjour, et elles ont procédé à 108 275 naturalisations. Et dans cette pression migratoire que connaît la France, le Cameroun occupe la septième place. En 2008 par exemple, la communauté camerounaise résidente en France est la 4^e communauté d'immigrés établis en France avec ses quelque 39 000 ressortissants.

³⁴⁹ Barou, Jacques, *op.cit.*, p. 56.

³⁵⁰ Barou, Jacques, *ibid.*, p. 12

³⁵¹ <http://www.assemblee-nationale.fr/13/rapports/r2995.asp>

A-2) En Belgique

Bruno Schoumaker et Quentin Schoonvaere³⁵² ont produit en 2012 un rapport d'une étude qui dresse un portrait de l'immigration subsaharienne en Belgique, à l'aide de multiples sources de données quantitatives (registres, recensements, statistiques de délivrance de titres de séjour). Ce travail montre que, ces dernières décennies, la population migrante subsaharienne de Belgique a connu une croissance avec environ 130 000 individus. De plus, Bruno Schoumaker et Quentin Schoonvaere ont ainsi montré que la population migrante subsaharienne est essentiellement urbaine, localisée surtout en Région de Bruxelles-Capitale et, dans une moindre mesure, dans les grandes villes de Wallonie et de Flandre. Les Camerounais occupent la troisième place en terme de nationalité sub-sahabrienne, avec un effectif de 4345 ressortissants, derrière la République démocratique du Congo (31. 143 ressortissants) et le Rwanda (4345 ressortissants).

A-3) Aux États-Unis ÷

Les États-Unis est un pays qui travaille sur son image et se positionne comme un pays libre et ouvert à tous. Contrairement à d'autres pays, les États-Unis mettent en place des politiques attractives d'immigration : la *loterie américaine* en est l'exemple patent. La diaspora africaine aux États-unis est en progression constante depuis une vingtaine d'années, car selon le dernier recensement de 2000, 900 000 immigrants y ont élu résidence, dont la moitié depuis 1990³⁵³.

« Les Etats unis ont aussi inspiré la construction d'images très attractives fondées à la fois sur la prospérité et la liberté, en particulier la liberté d'entreprendre. Ils apparaissent ainsi comme le pays de tous les possibles où la réussite est à la portée de tous les migrants qui ont assez d'énergie et de volonté. »³⁵⁴.

³⁵² Schoumaker, Bruno, Schoonvaere, Quentin., « L'immigration subsaharienne en Belgique Démographie et sociétés. Document de travail 3 », *Centre de recherche en démographie et sociétés Institut d'analyse du changement dans l'histoire et les sociétés contemporaines*, Université catholique de Louvain, Démographie et société, p.13. <http://www.uclouvain.be/cps/ucl/doc/demo/documents/DT3SchoumakerSchoonvaere2sur1.pdf>

³⁵³ Dedieu, Jean-Philippe. « Les élites africaines, enjeu de la diplomatie scientifique des Etats-Unis », *Persée*, politique étrangère, In: *Politique étrangère*, n° 1 - 2003 - 68e année, pp. 119-131.

³⁵⁴ Barou, Jacques. *La planète des migrants*. Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 2007, p. 80.

Ce qui conduit certains migrants qualifiés à quitter leur pays pour « l'eldorado » que représente aujourd'hui le territoire américain. L'on peut donc comprendre pourquoi en 2002, 33 383 400 résidents nés à l'étranger, accompagnés d'une estimation de 7.000.000 de clandestins ont été recensés en 2002.

D'après le site web *www.Piankhy.com*³⁵⁵, la véritable poussée migratoire de populations africaines francophones intervint surtout après 1990. A cette période donc, l'on assiste à une structuration des premiers réseaux nationaux ou familiaux. En effet, c'est le 11 janvier 1994, que sous la pression du Fonds monétaire international et de la Banque mondiale, les quatorze pays de la zone franc décidèrent de dévaluer le CFA de 50 %. Une mesure qui vise à relancer la compétitivité des nations concernées.

Ceci « [...] atteignit brutalement les populations du bassin ouest-africain qui du jour au lendemain virent les prix à la consommation passer du simple au double. Elle constitua indéniablement un facteur répulsif important pour nombre de citoyens dont le pouvoir d'achat avait été sérieusement affecté et explique en grande partie la nouvelle pression migratoire alors dirigée vers les Etats-Unis. Des vagues successives d'immigrants posèrent alors pied autour des métropoles de la côte Est. Alors que les Centrafricains, les Camerounais, les Congolais [...] ont élu domicile dans des Etats aussi divers que le Maryland ou la Californie [...] Durant cette période de croissance migratoire, entre 1995 et la fin de l'année 2004, les services américains de l'immigration chiffrent à environ 45 000 le nombre d'Africains francophones à s'être installés sur le territoire national. Cela ne représente pas tout à fait 10 % de l'immigration globale en provenance d'Afrique noire, estimée à 494 491 durant cette décennie. Les sources officielles estiment à 8 605 le nombre de Camerounais à être entrés sur le territoire, parallèlement aux 6 003 Togolais, 5 366 Sénégalais, 4 762 Nigériens, 4 645 Ivoiriens ou encore 2 738 Congolais. »

Aujourd'hui, le monde entier fait face à une accélération des circulations migratoires : « au niveau mondial, on observe aujourd'hui un accroissement des flux migratoires : le nombre des personnes qui vivent dans un autre pays que celui dont ils sont citoyens est estimée à 150

³⁵⁵ <http://www.piankhy.com/modules/news/article.php?storyid=164> , 15/03/2015 à 16h00.

www.Piankhy.com est un site orienté histoire et sociologie du monde afro. C'est un site militant, dans le sens où il défend une cause et se donne pour but de récolter et partager des informations socio-historiques qui permettent de mieux appréhender la condition humaine des Africains d'aujourd'hui.

millions. Cela ne représente que 2 % de la population mondiale, mais ce chiffre est en augmentation assez sensible. »³⁵⁶

B) Déploiement des diasporas camerounaises autour d'Internet : quels usages ?

« La multiplication des sites communautaires, des forums, des sites de rencontres et de blogs transforment la production de l'information dans les diasporas noires³⁵⁷. L'internaute de Harlem, Chicago, Atlanta peut se « rendre » à Niamey, Lagos, Harare, Kingston et Brixton en naviguant sur la toile. Il crée des routes, des circuits, des passages obligés, des outils de transports et des manières de circuler dans l'espace Internet (...) l'historique des navigations et la traçabilité des usages de l'Internet par les membres des diasporas montrent un « cyberspace communautaire » (Alkamilat, 2006) , un « espace virtuel diasporique » (Karim, 2001), une « communication diasporique » (Verhust, 1999), et des « diasporas online » (Bernal, 2006) qui n'ont de sens que par une occupation spécifique du cyberspace »³⁵⁸.

Les diasporés camerounais de France, Belgique et des USA pensent dans leur majorité que les sites web d'informations générales favoriseraient davantage l'application de la démocratie au Cameroun . Ils pensent comme Éric Dacheux que « *pas de démocratie sans communication* »³⁵⁹ . Ces diasporés partent du principe que, avec les sites web, il serait possible pour chaque citoyen, quelle que soit sa localisation géographique, de s'informer, de s'exprimer et de se faire des opinions sur le Cameroun. Cependant, ne serait-il pas judicieux de s'interroger sur la véritable fonction de ces sites ?

Peut-on réellement aborder dans sa rédaction des sujets « sensibles » et rester objectifs ? l'objectivité, un concept qui a été longuement abordé en sciences sociales et humaine. Un concept autour duquel s'est construite une tension par exemple entre écoles constructiviste et positivisme. (cf. les revues de *Questions de communication*, n° 3, 5, 6 et 7)

³⁵⁶ www.Piankhy.com, *ibid.*

³⁵⁷ La notion diaspora noire est utilisée ici dans un sens métaphorique de l' "atlantique noire". Elle a été empruntée à Gilroy, 2003. Gilroy, Paul, *L'atlantique noir. Modernité et double conscience*, Paris, Kargo, 2003.

³⁵⁸ Hassane, Souley, « l'internet des diasporas noires aux États-Unis, en Grande-Bretagne et en France », *Revue européenne des migrations internationales*, vol.26 n° 2010, mis en ligne le 01 février 2013, p. 119

³⁵⁹ Dacheux, Eric, *Internet et politique*, Paris, CNRS éditions, « Les essentiels d'Hermès », p. 9.

Ces sites web d'actualité camerounais, bien que « *fascinants* » à en croire cette enquêtée de Château rouge en France, n'essaieraient-elles pas d'avoir « *un certain contrôle et pas des moindres sur l'opinion publique* » pour reprendre les propos de cet autre interviewé de Washington Dc ? Peut-on parler de la mise en place d'un « espace public »³⁶⁰ et/ou espace de débat sur les sites web camerounais d'informations générales ? Cette question, fil conducteur de notre travail, nous nous la sommes posée d'entrée de jeu dans ce travail. Une question à laquelle, il serait d'ailleurs difficile de n'apporter qu'une seule réponse. En effet, nous y répondrons en abordant deux aspects soient : le regard des promoteurs sur les sites web camerounais d'informations générales d'une part, et les représentations que s'en font les diasporas camerounaises en tant que publics d'autre part.

***le regard des promoteurs** ³⁶¹

Une analyse des concepteurs des sites web camerounais d'informations générales nous conduit à nous interroger sur les raisons de création des dits sites. Était-ce par volonté d'information, commerciale, touristique ? Il s'est avéré que, même s'il est vrai que la principale raison pour plus d'un des promoteur était le souci d'information, d'autres logiques *exogènes* de ce phénomène que représenteraient les sites web d'informations générales devraient être prises en compte.

***les représentations des diasporas camerounaises**

Etudier les représentations d'un phénomène social suppose faire face à des limites et/ou critiques. Très souvent, *"une grande partie des analyses critiques de la communication s'attache à identifier, puis dégager des discours ou des systèmes de représentations qui comportent une dimension idéologique ou mythologique"*³⁶². Dans un souci d'objectivité, nous voudrions inscrire cette étude comme un travail de recherche et non comme un essai au ton dénonciateur.

³⁶⁰ Nous pensons *l'espace public* ici au sens de la revue *Hermès* créée par Dominique Wolton. Cette revue scientifique spécialisée en sciences sociales nous invite à voir en l'espace public « *un espace de débats contradictoires où les stratégies, des élus, des journalistes, des sondeurs, des responsables associatifs se croisent, se contrarient, en mêlant raison et émotion, faits et interprétations, désirs de révéler et de proposer.* » Source : Dacheux, Eric, *Internet et politique*, Paris, CNRS éditions, « Les essentiels d'Hermès », p 12 .

³⁶¹ Evoqué partiellement *supra*, nous y revenons à fin de ce travail en page 273.

³⁶² Stéphane, Olivesi, *Questions de méthode : Une critique de la connaissance pour les sciences de la communication*, coll. Communication et Civilisation, 2004, p. 65.

Toute analyse sur les commentaires en bas d'article s'est avérée périlleuse. Nous entendions initialement analyser les discours sur les forums en vue de ressortir les différentes interactions telles que, par exemple, les identités diasporiques et les indicateurs de localisation³⁶³. Une tâche que nous n'avons d'ailleurs pu réaliser du fait de son infaisabilité à partir de la suppression de réactions d'internautes au bas des articles publiés par les gestionnaires des sites web étudiés. Ce qui, par ailleurs,] a rendu difficile la constitution de ces corpus.

Le choix de certaines thématiques dans l'actualité par certains promoteurs de ces sites appartenant aux diasporas camerounaises nous conduit à nous interroger sur leurs véritables intentionalités. S'agit-il de simples « buzz » - susceptibles d'augmenter les audiences - ? Ou devrait-on tout simplement parler de « politisation stratégique » influente de ces diasporés ?

D'après certains promoteurs, la responsabilité des conditions de vie difficiles au Cameroun, incombant quasi exclusivement au gouvernement en place, semble mettre en doute le caractère créatif du cyberspace camerounais. Comme nous avons eu à le mentionner plus haut avec Hugues Bertin Seumo, promoteur de *camer.be*, qui nous a explicitement notifié

qu'il n'est pas là pour plaire au gouvernement Biya cf. annexe 2.3. Tout semble se passer comme si ces sites se présentaient comme autant de « tentatives de réponses » aux problèmes rencontrés dans la société camerounaise. Les tonalités, parfois démonstrative, humoristique, sarcastique, dramatique des articles et *posts* de ces sites sont autant de stratégies communicatives mises en œuvre pour aller dans ce sens.

Après analyse des informations récoltées auprès de différents enquêtés, il ressort deux grandes positions dichotomiques. En effet, certains pensent qu'en informant les citoyens, les sites web camerounais d'actualité offrent la possibilité à tout un chacun de s'y faire sa propre idée, mieux, de se forger sa propre opinion. Cependant, d'autres estiment que, du fait de la production du doute chez les lecteurs, des prises de positions en faveur de tel ou tel autre sujet, et des questionnements et des rumeurs parfois non fondés seraient « sources de confusion ». En d'autres termes, les différents terrains d'étude laissent augurer que les sites web camerounais d'informations générales sont aussi bien des catalyseurs démocratiques que outils d'influence et de contrôle hégémonique et/ou politique. D'après notre terrain, le

³⁶³ Il nous a paru opérant d'identifier le contexte de localisation des internautes car il aurait pu être différent historiquement, différent selon les projets de chaque individu.

contrôle ici se manifeste entre autres par l'inexistence de forum, et par la censure de certains commentaires d'internautes au bas des articles, exercée par l'administrateur du site quand celui-ci estime que la réaction de l'internaute est déplacée.

Nous avons comme exemple le cas de *journalducameroun.com*. Sa directrice de rédaction nous a dit que l'équipe de *journalducameroun.com* a délibérément fait le choix de ne pas avoir de forum sur leur site. Elle explique que c'est pour des raisons économiques. Elle se justifie donc ainsi :

« Le problème avec la polémique, c'est qu'il faut être capable de la contenir. Et donc se donner des moyens supplémentaires par rapport à ça. Ça fait que si on a un forum, il faut un administrateur de forum, des administrateurs de forums parce que ça fonctionne jour et nuit. Et nous, au lieu d'investir dans deux administrateurs de forums, on préfère dans deux correspondants, deux journalistes. Donc après, c'est très personnel. Pour dire qu'il y'a tellement d'éléments concrets et financiers qui font que on ne peut pas seulement prendre des décisions par rapport à la personne d'en face. »³⁶⁴.

Journalducameroun.com, ne voudrait nullement rédiger ses articles sur un ton polémique, comme le fait les concurrents. Parlant de leur non-intérêt pour la polémique, sa rédactrice en chef poursuit :

« Tout de suite on a fait ce choix [...] on a fait ce choix parce qu'il y avait beaucoup d'évènements politiques au Cameroun [...] notamment les élections présidentielles, sénatoriales, municipales, législatives... il y [...] avait la débâcle des lions avant leur qualification, qui ouvraient des espaces pour la polémique. Nous, on a matérialisé cela par la fermeture de notre forum. On n'a pas de forum sur le site : les gens peuvent réagir mais on n'a pas de forum. Et [...] on a un espace qui s'appelle débat-opinion où les gens nous envoient des textes ; mais on se réserve de les publier s'ils ne sont pas insultants. Donc, contrairement aux autres sites, où le lecteur peut avoir la latitude de se répandre... nous [...] on veut se concentrer sur notre métier et prendre nos responsabilités par rapport à ce que nous disons, sans donner la possibilité aux gens de dire tout ce qu'ils pensent en fait, ça c'est la première chose... ».³⁶⁵

La directrice de *journalducameroun.com* nous fait explicitement comprendre que l'équipe de *journalducameroun.com* ne donnent pas aux internautes la possibilité de dire librement tout

³⁶⁴ Entretien avec Ingrid Ngounou, Paris, 28 décembre, 2013.

³⁶⁵ Entretien avec Ingrid Ngounou, Paris, 28 décembre 2013.

ce qu'ils pensent. Dès lors que les réactions d'internautes ne sont pas régulées uniquement par le marché³⁶⁶, peut-on toujours parler de démocratie ? Ou ne peut-on parler démocratie sans l'associer systématiquement à la *responsabilité sociale* ³⁶⁷?

Brukmer.be use de sa page *Facebook*, de la messagerie électronique, et des réactions en bas d'articles pour échanger sur des articles publiés avec ses publics. Cependant, son promoteur, Nel Tsopo, admet ne pas trop s'intéresser aux retours de son audience :

« c'est pas un axe compté qu'on développe beaucoup, parce que on n'attend pas forcément la discussion. On n'attend pas forcément la discussion, parce que qui dit discussion dit la gestion. Il faut encore gérer cela. Donc, on a plus l'intention de donner l'information, celui qui la prend, s'il veut partager, il la partage. On n'est pas vraiment des spécialistes pour susciter des débats, pour créer des trucs dans ce genre, simplement parce qu'on n'a pas assez de temps, parce qu'on n'a pas aussi la capacité, les ressources matérielles et le temps aussi. »³⁶⁸.

Que doit-on comprendre, que *brukmer.be* produit des textes sans pour autant accorder une grande importance à la réceptivité de son lectorat ? Pour susciter un débat, faudrait-il nécessairement être un spécialiste ?

Par contre, d'autres sites web camerounais d'informations générales se positionnent comme des « vecteurs d'affirmation démocratiques »³⁶⁹. Hugues Bertin Seumo de *camer.be*, par exemple, parlant de la gestion du retour de ses audiences, affirme que :

« il y'a dans les forums de discussions, certains lecteurs qui nous interpellent. Ils nous interpellent aussi par nos mèls ou par un coup de fil [...] Donc quand nous mettons un article en ligne, il y a ceux qui nous appellent pour nous faire des suggestions, ceux qui nous appellent pour nous insulter, ceux qui nous font des mails, ceux qui vont dans des foras pour réagir et c'est ainsi que nous regroupons tout cela, une fois par semaine... »³⁷⁰.

Il se met donc en place une plateforme d'échanges interactifs entre la production émettrice des messages sur ce site et les récepteurs des dits messages.

³⁶⁶ Aux États-Unis, un positionnement idéologique est régulièrement affiché en faveur de la seule régulation par le marché, à l'exclusion de tout autre forme de régulation : concertée et, *a fortiori*, autoritaire.

³⁶⁷ Nous rajoutons ici à ce questionnement la notion de *responsabilité civile* afin de lever tout équivoque sur une probable confusion entre démocratie et liberté absolue, quelles qu'en soient les dérives sur le plan du respect des personnes, par exemple.

³⁶⁸ Entretien avec Nel Tsopo Nziemi, promoteur, *Brukmer.be*, 1^{er} décembre 2013

³⁶⁹ Dacheux, Eric. *Internet et politique*, Paris, CNRS éditions, « Les essentiels d'Hermès », 2014.

³⁷⁰ Entretien avec Hugues Bertin Seumo, rédacteur en chef, *camer.be*, 30 novembre 2013.

D'autres sites, pour leur part, ont admis avoir en plus recours aux réseaux sociaux pour davantage prendre en compte les retours et avis de leurs lectorats. *Njanguiress.com* par exemple, en plus de s'intéresser à « *ce que les gens en pensent, l'analyse, l'opinion* », est également sur *Facebook* pour gérer les interactions avec ses publics. C'est ce que nous explique Cyrille Ekwalla :

« [...] sur *Facebook*, [...] il y'a quand même un certain nombre de gens qui sont, ce qu'on appelle sur *Facebook* des leaders ; qu'on va retrouver, que je vais retrouver très facilement, qui sont des gens qui viennent très souvent sur *Facebook* . C'est des gens qui sont très régulièrement entrain de commenter l'actualité. Vous comprenez un peu? Et je vais les retrouver là, je vous parle des Camerounais ; je vais les retrouver très souvent ; ils sont tous souvent sur des sites, ils viennent de manière régulière sur des sites. [...]. il y en a ; je les reconnais (...) »³⁷¹.

L'équipe de *237online.com* gère les *feed-back* de son audience par les mails, les articles et encore plus les réseaux sociaux. Les responsables de *Cameroun24.net*, quant à eux, ont choisi les réseaux sociaux. Ils estiment à cet effet qu'ils n'ont pas ciblé « *Facebook et twitter, qui nous semblent être les plus... populaires.* »³⁷². Enfin, *camerpost.com* dispose aussi d'une page *Facebook* et d'une fiche contact où il est « *possible pour nos lecteurs de nous contacter directement en cas de besoin* ».

B-1) l'activité médiatique des diasporas camerounaises.

Comment et pourquoi les diasporas se servent des sites web pour s'informer et s'exprimer ? Comment les diasporas camerounaises construisent des activités autour des sites web d'infos ? Cette question constituera le fil conducteur de cette sous-section. L'activité des diasporas camerounaises est non négligeable. En effet sur les vingt-et-un sites web camerounais d'informations générales existants, il ressort que certains émanent des projets de diasporés et/ou d'anciens membres de la diaspora dès la création des sites. Ces sites web camerounais d'informations générales utilisent en grande majorité le français comme langue majoritaire dans la production de leurs informations.

³⁷¹ Entretien avec Cyrille Ekwalla, rédacteur en chef *njangui press*, 28 décembre 2013.

³⁷² Entretien écrit avec le Technpneq Tokom, promoteur de *237online.com*, 23 septembre 2014.

*les sites web camerounais d'informations générales.

L'avènement des NTIC a rendu possible la vulgarisation du journalisme numérique. Ce qui va contribuer à privilégier davantage l'application de la prise de parole en public, à telle enseigne que même un non initié³⁷³ à la formation de journaliste pourra gérer un média. Dès lors, aussi bien des professionnels que des amateurs se retrouvent désormais au centre de l'information dès le moment où ils disposent d'un ordinateur et d'une connexion internet. Internet, ce support technique pour la communication, a été récemment présenté ces dernières années comme "ce supermedia plein de promesses et de fantasmes"³⁷⁴.

De ce fait, « le journalisme citoyen »³⁷⁵ s'observe de plus en plus. Pour le cas du Cameroun par exemple, de nombreuses plates formes participatives, et des *pures-players* vont désormais animer le secteur médiatique, à l'heure où l'internet battrait son plein. Ceux-ci viennent donc entretenir des rapports de *coopétition* avec les médias classiques. C'est dans cette logique que les sites web camerounais d'informations générales se sont inscrits. Le Cameroun fait donc

³⁷³ Les médias de masse ne sont plus les seuls à détenir le monopole de la production de l'information. Les médias participatifs aujourd'hui appellent davantage à l'expression citoyenne dans un souci de libéralisation de la parole profane dans l'espace public (Trédan, Olivier, « *Le 'journalisme citoyen' en ligne : un public réifié ?* », *Hermès*, n° 47, 2007, pp. 115-122. Nous allons plus loin en affirmant à la suite de Shayne Bowman et Chris Willis que le récepteur d'une information peut désormais être émetteur et devenir un média. Ces deux auteurs définissent donc le journalisme participatif comme l'action de citoyens « *jouant un rôle actif dans les processus de collecte, reportage, analyse et dissémination de l'information d'actualité* ». Sources: S. Bowman et C. Willis, *We the Media: How Audiences are Shaping the Future of News and Information*, rapport commandé par *The Media Center at the American Press Institute* (www.mediacenter.org) et publié par J.D. Lasica. www.hypergene.net/wemedia.

³⁷⁴ Eric Maigret développe l'idée selon laquelle Internet a envahi avec fracas l'imaginaire contemporain bien avant d'être un outil ou un média fortement diffusé. Internet a été présenté comme un super media favorable à l'émergence d'un « village planétaire » fondé sur l'intelligence, l'instantanéité, la fraternité des échanges sans frontières. « En rendant possible le contact entre chacun, avec ou sans anonymat, Internet viendrait signer la fin des hiérarchies sociales, accroître le développement d'une intelligence collective (...) Les discours sur Internet baignent donc dans une idéologie naïve de progrès, plutôt anarchiste ou libérale. Source : Maigret, Eric, *Sociologie de la communication et des médias*, ed. Armand Colin, Paris, 2003, p. 256.

³⁷⁵ Encore appelé « journalisme de consensus » ou « civique » par Jean-François Tétu, c'est un journalisme qui au nom de la démocratie qu'il faut changer les choses. « *Peut-il exister un type de journalisme qui non seulement donne aux gens des nouvelles et des informations, mais les aide à faire leur travail de citoyen, un journalisme qui ne se contente pas d'accorder son attention à la question civique choquante du jour mais qui incite les gens à passer à l'action, à s'engager à penser que c'est à eux qu'il appartient de résoudre les problèmes, un journalisme qui considère les gens non pas comme des spectateurs, mais comme des participants ? Il ne conseille pas à la presse de renoncer à son rôle de chien de garde mais y ajoute au contraire d'autres responsabilités* ». Il est donc question pour le journaliste « civique » d'aider le public à retrouver le sentiment qu'il peut faire quelque chose pour changer la situation et, au fond, stimuler la « démocratie », terme qui revient sans cesse dans les propos. Il faut cesser d'être spectateur pour devenir acteur » : Jean-François Tétu, « Du « public journalism » au « journalisme citoyen » », *Questions de communication* [En ligne], 13 | 2008, mis en ligne le 01 juillet 2010, consulté le 23 septembre 2015. URL : <http://questionsdecommunication.revues.org/1681>

face aujourd'hui à une « nouvelle » forme d'expression médiatique qui prétend se positionner en expressions populaires.

Ainsi les capacités de mobilisation aujourd'hui des internautes camerounais, particulièrement les diasporas sur ces sites nous conduisent à interroger la potentielle mise en œuvre d'une scène de débat public et/ou d'expressions plurielles .

*** élargissement des sites web camerounais d'informations générales : web radio et web tv au service des diasporas camerounaises**

Certains des sites web camerounais d'actualité possèdent des web radio et des web tv sur leur page web. A cet effet, ils diffusent des programmes de chaînes radiophoniques, de télévision sur internet.

L'on distingue sur ces sites deux formes de radios. D'une part, les radios nationales qui sont retransmises sur en direct sur ses pages web. Il s'agit en l'occurrence de *camer.be* qui travaille en partenariat avec *Radio Télévision Siantou (90.5 FM)*, *Sky One Radio (100.1 FM)*, *Amplitude FM*, *Kalak FM*, *Nkongsamba FM*, *Fréquence de Vie*. De plus les radios locales *Amplitude FM*, *CRTV (la chaîne de radio télévision nationale camerounaise)*, *RTS et Magic FM* émettent en *live* sur la page web de *cameroon-info.net*. Cependant, nous ne pouvons affirmer avec certitude des usages techniques de ces web tv et radios par les diasporas, d'autant plus qu'il existeraient déjà dans l'offre télé des « bouquets africains », c'est-à-dire la diffusion de ces mêmes chaînes télé sur satellite. Un retour sur le courant francophone de la sociologie des usages ici nous permet de comprendre que les recherches menées d'antan par Josiane Jouet, Dominique Boullier, Serges Proulx, Thierry Bardini et Yves Toussaint³⁷⁶ annonçaient dans le cas du minitel les usages très restrictifs des réseaux par la grande majorité des utilisateurs, contrairement aux attentes utopistes.

³⁷⁶ Eric, Maigret, *op. cit.*, p. 261.

D'autre part, nous avons des radios diasporiques. Traitant de ce dernier sujet, Alain Kiyindou conclut que : « les radios diasporiques³⁷⁷ sont à l'image du cordon ombilical. Elles permettent de préserver le lien avec la mère patrie. Beaucoup de radios, en effet, diffusent leurs programmes sur Internet, non pas pour toucher leurs auditoires locaux, qui n'ont généralement pas accès à Internet, mais pour maintenir des relations entre les communautés locales et ceux qui ont quitté le pays pour des raisons politiques ou économiques »³⁷⁸. *Cameroonvoice.com* en est un exemple de radio diasporique camerounaise, dont le siège social se trouve au Canada. *Cameroonvoice.com* travaille également en partenariat avec le site web camerounais d'actualité *camer.be*.

Comme susmentionné, une partie des sites web camerounais d'informations générales possèdent des web TV, notamment *camnews24.com*. *Cameroon-info.net*, quant à elle, diffuse les programmes télévisés de la chaîne nationale camerounaise CRTV.

B-2) les sites web camerounais d'informations générales : une tentative de *reconstitution des liens parentaux* ?

En 1995, le chercheur états-unien Robert D. Putnam s'était fait connaître pour dénoncer ce qu'il appelait lui-même une perte de la sociabilité des utilisateurs d'internet³⁷⁹. Il lui avait aussitôt été répliqué que, plutôt que de désociabilisation progressive, il était préférable de parler d'une mutation de la création, de l'entretien, voire du développement du lien social avec Internet.³⁸⁰

³⁷⁷ Alain Kiyindou utilise le terme diaspora pour signifier « dispersion », en grec *sporo* et désignait à l'origine les migrations des savants grecs qui diffusaient la culture hellénique dans le monde. Aujourd'hui, la notion de diaspora désigne les migrants vivants à l'étranger pour des diverses raisons (politiques, économiques...)

³⁷⁸ Kiyindou, Alain. *Tic et développement socio-économique enjeux et pratiques*, Paris, ed. Hermès Science, Lavoisier, « coll. Traitement de l'information », 2010, p. 45

³⁷⁹ Putnam, Robert D., « Bowling Alone: America's Declining Social Capital », *Journal of Democracy*, 6 :1, pp. 65-76, 1995

³⁸⁰ Pierre Merklé, *Sociologie des réseaux*, Paris, La Découverte, « Repères », pp. 38-52

Une partie des diasporés camerounais enquêtés pensent ainsi que les sites web camerounais d'actualité sont des canaux identitaires rétablissant les liens³⁸¹ entre les diasporés d'avec leurs patries :

« ces sites sont de bonnes initiatives à mon avis, car comme vous le savez nous sommes de la diaspora et vivons à des millions de Kilomètres du Cameroun et ces sites d'actualité nous donnent vraiment l'impression de se sentir à la maison ; elles gomme, bien évidemment au niveau virtuel, toutes ces distances physiques qui nous séparent »³⁸²

- Avec ces sites vraiment, on ne se sent plus coupé du pays ; à défaut d'avoir des informations minute by minute, nous avons quand même les différents faxes »³⁸³,

- Je me sens bien quand je vais sur ces sites, car je réalise que grâce à eux, je fais encore partie du mboa »³⁸⁴,

- les sites camerounais d'informations, là, brisent vraiment toute barrière qui nous distance du pays [(sic)], nous nous y sentons chez nous. On s'y sent comme au pays et avons aussi à dire sur le devenir de notre patrimoine que représente le Cameroun »³⁸⁵...

De tels propos semblent rejoindre cette hypothèse d'Alain Kiyindou : « Si les TIC ont souvent été utilisées pour établir le lien entre les membres de la diaspora et les autres, leur usage s'inscrit aussi dans la reconstruction identitaire [...] ³⁸⁶ ». Alain Kiyindou met donc en évidence les désirs profonds des diasporés de contribuer et/ou de participer aux différents processus de prises décisionnelles de leurs pays d'origine. Autrement dit, bien que résidant dans des pays d'accueils, les immigrants/ou diasporés demeurent affectivement rattachés à leur

³⁸¹ Nous faisons référence aussi au lien social; c'est-à-dire le lien qui " traduit tout ce qui maintient, entretient une solidarité entre les membres d'une même communauté et qui permet une vie en commun". Francis Furrugia ajoute que "les valeurs constitutives du lien social sont celles qui, dans la conscience et l'imaginaire collectifs, ont du sens pour les membres d'une société donnée quant à la congestion de ce qu'ils estiment être un bien commun à préserver dans l'intérêt général de la société concernée". Farrugia, Francis, 1993. La crise du lien social. Essai de sociologie critique, L'Harmattan, 1993.. Le lien social peut encore être assimilé à la notion de reliance, comme le pense Jean-Francois Lyotard. Ainsi, la reliance s'opère très souvent entre deux personnes éloignées l'une de l'autre. Dans ce même ordre d'idées, Alain Kiyindou poursuit que nombre d'études sur les TIC et le lien social s'intéressent surtout à l'usage desdits TIC par les diasporas.

³⁸² Propos d'un Camerounais interviewé à Paris. Mars 2014.

³⁸³ Propos d'un enquêté interrogé à Silver spring, États-Unis, Octobre 2014.

³⁸⁴ Propos d'un Camerounais interviewé à Château rouge, Paris, Mars 2014.

³⁸⁵ Propos d'une enquêtée interrogée à Matonguè dans la ville de bruxelles en Août 2014.

³⁸⁶ L'identité étant saisie comme un construit social dans lequel les représentations, les images, la mémoire jouent un rôle majeur. Elle est aussi ce par quoi nous sommes semblables; ce qui fait qu'il ya "nous et les autres", c'est-à-dire ce qui, à la fois nous lie et nous distingue des autres. Cf : Alain Kiyindou. Op.cit p 107.

mère patrie ; conscients de cela, ils usent d'Internet comme principal outil pour y arriver. Cet avis est également partagé par Tristan Mattelart, qui s'est intéressé entre autres à comprendre

« [...] à partir du cas français, de quelle manière, au travers de leur utilisation des moyens de communication, les différents membres des foyers issus de l'immigration maghrébine articulent les contenus en provenance de médias transnationaux, nationaux ou locaux, et comment ces moyens de communication leur permettent de rester en contact avec des proches tant à l'échelle locale que transnationale. Quels usages ces populations font-elles des médias et des technologies ? »³⁸⁷.

Conclusion :

Un outil en soit n'est rien, c'est l'usage qu'on en fait qui est important. Sur ce, nous dirons avec Alain Kiyindou qu'Internet est donc devenu pour certains aujourd'hui, l'« arbre à palabres » de ceux qui, du fait de leur émigration, en sont privés. Il intéresse les diasporas à la fois éloignées et proches de leurs familles, de leurs pays, de leurs cultures d'origine. Mais l'efficacité de ces technologies à supporter les relations dépend pour l'essentiel de l'existence et/ou la préexistence d'un cadre institutionnel³⁸⁸. C'est cette dernière idée qui semble au mieux décrire les propos tenus par une partie des enquêtés de cette étude.

Nous dirons donc en fin de ce chapitre que les sites web d'information générales constitue aujourd'hui bien plus que des outils communicationnels des diasporas ; ils seraient également pris et perçus comme un lieu, mieux un espace de sociabilité où des rapports sociaux, on ne peut complexe entre acteurs sociaux se prêteraient davantage d'observation.

³⁸⁷Tristan Mattelart (dir.), Médias et migrations dans l'espace euro-méditerranéen, Éditions Mare et Martin, Paris, col. « MediaCritic », 2014, 579 p.

³⁸⁸ Kiyindou, Alain, *Op.cit*, p. 113.

CHAPITRE 9 : VERS UN ESSAI DE LEGITIMATION DU RÔLE SOCIAL DES SITES WEB CAMEROUNAIS D'INFORMATIONS GENERALES DANS L'ENGAGEMENT POLITIQUE.

Les sites web d'informations générales occupent une place non négligeable dans la construction de l'actualité camerounaise. À en croire leurs responsables, ils s'adressent aussi bien aux populations camerounaises qu'à leurs diasporas. Quel serait leur véritable rôle ? Comment les diasporés camerounais de France, Belgique et des États-Unis les perçoivent-ils ? Quel regard les équipes de rédaction de ces sites portent-ils à l'actualité camerounaise ? Ces sites influent-ils sur les prises de décision au Cameroun ? Ainsi sont posées les différentes interrogations autour desquelles s'organisera ce dernier chapitre.

A) Contexte d'apparition des sites web camerounais d'informations générales : Des motivations éparses

Après analyse des entretiens menés auprès des responsables des sites camerounais d'informations générales étudiés, il en ressort que le contexte historique de leur apparition s'explique par :

- une volonté de répondre aux besoins d'informations des populations. Hugues Seumo, par exemple, responsable de *camer.be*, nous explique que *camer.be* est né en 2005 de l'initiative d'« un Camerounais amoureux de l'information qui, à l'époque s'était dit qu'il n'y avait que *cameroon-info.net* qu'on connaissait un peu partout, qui avait eu l'initiative de créer ce site. ». Autrement dit, l'instigateur de *camer.be* s'est dit que ce dernier se devait de suppléer *cameroon-info.net* dans sa fonction informative des populations. Il estimait donc que *cameroon-info.net*, à lui seul ne pouvait remplir tout seul cette fonction médiatique.

Un autre exemple serait celui de Tokom Tchepnkep accompagné d'autres jeunes Camerounais, qui décident en Septembre 2008 de mettre sur pied le site web *237online.com* qu'ils positionneront comme une ouverture sur le Cameroun ; mieux, comme un site

qui «présente le Cameroun dans sa diversité et ses richesses culturelles, sociales et historiques ».

- L'idée d'informer les internautes de l'actualité des Camerounais vivant à l'étranger, c'est ce que semble expliquer Nel Tsopo Nzieni, responsable de *brukmer.be*, lorsqu'il laisse comprendre que, à l'époque où il était étudiant (2006), l'idée lui est venue avec d'autres étudiants compatriotes de « *publier l'actualité des Camerounais à Bruxelles, [...] l'idée a évolué et [ils se sont dit] pourquoi pas [...] publier l'actualité des Camerounais en Belgique* ».

Ce souci de mieux informer les diasporés camerounais s'est également observé chez Augustin Timfang, promoteur de *cameroun24.net*. Il nous rappelle que *cameroun24.net* est né d'idées de jeunes compatriotes camerounais exerçant dans le secteur de la communication et du journalisme qui ont remarqué :

« qu'étant à l'extérieur du Cameroun, ils étaient très sous-informés de ce qui se passait au pays et parce que, à l'intérieur, des camarades, des amis qui avaient accès à certaines sources d'informations mais qui ne valorisaient pas beaucoup les informations qui venaient du pays, comme vous pouvez toujours remarquer la plupart des informations qui viennent du pays sont toujours des informations péjoratives »³⁸⁹

Robert Djingui, membre de l'équipe de *camerpost.com*, nous a explicitement affirmé que *camerpost.com* est un « *site est destiné en premier aux « camer » camerounais de la diaspora* ». Pour ce faire, il estime que, depuis sa création en mars 2013, l'objectif initial de *camerpost.com* est « *de donner aux camerounais de la diaspora des informations sûres et vérifiées, traitées par des professionnels. Un site qui ferait la part belle au genre d'information en restant le plus proche possible des faits.* »

- Une volonté de conquête de nouveaux marchés dans le secteur communicationne, le projet porté par Ingrid Ngounou concernant *journalducameroun.com* semble être né durant le stage effectué par celle-ci en 2008 au sein de l'entreprise Yogam³⁹⁰,

« L'idée a mûri de mettre sur pied un site d'internet d'information à destination des marchés de niches c'est-à-dire au lieu d'avoir un site d'internet généraliste sur l'Afrique comme Afrik.com ; l'idée c'était plutôt de

³⁸⁹ Entretien écrit avec le promoteur de *cameroun24.net*, en date du 12 juillet 2014, Augustin Timfang

³⁹⁰ Il s'agit d'une entreprise qui édite des sites en direction de l'Afrique.

fragmenter et d'avoir pour chaque pays. Euh...étant ressortissante du Cameroun, c'était plus facile pour moi (...) et ayant travaillé comme journaliste au Cameroun, c'était plus facile pour moi, de concevoir le projet en partant sur la base d'un pays comme le Cameroun. C'est pour ça qu'en novembre 2008 on a mis sur pieds journalducameroun. »

- Ces sites web camerounais d'informations générales sont également le fruit d'initiatives de passionnés. C'est le cas du promoteur de *njanguipress.com* en la personne de Cyrille Ekwalla. En effet, Ekwalla nous a confié être un journaliste qui aime l'analyse et beaucoup l'opinion ; c'est ce qui l'a amené à commencer « à écrire sur le Cameroun et commencer à écrire sur divers sites camerounais ». Faisant un récit de sa vie professionnelle, il fait comprendre qu'il a été responsable de programmes et/ou émissions interactives pour d'autres sites web d'informations générales camerounais, à l'instar de *cameroon-info.net* et *cameroonvoice.com*. D'où lui serait né son bouillonnement d'idées pour la mise sur pied de son propre site.

Il en va de même du cas de *camerpost.com*, « une idée de Monsieur Max Owono. Informaticien de formation, il a souhaité mettre en valeur ses connaissances dans le domaine. Pour cela il s'est entouré d'une équipe de jeunes journalistes diplômés des grandes écoles camerounaises et étrangères ».

En somme, force est de constater que les conditions d'apparition des sites web camerounais d'informations générales n'ont pas que pour seule explication la volonté pour ces médias d'informer les publics nationaux et internationaux de l'actualité camerounaise. La prise en compte des diasporas camerounaises dans le processus informationnel, la conquête de nouveaux marchés du secteur communicationnel et des désirs de satisfactions de volontés passionnantes sont autant de raisons évoquées par les responsables de ces sites, avec lesquels nous avons échangé.

B) L'analyse des sites web camerounais d'informations générales

Cette sous-section de notre travail s'organise en trois temps. Premièrement, nous nous intéresserons aux représentations des responsables des sites web camerounais d'informations générales. Secondement, nous essaierons, autant que faire se peut, de traduire les sentiments

implicites et explicites que la consultation de ces sites laisse entrevoir chez les diasporés camerounais de France, Belgique et des États-Unis. Troisièmement, nous démontrerons comment le politique s'ingère dans les publications « online » des sites web camerounais d'informations générales.

B-1) Quelles représentations pour les responsables des sites web d'informations générales?

Denise Jodelet désigne par *représentations sociales* l'ensemble des réalités mentales qui “nous guident dans la façon de nommer et de définir ensemble les différents aspects de notre réalité de tous les jours, dans la façon de les interpréter, statuer sur eux et, le cas échéant, prendre une position à leur égard et les défendre”³⁹¹. Pour Jodelet, le concept de représentation sociale désigne une forme de connaissance spécifique, le savoir de sens commun, dont les contenus manifestent l'opération de processus génératifs et fonctionnels socialement marqués. Plus largement, il désigne une forme de pensée sociale ce qu'Yves Jeanneret désigne par « trivilité ». Mettre la référence en note de bas de page.³⁹². Les représentations sociales sont des modalités de pensée pratique orientées vers la communication, la compréhension et la maîtrise de l'environnement social, matériel et idéal...

Certains promoteurs des sites web d'informations générales positionnent leurs sites comme des vitrines pleines d'espoirs et de promesses pour le devenir de la société camerounaise. Ils se positionnent, comme nous avons eu à le mentionner dans les chapitres ci-dessus, comme porte parole des « *sans-voix au Cameroun* ». Il semble ainsi se déployer un courant constitué par des médias électroniques engagés pour la cause du Cameroun. Un courant qui croit en une reconstruction d'une société camerounaise émergente.

³⁹¹ Cité par Misse, Misse, « Représentations sociales, acteurs et pouvoir dans l'appropriation sociale des dispositifs communicationnel : Recherche sur l'Internet au Cameroun », in *Africa'NTIobservatoire de l'insertion et de l'impact des technologies de l'information et de la communication en Afrique*, 2003, p. 3.

³⁹² Jeanneret, Yves, *Penser la trivilité. La vie triviale des êtres culturels (Vol. 1)*, Hermès Lavoisier, 2008

Même s'il est vrai que l'un de leur souci est d'informer les populations camerounaises ; d'autres n'ont pas caché la non-gratuité de leurs actions. Il s'agit en l'occurrence de *journalducameroun.com*, qui, dans ses intentions de communication, tient compte des annonceurs et de ses potentiels clients. L'on comprend dès lors les propos tenus par sa directrice de rédaction Ingrid Ngounou, lorsqu'elle affirme que :

« On a les espaces publicitaires mais aussi, on fait de la fourniture de contenus à l'intention des organismes. C'est-à-dire que les informations que nous récupérons chez nos journalistes et que nous traitons sur les sites ; il arrive que ces même informations soient vendues à des organismes. C'est une source de financement. »³⁹³.

D'où le choix éditorial de s'inscrire en faux contre toute « *polémique* » dans la rédaction des articles du site.

Les dénominations de chacun des sites web camerounais d'actualité laissent augurer d'une volonté de mobilisation d'un certain élan patriotique. En effet, si l'on fait un retour sur chacun des systèmes d'identification visuelle de chacun de ces sites, il semble en ressortir d'une part, une forte prédominance pour un triple choix chromatique (vert- rouge – jaune), les trois couleurs phares de l'étendard camerounais. D'autre part, la majorité de ces sites contiennent :

- le radical « camer » ou « cam » pour signifier le Cameroun, à l'instar de *camer.be*, *cameroon-info.com*, *camerpost.com*, *camerlink.net*, *camnews24.com*
- des champs sémantiques relatifs au Cameroun comme 237 (pour signifier l'indicatif téléphonique d'appel du Cameroun).
- le nom « Cameroun » ou « Cameroon » en : *journalducameroun.com*, *camerounlink.net*, *cameroun24.de*, *camerounactu.net*, *toutcameroun.com*, *cameroon-report.com*, *Cameroon-info.net.com*
- des expressions locales camerounaises, nous avons comme exemple *mboa24.net*, *news.mboa.info/*, *njanguipress.com*. *Mboa* signifie pays et *Njangui* signifie réunion /tontine.

³⁹³ Entretien avec Ingrid Ngounou, Paris, 28 décembre 2013.

Cette fixation sur le Cameroun n'est pas anodine. Il sous-tendrait une volonté explicite de signifier un certain patriotisme camerounais. L'on peut ainsi comprendre les propos de Tokom Tchepnkep , directeur de publication de *237online.com*:

« 237online.com ici représente le Cameroun sur internet, le Cameroun en ligne. Car sachant que chaque Camerounais se retrouverait dans le « 237 » nous avons opté pour son utilisation comme pour signifier le Cameroun en ligne. Le logo représente le sceau, toujours un signe, une marque forte ou tous les Camerounais se retrouvent car [ils le remarquent] »³⁹⁴.

Il en découle que certains promoteurs usent de stratégies de pénétration des communautés au sein desquelles ils ont recours à des signes distinctifs et propres aux communautés camerounaises. Un autre exemple significatif est celui de *camerpost.com* pour qui, [...].

« Le nom camerpost est inspiré de l'appellation courante et usuelle des Camerounais à l'étranger notamment en Europe. Le site est destiné en premier aux « camer » camerounais de la diaspora. Pour Post, il faut comprendre par là le souhait d'amener les informations du pays aux camerounais de l'étranger un peu comme la poste le fait avec le courrier. Le logotype est constitué de deux lettres le C et le P pour désigner Camerpost. »³⁹⁵

Par ailleurs, des volontés d'améliorer l'image du Cameroun sous-tendent également cette idée de patriotisme. Allant dans le même ordre d'idées, Augustin Timfang responsable de *cameroun24.net* mentionne que *cameroun24.net* est née entre autres d'une volonté de donner des informations « objectives » sur le Cameroun. Le déclaratif semble être lié au constat, partagé par le responsable avec ses collaborateurs selon lequel, non seulement les immigrés camerounais faisaient face à une sous-information au sujet de leur patrie, mais aussi, le fait que le peu d'informations reçues par ces populations [...]

« ne valorisaient pas beaucoup les informations qui venaient du pays comme [...] des informations péjoratives. Des informations de chiens écrasés, on a braqué ici, on a versé le sang la bas. En fait la règle des 3 S. sexe, sang, sous, donc nous avons voulu aller dans un ton différent, donc montrer aussi ce qui marche au pays, donc beaucoup de contributeurs ».³⁹⁶

³⁹⁴ Entretien écrit avec Tchepnkep Tokom, promoteur de *237online.com*, 23 septembre 2014.

³⁹⁵ Echange avec Robert Djingui, membre de l'équipe de rédaction de *camerpost.com*, 4 février 2015 *237online.com*.]

³⁹⁶ Entretien écrit avec le promoteur de *cameroun24.net*, en date du 12 juillet 2014, Augustin Timfang

Un intérêt pour des expressions de dialectes locaux pour identifier les sites traduirait aussi cet attachement pour la patrie camerounaise. Lorsque Cyrille Ekwalla par exemple tient le discours suivant :

« Pourquoi avoir choisi le nom de NJANGUI ? C'est peut-être la question qui serait venue à la suite, j'aurais pu choisir un autre titre ; parce que personnellement je pense que nous avons des termes chez nous, même si on dit qu'au Cameroun on dit que nous avons 220 langues. Lorsque je dis Njangui, le Camerounais qui est à Tcholééré comprend ce que ça veut dire, celui qui est à Ambong Mbang comprend ce que ça veut dire, celui qui est à Mamfé comprend ce que ça veut dire. Et donc, j'ai appelé ça njangui press. Et dans njangui press, vous comprenez ce que ça veut dire. C'est pour ça que je vous ai dit que njangui est plutôt la somme de toutes les analyses qui viennent à gauche et à droite. On les rassemble et on les met sur un site internet. D'où njangui et c'est parti comme ça. »³⁹⁷,

Il y retrace des marques identitaires propres à la société camerounaise, dans la mesure où le mot *njangui* est très communément utilisé par les uns et les autres au Cameroun, indépendamment de leurs localisations géographiques respectives.

L'analyse sus citée des concepteurs des sites web camerounais d'informations générales nous a donc conduit à comprendre leurs différentes motivations. Celles-ci témoignent en l'occurrence d'une volonté d'information du grand public, d'un engagement patriotique, d'une volonté commerciale et quelques fois d'une infime volonté touristique. La diaspora camerounaise est certes leur cœur de cible, mais elle l'est à des niveaux d'intégration limitée.

La majorité de ces sites sont financés sur fonds propres et des investissements de bienfaiteurs et/ou de connaissances. D'autres, par contre, parviennent à s'auto-financer, grâce à des ventes d'espaces, des bannières publicitaires à des annonceurs.

Les contextes de localisation de ces sites sont différents, historiquement. Ils encadrent aussi bien des projets de diasporés camerounais que des projets de nationaux. Les sites web camerounais sont issus généralement de différents projets de promoteurs, présentant des

³⁹⁷ Entretien avec Cyrille Ekwalla, rédacteur en chef, *njangui press*, 28 décembre 2013

parcours hétéroclites. Ils sont en majorité issus de la classe intellectuelle camerounaise, leurs missions s'inscrivent dans divers enjeux socio – politico – économiques de la communication.

B-2) Quelles lectures des sites web d'actualité camerounais par les diasporas camerounaises ?

Les populations et citoyens camerounais interrogés par nos soins manifestent aujourd'hui plus que jamais leurs préoccupations vis-à-vis de la « *pseudo-démocratie camerounaise* »³⁹⁸, du « *bafouement du respect des droits de l'homme* »³⁹⁹, « *du manque de liberté d'expression et de l'incarcération de journalistes pour avoir bien fait leur travail* », du « *chômage endémique et progressif qui gangrène la jeunesse camerounaise depuis plus de deux décennies* »⁴⁰⁰, du « *délabrement avancé du système éducatif et de sante camerounais* »⁴⁰¹ ; l'enrichissement illicite et même les détournements de fonds répétitifs sont précisément cités dans les déclaratifs des interviewés, provenant « *de malfrats déguisés en gouvernants et ministres qui ne pensent qu'à se remplir les poches au détriment de l'intérêt national...* »⁴⁰² ... Surgissent encore des thématiques que les internautes diasporés camerounais estiment aujourd'hui devoir trouver dans les sites web camerounais d'informations générales. Ces traitements ne sont plus attendus pour une simple évocation de manière superficielle ; et les constats des internautes sont sur ce point favorables, pour que ces thèmes) soient « *désormais touchés du doigt et abordés en profondeur* ». À cet effet, les diasporés camerounais dans leur grande majorité estiment que l'opinion publique est éclairée aujourd'hui plus que jamais sur les déboires de la société camerounaise. L'on comprend dès lors pourquoi une grande partie des interviewés des diasporas camerounaises vantent les mérites de sites web d'informations générales. Certains n'ont pas hésité à en faire l'apologie même. Ils partagent l'idée selon laquelle que : « *Ces sites essayaient au fond des choses* »⁴⁰³,

³⁹⁸ Propos d'un Camerounais interviewé à Château rouge, Paris, Mars 2014.

³⁹⁹ Propos d'un enquêté interrogé à Rockville, Septembre 2014.

⁴⁰⁰ Propos d'une enquêtée interrogée à Matonguè dans la ville de Bruxelles en Août 2014.

⁴⁰¹ Propos de Camerounais interviewés à Paris, Mars 2014.

⁴⁰² Propos d'un Camerounais interviewé à Paris, Mars 2014.

⁴⁰³ Propos enquêté interrogé à Langley Park dans l'Etat du Maryland, Septembre 2014.

- *Ils touchent du doigt tous les problèmes que les Camerounais rencontrent au quotidien* »⁴⁰⁴,

- *Ce sont vraiment des sites qui donnent la parole aux laissés pour compte de la société* »⁴⁰⁵,

- *Ces sites camerounais ne se privent d'aucune critique à l'endroit du gouvernement. De quoi inquiéter plus d'un* »⁴⁰⁶.

De plus, les diasporas camerounaises admettent que même ceux des sites qui sont probablement favorables au pouvoir en place, tels que *cameroon-info.net*, « *n'hésitent pas de mentionner de temps à autre les manquements du pouvoir en place à travers des articles d'analyse de réflexion* »⁴⁰⁷

B-3) les sites web d'informations générales : productions et contenus ?

Roselyne Ringoot nous présente deux formes d'inscription du journalisme dans son écrit. D'une part, elle évoque *le rapport empirique à l'information* par une situation vécue (c'est-à-dire l'interview, le reportage, le portrait) et des preuves à l'appui avec l'enquête par exemple. D'autre part, elle parle du *rapport réflexif à l'information* où le journaliste peut, soit donner un point de vue (l'éditorial), soit produire une information sur l'information (par le biais le traitement de données, la vérification).

Les sites web camerounais d'informations générales pour leur part s'inscrivent dans l'ensemble dans le rapport réflexif à l'information, notamment en publiant des articles où les correspondants donnent plus leurs points de vue qu'ils ne produisent des informations d'enquête. De plus, ces sites donnent très souvent en plus de leurs équipes rédactionnelles, la parole à des journalistes de quotidiens locaux, des acteurs de la vie sociale camerounaises. En outre, les sites web camerounais d'actualité concrétisent « *le renouvellement du discours de presse* », développé par Roselyne Ringoot. Ceci s'explique par des extensions de publications

⁴⁰⁴ Eléments de réponses d'un Camerounais interviewé à Liège, juillet 2014.

⁴⁰⁵ Eléments de réponses obtenues d'un étudiant camerounais, Paris, Mars 2014.

⁴⁰⁶ Propos d'une Camerounaise à Paris, Avril 2014.

⁴⁰⁷ Propos d'un enquêté à Paris en février 2014.

d'articles, *via* des « tweets » sur des réseaux sociaux et des présences accrues des vidéos dans ces sites.

Une analyse de contenu des communications (articles publiés) en réseaux sémantiques et regroupements thématiques à l'aide du *logiciel Tropes* nous a permis de faire le point de la tendance des axes de leurs communications. Ceci peut s'expliquer par le nombre d'occurrence du nom Paul Biya et des groupes nominaux s'y référant. Bon nombres d'articles critiquent l'attitude du président Paul Biya et de ses ministres et/ou de son gouvernement.

Les sites web camerounais d'informations générales usent de partenariats avec des quotidiens nationaux camerounais pour légitimer la véracité des informations qu'ils véhiculent sur le Cameroun. Ainsi, *camer.be*, par exemple, a signifié son partenariat avec les quotidiens *le jour*, *Mutations* et *le messenger*. Ce partenariat est basé sur la réciprocité, tel que nous explique son promoteur Hugues B. Seumo :

« Nous sommes en partenariat [...] Si par exemple, les lions indomptables du Cameroun viennent en Belgique pour un stage, si nous couvrons l'évènement, toutes les photos que nous prenons sur place, les prises de vue, nous les envoyons à nos partenaires ; donc, avant de faire leurs papiers sur place au Cameroun articles, ils ont déjà les photos. Et en retour, quelques fois, ils nous renvoient aussi à certains journalistes de certains medias qui nous envoient des articles et nous demandent de les publier à une date précise, en attendant que ce soit d'abord publié au Cameroun. Donc c'est un peu comme ça que nous fonctionnons ! »⁴⁰⁸

Comme autres illustrations, *njanguiexpress.com* travaille en collaboration avec la *Nouvelle expression*, *le Jour*.

Journalducameroun.com, pour sa part :

« a des contrats de partenariats clairs, avec plusieurs Organismes de presses. [il] privilégie les hebdomadaires au minimum en terme de fréquence de parution, sinon au mieux les mensuels ; tout simplement parce qu'ils ont un travail de profondeur par rapport à l'information que [journalducameroun.com] ne peut pas faire parce qu'[il] est dans l'immédiateté et la gestion quotidienne de m'information. Et donc, il y a des échanges de services où [il] met en avant le sommaire du numéro en kiosque, ou bien [il] publie la une. Et puis derrière, [il] peut récupérer les articles appropriés. Mais généralement, [il] privilégie les articles magazines parce que sinon, ça n'a pas d'intérêt pour (l'équipe de journalcameroun.com). Vu qu'eux, ils sont des hebdomadaires, l'information est déjà passée. Du coup, c'est plutôt les grandes enquêtes, les interviews intéressantes qu'on publie. À côté

⁴⁰⁸ Entretien, rédacteur en chef (Hugues Bertin Seumo), *camer.be*, 30 novembre 2013.

de ça, ... il y a une démarche contraire qui consiste quand [journalducameroun.com] n'a vraiment pas de choix, à reprendre l'information qui a été publiée par un journal confrère. C'est-à-dire que si Cameroon Tribune, parce que c'est souvent le cas, est seul à avoir l'information sur un sujet parce qu'ils ont eu accès à ce sujet, du fait que c'était une presse gouvernementale (...). Et donc, journalducameroun.com peut reprendre à notre compte évidemment l'information en respectant les règles du copyright. »⁴⁰⁹

237online.com tire une partie de ces contenus de la presse locale avec le journal *La nouvelle vision*. Le site *Cameroun 24.net*, quant à lui, coopère avec les journaux *Le Messenger*, *La Nouvelle expression* et *La Météo*. *Camerpost.com* déclare entretenir des collaborations avec des organes de la presse écrite camerounaise, tels que *Le Messenger*, *le Jour*, *Mutations...*

Certains de ces sites web d'actualité camerounais entretiennent encore des partenariats avec d'autres sites web et organes de presse. Il s'agit des partenariats suivants : *camer.be* et *allafrika.com*, *Brukmer.be* et *investigation 237online.com* et *Jeune Afrique* , *camerpost.com* et *l'Agence Française de Presse* et *l'Agence Africaine de Presse*. Il arrive également que certains des sites web camerounais d'informations générales travaillent en collaboration avec d'autres sites web camerounais. Par exemple, *brukmer.be* travaille en collaboration avec *camer.be*.

L'on peut donc comprendre pourquoi les sites web d'informations camerounais d'informations générales essaient, autant que faire se peut, de légitimer les « scoops » en les ancrant dans les productions de presse locales de renommée et quasi-connues du grand public. Cependant, des raisons, telles que « *la non-connaissance du terrain* », du fait des localisations géographiques éloignées des rédactions, sont très souvent évoquées à l'encontre des responsables. Tel est le sens de ces témoignages venant de Bruxelles : « *comment peut-on accorder du crédit à ces sites ? Des sites qui nous donnent des informations du Cameroun vu de l'étranger (Allemagne, France, Etats-Unis, Belgique ?* », les sites web camerounais d'actualité sont « *des sites que les diasporas créent pour s'exprimer* ».

⁴⁰⁹ Entretien avec Ingrid Ngounou, Paris, 28 décembre 2013.

Ceci s'explique par le fait que certains des sites web camerounais d'informations générales ont été des projets initiés par des diasporés camerounais. C'est le cas de *camer.be*, *brukmer.be*, *journalducameroun.com*, *njanguipress.com*...

Partant du principe que l'actualité est très souvent suivie par des intellectuels pouvant être considérés comme des élites, et par des leaders des classes politiques... et en considérant par ailleurs que le Cameroun est un pays en voie de développement où le niveau de vie est bas et où le terme de fracture numérique peut avoir une certaine résonance ⁴¹⁰, il est nécessaire de considérer que ne peut consulter les sites web que celui, qui en plus d'une capacité à lire et à utiliser l'outil informatique, a aussi accès à la connexion internet. Ce dont ne dispose pas forcément le Camerounais moyen. Dès lors, l'on s'interroge si les sites web camerounais d'actualité apparaissent comme des outils de communication au service des élites politiques et/ou diasporiques, constituant très souvent le profil majoritaire de leur lectorat ? L'actualité ne serait-elle tournée que vers les intérêts et sensibilités des classes politiques, intellectuelles et élitistes ?

C) Comment le politique s'ingère dans les publications « online » des sites web camerounais d'informations générales ?

Les équipes rédactionnelles des sites web camerounais d'informations générales semblent développer des stratégies persuasives, pour structurer leurs différentes communications. À cet effet, elles usent très souvent subtilement des leurs aptitudes citoyennes et des raisons communautaires pour ancrer leurs actions dans le sillage démocratique.

C-1) les journalistes et/ou équipes rédactionnelles des sites web camerounais d'informations générales sont-ils devenus des « anti-biyayistes » ?

« *Paul Biya et la phobie des réseaux sociaux* », ainsi est titré le compte rendu de Josiane Kouagheu dans le journal en ligne français *lemonde.fr* en date du 11 février 2015⁴¹¹, à la suite du discours du président de la république du Cameroun à la jeunesse camerounaise. À la lecture de cette titraille, l'on en vient à se demander s'il existerait une guerre virtuelle entre

⁴¹⁰ SMIC inférieur à 30.000 F CFA, taux d'alphabétisation relativement bas.

⁴¹¹ Date de célébration de la 47^{ème} édition de la fête de la jeunesse au Cameroun.

les internautes camerounais et le gouvernement de Biya sur les réseaux sociaux ? Titrer ainsi ne participerait-il pas d'une orientation stratégique de l'auteur de l'article?

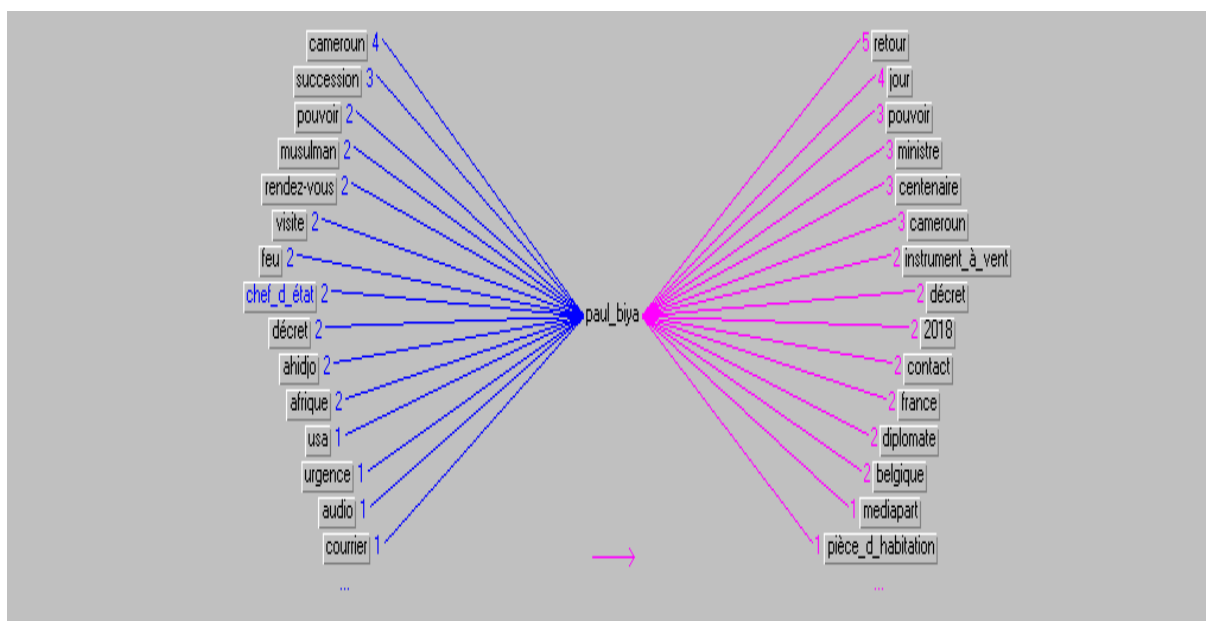
« *Des chants trompeurs des oiseaux de mauvais augures, ces marchands qui n'ont pour projet que la déstabilisation via les réseaux sociaux* », voilà les propos retenus dans l'article comme ayant été tenus par le président camerounais Paul Biya, pour décrire les échanges d'acteurs camerounais sur le web.... On peut ainsi noter nombre de publications autour de la personne de Paul Biya, sur les dérapages de gestion des membres de ses gouvernements et sur l'après Biya. Des articles, on ne peut plus critiques, satiriques à l'égard d'un président après plus de 33 ans de mandat ne sont pas rares. De quoi se demander si les équipes rédactionnelles des sites web camerounais d'informations générales n'agiraient pas, moins en tant que journalistes, que de conseillers politiques ?

Conscientes des réalités de la société camerounaise, certaines rédactions des sites web camerounais d'informations générales prétendent défendre les droits des populations camerounaises. Ils se présentent comme le miroir de la société camerounaise.

Une utilisation du logiciel *Tropes*⁴¹² nous a permis de faire ressortir les catégories de mots fréquemment utilisées et leurs relations. C'est ainsi que nous pu mettre en évidence une recrudescence du groupe nominal « Paul-Biya » et des champs sémantiques s'y référant dans chacun des sites web camerounais retenus dans notre corpus. À cet effet, nous avons pu à l'aide de *Tropes* faire ressortir à titre illustratif des graphes indiquant respectivement les termes et groupes d'expressions associés à « Paul Biya »

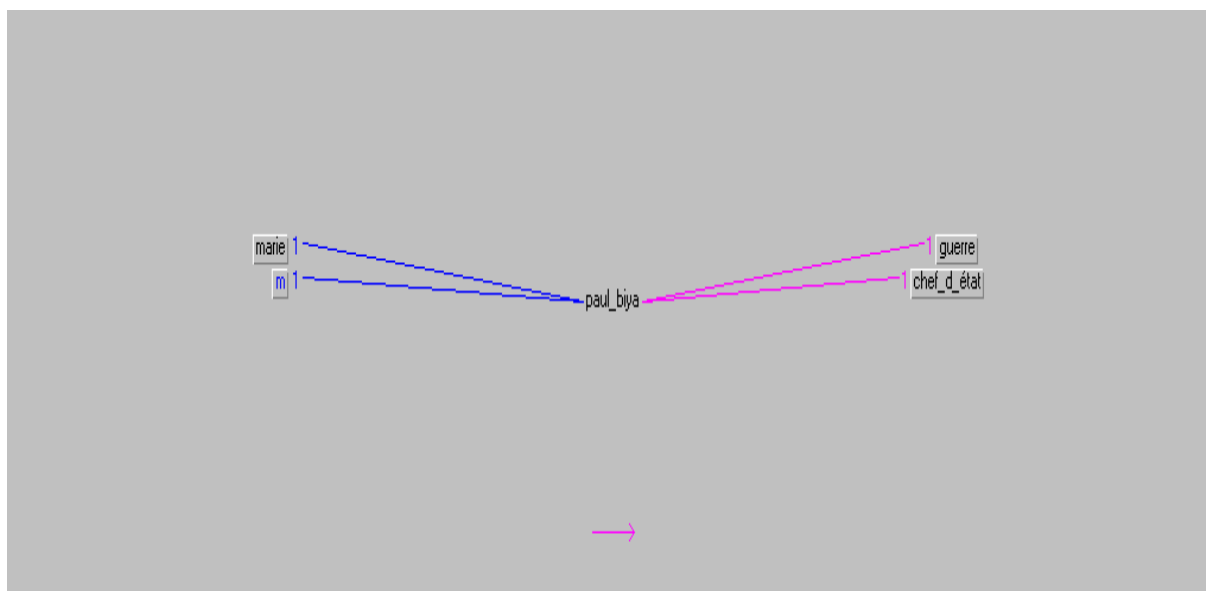
⁴¹² logiciel TROPES issu en grande partie des travaux de Rodolphe Ghiglione et développé par Pierre Molette et Agnès Landré, sur la base des travaux de Rodolphe Ghiglione.

Grphe 1. Pour *Cameroon-info.net* : champ sémantique associés à « Paul Biya »



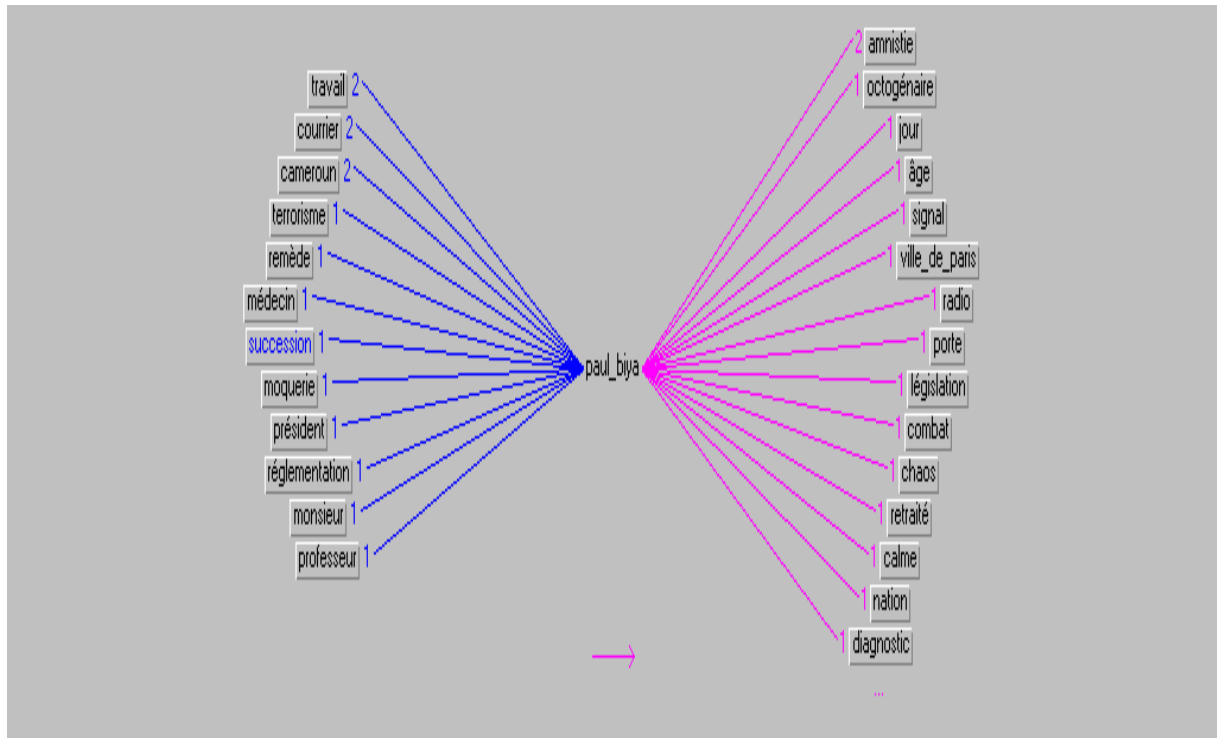
Le graphe ci-dessus indique que sont respectivement associés au nom « Paul Biya » les termes suivants : [Cameroun, Succession, Chef d'état, pouvoir, décret, ahidjo, ministre, 2018, diplomate].

Grphe 2. Pour *njanguipress.com* : champ sémantique associés à « Paul Biya »



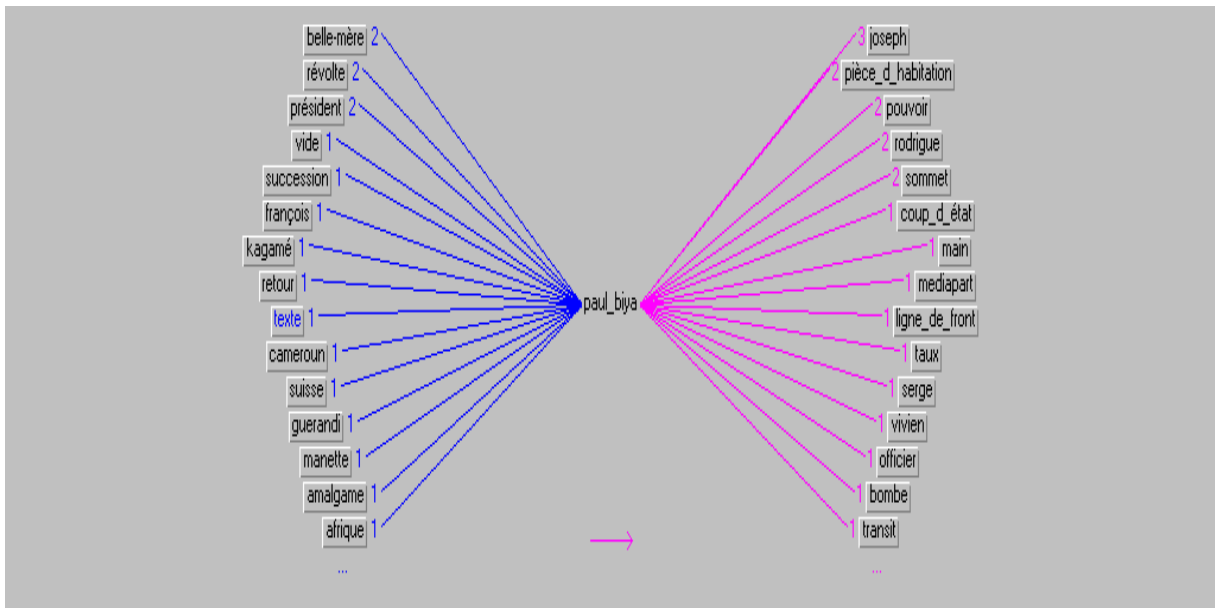
Njanguipress.com d'après ces titraile associe Biya aux expressions chef d'état et guerre

Grphe 3. Pour *camer.be*: champ sémantique associés à « Paul Biya »



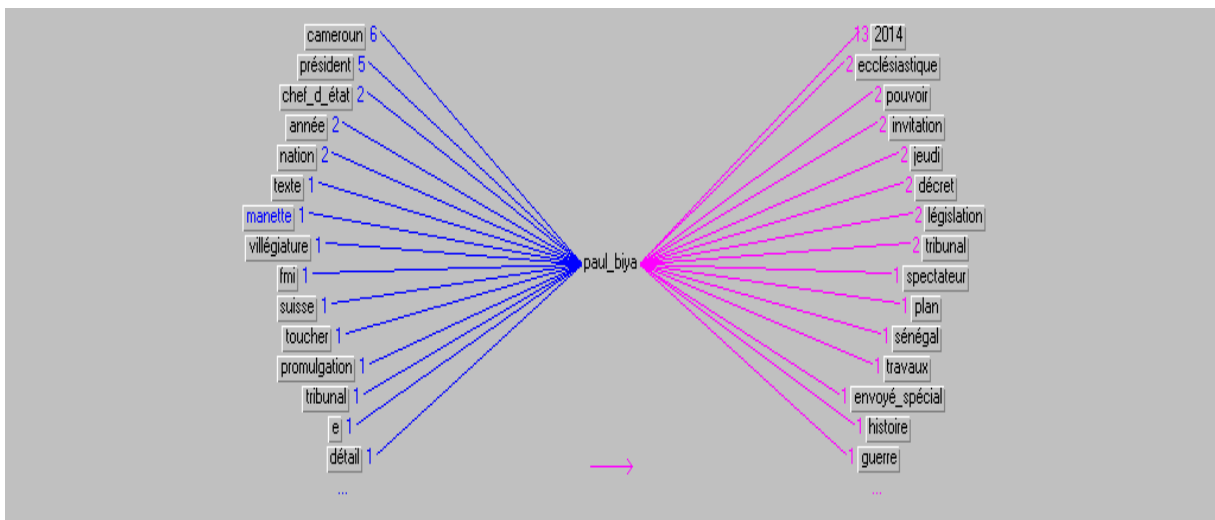
Ainsi que l'indique le schéma ci dessus, le groupe nominal « Paul-Biya » d'après *camer.be* regroupent l'ensemble des expressions suivantes : Octogénaire, âge, nation, chaos, combat, législation, retraité, Cameroun, succession, terrorisme, moquerie, réglementation

Grphe 4. Pour *Cameroun24.com*: champ sémantique associés à « Paul Biya



« La belle-mère de Paul Biya est morte. 03/10/2014 », « Des obsèques officiels dissimulés à la belle-mère de Biya. 17/10/2014 », « Cameroun-obsèque de la belle-mère de Biya. Comment les maires ont détourné les fonds publics- bal des charognards sur la dépouille d'une brave dame. 20/10/2014 »

Grphe 5 : Pour *camerpost* : champ sémantique associés à « Paul Biya



« Ce que coûte la **villégiature** de Paul Biya en Europe-17/04/2014 17/04/2014 »

L'on observe là de la part le l'équipe de productions des sites web camerounais d'informations générales, un choix de mots, de groupes d'expressions et de qualificatifs péjoratifs quant à l'environnement de Paul Biya et de sa personne.

Les populations camerounaises ont donc fait d'Internet un support d'expression, à telle enseigne que les sites web camerounais d'actualité se sont érigés en vecteurs de communication. Les citoyens semblent vouloir davantage s'impliquer dans les prises de décisions nationales. Ce que prétendent offrir désormais les sites d'informations générales, avec des communications instantanées et interactives. En d'autres termes, ces sites produisent des informations correspondant à des attentes des publics. Ces derniers se servent desdites informations qui sont portées à leur connaissance ; puis, interagissent s'ils le souhaitent avec leurs émetteurs, en inscrivant leurs avis au bas des articles publiés ou en participant à des forums.

La plupart des articles traités dans certains des sites web camerounais d'actualité traitent des sujets d'ordre politique. Et plus certains citoyens s'y intéressent, plus ces sites semblent répondre à cette attente. Lorsque, par exemple, Hugues B. Seumo de *camer.be* affirme que *«la politique éditoriale ici est une ligne éditoriale engagée. Nous ne sommes pas là pour plaire à qui que ce soit. Nous ne sommes pas là pour applaudir Paul Biya quand il reste au pouvoir pendant 31 ans au pouvoir. Nous sommes là pour dénoncer»*⁴¹³, son engagement suggère de manière implicite son intérêt pour la politique dans son traitement de l'actualité.

Cyrille Ekwalla, promoteur de *njanguiress.com*, n'a nullement caché son engouement pour un cœur de cible d'élites intellectuels ou de décideurs politiques-

*« Le public recherché il est simple, il est cette classe de Camerounais qui s'intéressent aux débats de société, qui portent sur la politique, sur l'économie, sur les faits sociaux en tant que tels mais aux débats de sociétés. Ce public c'est lequel ? Ce sont les décideurs politiques, les décideurs économiques, (...) c'est des étudiants en fin de cycle notamment en deuxième, troisième cycle. Ce sont évidemment les professeurs d'université. C'est ce public- là. Njangui press n'a jamais voulu être un généraliste et ne sera jamais un généraliste. Et ne sera jamais un généraliste de toute façon. Le public est vraiment très précis. C'est ceux qui savent, qui vivent pour les idées et pour l'analyse. »*⁴¹⁴.

C-2) « l'influence politique » des sites web camerounais d'informations générales.

⁴¹³ Entretien, Hugues Bertin Seumo, rédacteur chef de *camer.be*, 30 novembre 2013.

⁴¹⁴ Entretien, Cyrille, Ekwalla, rédacteur en chef de *njangui press*, 28 décembre 2013

C'est généralement à propos du domaine politique qu'on a souvent présenté des thèmes insistants sur l'influence des médias sur les individus et les sociétés »⁴¹⁵. En d'autres termes, il a communément été admis que les médias peuvent influencer le politique. Ceci s'observe avec les sites web camerounais d'informations générales étudiés ici. En effet, les contenus de message médiatique de ces sites web d'informations sont à forte consonance politique comme mentionné plus haut. Ce qui a conduit certains des diasporés enquêtés à s'interroger sur : « la crédibilité », « l'image », « l'objectivité » de ces sites. L'intérêt pour la chose politique n'est plus à démontrer sur les sites web d'informations générales camerounais. Le remplissage des rubriques politiques, la forte occurrence du champ lexical de politique dans la rédaction de leurs articles, la conviction des promoteurs des sites web d'actualités camerounais témoignent de cet intérêt que pour les affaires politiques. Les activités des internautes sur ces sites, le choix sélectif des sujets traités, le recadrage des débats sur ces sites [...] ne sont que pures réorientations et déguisements de l'actualité politique.... Les jeux de relations interpersonnelles agissent fortement dans les échanges communicationnels des internautes, les cadres et climats de communications très souvent « tendus » dans lesquels s'effectuent ces communication sont souvent influencés par des choix « opinionistes » des responsables de ces sites...

Du point de vue des internautes, ces jeux sont perceptibles : les sites web camerounais sont qualifiés d' « *influents* » et parfois de « *manipulateurs* », dans la mesure où ils semblent influencer « *sur la vie des acteurs politiques camerounais* » à court terme, susceptibles par ailleurs d' avoir des répercussions incidentielles sur les comportements et attitudes politiques des populations sur le long terme. Ces sites semblent se positionner, consciemment et/ou inconsciemment, en lieu d'activité politique, où des politiciens viendraient s'affronter et battre campagne en faveur de leurs partis. D'où la difficulté, à leur attribuer un caractère objectif en tant que médias d'informations. « *De quoi remettre en question la bonne foi des informateurs des sites camerounais d'informations générales* »⁴¹⁶, pour reprendre les propos de cette enquêtée de Paris. Un autre enquêté résidant dans le Maryland, poursuivra : « *On ne sait même plus à la fin quel crédit accorder à ces sites, car pendant que cameroon-info.net*

⁴¹⁵ Cayrol, Roland, *Les Médias: presse écrite, radio, télévision*. Paris, presses universitaires de France (PUF), « coll. Thémis, sciences politiques », p 443

⁴¹⁶ Eléments de réponses obtenues d'un étudiant camerounais, Paris, Mars 2014. .

nous fera l'apologie du RPDC, camer.be s'efforcera à déconstruire tout ce que le RDPC fera et positionner des partis comme le MRC de Kamto »⁴¹⁷.

Notre étude de terrain des sites web camerounais d'informations générales le confirme : « *les médias constituent la cible de nombreuses discussions publiques et l'objet de fréquentes querelles politiques* »⁴¹⁸, pour reprendre les propos de Roland Cayrol. L'on voit très bien comment certaines controverses de la scène politique parviennent très souvent à chambouler l'actualité politique en ligne. Aussi, ces sites web donnent très souvent une vue panoramique de l'actualité politique, en orientant le débat politique, en choisissant les événements politiques « de grande envergure ». Ils décident d'axer l'actualité politique sur les questions, les problèmes qu'eux mêmes estiment capitaux et/ou importants. Ceci s'exprime particulièrement dans les perceptions révélées lors de nos enquêtes sur le terrain :

« Je me méfie de ces sites-là, ce sont des purs fabricateurs de l'actualité politique au pays. Même quand il n'y'a rien de grave, ils ont tendance à grossier et amplifier les faits »⁴¹⁹

- Moi, je remets en doute la bonne foi de ces informateurs. Ils ne font rien pour rien ; ils se cachent surement derrière ces medias pour faire accepter leur opinion aux lecteurs »⁴²⁰

- Ces sites ne m'inspirent pas confiance, ce sont surement des instruments de manipulations de politiciens véreux du Cameroun... »⁴²¹

Il faut également dire que les équipes rédactionnelles des sites web d'actualité camerounais n'hésitent pas, quand elles ont l'occasion, à peindre, décrire les vies, aussi bien professionnelles que privées de certains dirigeants camerounais, en l'occurrence des membres du parti au pouvoir : le R.D.P.C. Des exemples peuvent être mentionnés avec des personnages publics tels que Yves Michel Fotso, Abah Abah Polycarpe, Mendoze, Atangana Mebara... dont la liste de biens et le style de vie respectifs ont été présentés à l'intention du grand public, dans le cadre du traitement des affaires de détournements de fonds publics avec l'*opération épervier*. De plus, des techniques d'aguichages sont mises en avant dans la

⁴¹⁷ Propos enquêté interrogé à Rockville dans l'Etat du Maryland, USA, Septembre 2014

⁴¹⁸ Cayrol, Roland, *op. cit.*, p. 447.

⁴¹⁹ Eléments de réponses obtenues d'un étudiant camerounais, Paris, Mars 2014.

⁴²⁰ Eléments de réponses d'un Camerounais interviewé à Liège, juillet 2014

⁴²¹ Propos enquêté interrogé à Silver Spring dans l'Etat du Maryland, Septembre 2014.

production des différents contenus sur ces sites camerounais d'information. À cet effet, l'accent est très souvent activé, à partir de titraillles interpellantes et/ou révélatrices. Dans le même ordre d'idées, l'on observe le recours à des photos, on ne peut plus suggestives, de ces différents concepts et à la mise en avant d'entrevues au cours desquelles la parole est donnée à chacun de ces dirigeants politiques...

Enfin, les sites web camerounais d'informations générales accordent du crédit à la fonction d' « *agenda-setting* »⁴²² dans le traitement de l'actualité politique au Cameroun. Nous avons effectivement constaté que ces sites opèrent délibérément un tri, une sélection et hiérarchisation des informations, primordialement économique, en direction de leurs publics. Ainsi, ces sites présentent des informations politiques, qu'ils ont eu au préalable la latitude de choisir et de hiérarchiser, avant de les adresser par la suite à leurs internautes, citoyens camerounais en majorité.

⁴²² Encore appelée fonction « *d'ordre du jour* », c'est une fonction que des sociologues anglo-saxons ont attribué aux medias. Elle consisterait à « *l'établissement de l'ordre du jour des problèmes* ». Cf. Maxwell McCombs, Donald Shaw, 1972, « The agenda-setting function of mass media », *Public Opinion Quaterly*, Volume 36, Issue 2, pp. 176-187.

CONCLUSION GÉNÉRALE

Cette recherche a été impulsée par deux principaux questionnements : comment comprendre la multiplication des sites d'informations camerounais alors qu'existe déjà la presse en ligne ? Qui en sont les acteurs ? Comment et selon quelles logiques ces acteurs réagissent-ils ? Ces questions ont structuré notre argumentation autour d'une analyse des différentes stratégies (politique, économique, de mise en relation / de communauté, familiale...) de conception et de production des sites web camerounais d'informations générales. Ceci nous a conduit à rechercher comment la circulation de toute production d'informations se produisait sur ces sites, et par conséquent à une étude des formes de contextualisation des pratiques des promoteurs des dits sites web et des diasporas camerounaises.

Pour ce faire, une interrogation sur la sociologie des immigrations s'est avérée incontournable, notamment sur les raisons de formation des diasporas, leur historique, leur géopolitique, leur structuration, leur évolution, leur temporalité, en somme les pratiques des immigrés et de manière plus générale, des « déplacés », volontaires ou contraints.

Ce travail de thèse présente donc neuf chapitres, regroupés en trois sections. La première partie de ce travail retrace le contexte de l'émergence du phénomène des sites web camerounais d'informations générales, en traitant des causes et des logiques qui les accompagnent. De cette première partie, il ressort que les sites web camerounais d'informations générales, véritables outils d'attraction, naissent dans un contexte assez paradoxal de paupérisation d'une presse en ligne camerounaise et d'une presse écrite qui peinent déjà à être viables dans un environnement précaire et répressif.

La recherche documentaire nous a révélé au premier chapitre qu'au Cameroun, les sites web d'informations générales sont nés à la suite de la presse en ligne. Cette dernière a émergé dans un contexte de mimétisme sans forcément cerner les contours et revers des normes de la presse électronique. Une presse en ligne camerounaise qui, du fait de sa non rentabilité, et des conditions de travail difficiles dans lesquelles évolueraient les journalistes, reprend les contenus de la presse écrite.

Le deuxième chapitre s'est intéressé aux conditions d'apparition des sites web camerounais d'informations générales. Pour répondre à cet objectif, les entretiens conduits auprès des promoteurs de ces sites web révèlent que les sites web camerounais d'informations générales seraient nés dans le début des années 2000, avec des objectifs différents parmi lesquels : informer les publics (*camer.be*), informer les publics à l'extérieur du Cameroun de ce qui se passe au Cameroun (*journalducameroun.com*) ; repositionner l'image de marque du Cameroun (*237online.com*, *cameroun24.net*) ; donner aux Camerounais de la diaspora des informations sûres et vérifiées, traitées par des professionnels (*camerpost.com*)... Un intérêt inavoué se manifeste donc pour les publics. Ne dit-on pas d'ailleurs du public :

*" qu'il traverse des épreuves, qu'il a une capacité de sentir, de ressentir qu'il s'émeut, expérimente, subit et agit. Le public est alors réifié comme « le support » de l'expérience publique, de l'esprit public ou du jugement public "*⁴²³.

L'approche du public médiatique aujourd'hui se veut prudente dans la mesure où le public est désormais reconnu lui-même actif car détenteur de capacité d'interprétations d'une part, et le contenu des médias pouvant être polysémique et donc ouvert à des interprétations multiples, si l'on veut reprendre Dayan⁴²⁴.

La deuxième grande articulation du deuxième chapitre de ce travail montre que le taux d'audience des sites web camerounais d'informations générales a connu un bon drastique en 2008 au lendemain des grèves sociales qu'a connues le Cameroun en février 2008.

Le chapitre trois de ce travail s'attèle, quant lui, à une approche analytique des sites web camerounais d'informations générales au Cameroun, tout en s'efforçant de retracer à priori le portrait de l'identité éditoriale des sites web d'informations retenus dans notre corpus.

La deuxième partie de cette argumentation présente nos observations de terrains auprès des diasporas camerounaises résidant en France, Belgique et dans l'état du Maryland aux États-Unis. Ceci a donc conduit à l'articulation de cette réflexion autour des discours, de conception /production et stratégies des diasporas dans le développement des sites web camerounais

⁴²³ Pasquier, Dominique., Cefai, Daniel, (dir.), *le sens du public : publics politiques ,publics médiatiques*, Paris, PUF, 2003, p 14

⁴²⁴ Dayan, Daniel, « les mystères de la réception », *Le débat*, septembre/octobre n° 71, 1992, pp. 146-162.

d'informations générales. Enfin, la troisième partie a porté sur les pratiques et représentations des diasporas camerounaises sur les sites web d'informations générales.

Grosso modo, les technologies numériques (ordinateurs portables, smartphones, tablettes), accompagnées d'une profusion de l'actualité sur le web entre autre, prennent aujourd'hui une part croissante dans notre vie quotidienne et nous permettent d'accéder à l'information en tout temps et en tout lieu⁴²⁵. Les sites web d'information obéissent eux aussi à cette logique. Ainsi, analyser les sites web d'informations générales a fait ressortir intrèquement trois aspects. Le premier est la rationalité, qui s'est manifestée lorsqu'il s'est agit de faire ressortir les justifications de l'acte communicationnel que représentent ces sites. Pour ce faire, nous avons ressorti ses objectifs et valeurs. Le second concerne les usage, c'est-à-dire l'emploi en général de ces sites, dans leur dimension descriptive et leur fonctionnement. Le troisième aspect a été les pratiques, lorsque nous nous sommes arrêté au comment de la gestion des usages des internautes.

Autrefois, les diasporas étaient considérées extérieures mais aujourd'hui à l'ère de la circulation des savoirs, les diasporas deviennent des éléments construisants, pour reprendre l'expression de Bertrand Cabedoche. Ceci étant, au-delà du sens commun de la volonté d'information des publics comme fonction première des sites web d'informations générales, se cachent d'autres réalités « *Les réalités secondaires* » (Watzlawick, 1972)⁴²⁶, ou de *deuxième ordre*⁴²⁷. En effet, la conception de sites web camerounais d'informations générales pourrait être qualifiée de *continuum* de pratiques camerounaises. C'est-à-dire des lieux représentatifs d'espaces sociétaux au sein desquels seraient évoqués, et débattus de temps à autre, les problèmes de la société camerounaise par les publics. À cet effet, les événements « collectifs » et « publics » sont construits autour des agendas médiatiques des sites web camerounais d'informations générales ; de quoi créer, auprès des publics que constitueraient les diasporas camerounaises, des sentiments d'appartenance à un espace public national réactivé.

⁴²⁵ Jouet, Josiane, Rieffel, Rémy (dir.), *S'informer à l'ère numérique*, Paris, Presses universitaires de Rennes, 2013.

⁴²⁶ Mesure, Sylvie, Savidan, Patrick (dir.), *Le dictionnaire des sciences humaines*, 1^{ère} édition Paris, PUF, 2006, p. 194.

⁴²⁷ Ce sont des émergences fabriquées par les différents processus de la perception valorisation fonctionnant chez l'acteur social. Ces réalités de deuxième ordre concernent aussi les idées et les opinions que les acteurs ont sur les phénomènes typiquement humains (échange, événement).

Notre analyse est que les médias construisent l'évènement en choisissant leur agenda. Partant de ce principe donc, les sites web camerounais d'informations générales disposeraient chacun d'agenda qu'ils ajusteraient en fonction de leur intuition économique, des pratiques et de perception des priorités sociales. De ce fait, ces sites web exerceraient un effet considérable sur la formation des « opinions publiques », dans la mesure où ils en viennent à attirer l'attention des publics sur des évènements particuliers (cf. la catégorisation des thématiques traités sur ces sites en chapitres 4 et 5), lesquels, selon eux, pourraient avoir un grand intérêt. En d'autres termes, les sites web camerounais d'informations générales disposeraient donc d'agendas respectifs, de véritables sélections de sujets d' « actualité » qui constituent autant d'arrimages de leurs différentes perceptions, opportunités et stratégies d'acteurs. D'aucuns d'entre eux en viennent même à tenter de réactiver un espace public national dans le contexte de production de leur sites web d'informations, en témoignent le choix d'entrée de jeux de sujets d'ordre patriotique dans leur traitement de l'actualité ou encore le choix chromatique de leur logotype aux couleurs nationales du Cameroun et même leur dénomination sociale au radical « camer » .

« *Les discours d'accompagnements* »⁴²⁸ tenus par les promoteurs des sites web d'informations générales camerounais, les stratégies éditoriales et même les « stratégies énonciatives », alimentant les rumeurs, les polémiques (obscénité, et agressivité), ont été de véritables catalyseurs dans la prise en compte des *logiques sociales*⁴²⁹ qui accompagnent ces sites web. Les logiques sociales, comme le dit Bernard Miège⁴³⁰, permettent de mieux connaître et comprendre les phénomènes sociaux à l'usage des TIC. Ainsi dit, les sites web camerounais d'informations générales seraient utilisés par des minorités diasporiques en vue d'une *légitimation* de leurs pensées par le glissement de celles-ci en *opinions publiques*. Autrement dit, les sites web camerounais d'informations générales fonctionneraient comme des vitrines/miroirs qui peuvent en arriver à déformer les informations réelles. Ce qui justifierait à ce stade

⁴²⁸ Terme emprunté à Philippe Breton pour désigner les discours tenus sur les médias par les acteurs et qui ont des conséquences avec la manière sur laquelle les individus perçoivent la technique.

⁴²⁹ Bourdieu entend par logiques sociales, « *des mouvements structurants structurés* », c'est-à-dire des dispositions intérieures permettant aux forces extérieures de s'exercer mais de manière durable, systématique et non mécanique. Ce sont donc des mouvements où s'expriment, se déroulent, s'affrontent les stratégies des différentes catégorie[s] d'acteurs sociaux.

⁴³⁰ Miège, Bernard, *La société conquise par la communication*, tome 1 : logiques sociales, Grenoble, PUG, 1996, p. 18.

de notre travail l'adoption d'une posture constructiviste⁴³¹. Partant du principe qu'il serait difficile pour le réel d'être indépendant du regard de l'homme. D'un côté, nous avons des promoteurs, producteurs de l'information, qui décident quels sujets feront la *Une* selon leur sensibilité sur ces sites. Tout en manipulant ces derniers à leur guise afin de toucher les publics ciblés. D'un autre côté, nous avons des interlocuteurs/ internautes diasporiques avec la *construction d'un imaginaire* qui en terme de savoir et en termes de désir, justifieraient les effets d'authenticité, et de captation qu'ils accorderaient à leur écriture, en d'autres termes, entre la production et la reconnaissance des discours.

Dès le départ de cette étude, des hypothèses ont été établies. La principale était : les sites web camerounais d'informations générales sont des plateformes de prise de paroles utilisées par les diasporas pour débattre des questions sociétales au Cameroun. Les trois autres, secondaires, étaient :

- les sites web camerounais d'informations générales seraient une illustration « virtuelle » d'un phénomène de *démocratie événementielle*.
- les contenus des sites web camerounais d'informations générales émaneraient des stratégies d'instrumentalisation de la communication des acteurs des diasporas à des fins politiques.
- Il existerait un conformisme et un mimétisme chez les sites web camerounais d'informations générales dans leur manière de traiter l'actualité.

Au final de cette recherche, l'ensemble des résultats obtenus du terrain viennent principalement confirmer les hypothèses sus-citées.

Tout travail étant perfectible, nous reconnaissons quelques limites à notre recherche. Nous avons essayé de mener une étude sur la place des acteurs diasporiques dans les processus de production et des usages de l'information sur Internet *via* les sites web d'informations générales. Notre terrain nous a offert des résultats très riches qui, dans d'autres travaux scientifiques, pourront être exploités. Mais du fait de l'hétérogénéité des sites web

⁴³¹ Adopter une approche constructiviste des TIC, c'est partager l'idée selon laquelle les pratiques des TIC ne sont pas naturelles, imposées ou données mais elles sont plutôt construites.

camerounais d'informations générales et du manque d'archivages de leurs productions, nous avons été contraint de limiter notre corpus d'étude, pour l'analyse de contenu, aux titrailes que nous avons pu récolter. Ce qui aura probablement réduit l'impact des différentes catégorisations des thématiques traitées sur les dits sites web. Par conséquent, une continuité, poursuite de ce travail permettra, à l'avenir, de nous ouvrir à une construction plus rigoureuse des catégorisations, telles que préconisée par Violette Morin, et qui prendrait davantage en compte les critères d'exhaustivité, d'objectivité, de pertinence et d'exclusivité dans la construction des catégorisations.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

➤ OUVRAGES

Appadurai, Ajurn, *Après le colonialisme : les conséquences culturelles de la globalisation*, Paris, Payot, 2001.

Bidima, Jean-Godefroy, *La philosophie négro-africaine*, Paris, PUF, « Que sais-je ? », 1995.

Barou, Jacques. *La planète des migrants*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2007.

Amougou, Bernard, *La pensée politique de Paul Biya*, L'Harmattan Cameroun, Paris/Yaoundé, 2013.

Amougou, Thierry, *Le biyaïsme : le Cameroun au piège de la médiocrité politique, de la libido accumulative et de la (dé)civilisation des mœurs*, Paris, L'Harmattan, 2011.

Pigeaud, Fanny , *Au Cameroun de Paul Biya*, Karthala, Paris, 2011.

Atenga, Thomas et al., *la communication au Cameroun : les objets, les pratiques*, Paris, éditions des archives contemporaines, 2012.

Badillo, Patrick-Yves, Bourgeois, Dominique, Asdourian, Bruno, *les médias sociaux communication « généralisée » - Deux exemples euroméditerranéens : les révoltes dans les pays arabes et le projet Fire Paradox*, Paris , éditions du CNRS, 2011

Barats, Christine (dir.), *Manuel d'analyse du web en sciences humaines et sociales*, 1^{ère} édition, Paris, Armand Colin, coll. « U », 2013.

Barthes, Roland, *Mythologies*, Paris, Le Seuil, 1957, rééd. 1992.

Bayart, Jean-François. *L'Etat au Cameroun*, Paris, Presses de la Fondation Nationale des Sciences politiques, 1985.

Beaud, Stéphane, Florence, *Guide de l'enquête de terrain : produire et analyser des données ethnographiques*, 4^{ème} édition, Paris, éd. la découverte, « grands repères », 2010

Bouquillon , Philippe, Matthews, Jacob, *Le Web collaboratif. Mutations des industries de la culture et de la communication*, Grenoble, PUG, « Communication en plus », 2010.

Breton, Philippe, *La parole manipulée*, La Découverte, Coll. « Points sciences », Paris, 1990.

Breton, Philippe, *L'utopie de la communication : Le mythe du « village planétaire »*, Paris, La Découverte, 1997

Cabedoche, Bertrand , « L'inscription du cinéma documentaire en Afrique subsaharienne dans le champ des sciences humaines et sociales » (préface à) Delphe Kifouani et François Fronty, *La diversité du documentaire de création en Afrique francophone subsaharienne*, Paris, L'Harmattan, 2015.

Carnivet, Isabelle, Hardy, Jean-Marc., *La stratégie de contenu en pratique : 30 outils passés au crible*, Paris, Eyrolles, « design web », 2012.

Cadet, Christiane, Charles, René, Galus, Jean-Luc, *La communication par l'image*. Paris, Nathan, 1993.

Cardon, Dominique, Granjon, Fabien, *Médiativistes*, Paris, Presses de Sciences, 2010

Charaudeau, Patrick, *les médias et l'information : l'impossible transparence du discours.*, 1^{ère} édition, Bruxelles , éd. De boeck, « Medias recherches », 2005.

Charaudeau, Patrick. *Le discours politique. Les masques du pouvoir*, Paris, librairie Vuibert, 2005.

Charon, Jean-Marie, Patrick Le Floch. *La presse en ligne*, Paris, éd. la Découverte, 2011.

Compiègne, Isabelle, *Internet : Histoire, enjeux et perspectives critiques*, Chambray- les – Tours, Ellipses Edition, « INFOCOM », 2007.

Cayrol, Roland, *Les medias : presse écrite, radio, télévision*, Paris, presses universitaires de France, « coll. Thémis sciences politiques »

Champagne, Patrick, *Faire l'opinion, le nouveau jeu politique*, Paris, Minuit, 1990

Dacheux, Eric. *Internet et politique*, Paris, CNRS éditions, « Les essentiels d'Hermès », 2014.

Debray, Régis, *Vie et mort de l'image, une histoire du regard en Occident*, Paris, Gallimard, 1992.

Denouël, Julie, Granjon, Granjon (dir.), *Communiquer à l'ère numérique. Regards croisés sur la sociologie des usages*, Paris, éd. Transvalor/Press des Mines, « sciences sociales » , 2011

Delporte, Christian, *les Crayons de la propagande*, Paris, CNRS Editions, 1993 ;

Derville, Gregory, *le pouvoir des medias : mythes et réalités*, 2^{ème} édition, Grenoble, PUG, « politique en plus », politique e plus, 2013.

Desanti, Raphael, Cardon, Dominique, *méthodologie : l'enquête qualitative en sociologie*, éd. ASH, 2007

Dépelteau, François, *La démarche d'une recherche en sciences humaines: de la question de départ à la communication des résultats*, Bruxelles, De Boeck Univ., 2000

Granjon, Fabien, *L'Internet Militant. Mouvement social et usage des réseaux télématiques*, Rennes, Apogée, « Média et Nouvelles technologies », 2001.

De Certeau, Michel, *L'invention du quotidien*, Paris, Gallimard, 1980

Dufoix, Stéphane, *Les diasporas*, Paris, PUF, « Que sais-je ? », 2002.

Dufoix, Stéphane, *Politiques d'exil*, Paris, PUF, 2002

Dufoix, Stéphane (sous la dir.de), Guerassimoff, Carine, Tinguay, Anne, *Loin des yeux, près du cœur : Les Etats et leurs expatriés*, Paris, Presses de sciences politiques, 2010

Eboussi Boulaga, Fabien. *La démocratie de transit au Cameroun*, Paris, L'Harmattan, 1997.

Eric, Maigret, *Sociologie de la communication et des médias*, Paris, ed. Armand Colin, 2003.

Esquenazi, Jean-Pierre. *L'écriture de l'actualité : pour une sociologie du discours médiatique*. Grenoble, PUG. 2002.

Friedman, Thomas, *La terre est plate*, Paris, Saint Simon, 2006.

Friedberg, Erhard, *Jeux d'acteurs, enjeux de pouvoir : l'analyse stratégique des organisations*, Paris, R&O Multimédia ?, 2006

De Certeau, Michel, *L'invention du quotidien*, Paris, Gallimard, 1980.

Gabzewics, Jean, Sonnac, Nathalie. *L'industrie des medias*, Paris, la Découverte, 2006.

Gervereau, Laurent, *Terroriser, manipuler, convaincre ! Histoire mondiale de l'affiche politique*, Paris, Somogy, 1996.

Gervereau, Laurent, *Les images qui mentent. Histoire du visuel au XXe siècle*, Paris, Le Seuil, 2000.

Geertz, Clifford *Savoir local, Savoir global. Les lieux du savoir*. Paris : PUF Coll. Sociologie d'aujourd'hui, 2012.

Gilroy, Paul, *L'atlantique noir. Modernité et double conscience*, Paris, Kargo, 2003

Glissant, Edouard (1981), *Le discours antillais*, Paris, Gallimard, 1997. ((texte remanié de sa thèse de doctorat)

Granjon, Fabien, *L'internet militant. Mouvement social et usage des réseaux télématiques*. Rennes, Apogée, « Média et Nouvelles technologies », 2001.

- Grawitz, Madeleine, *Méthodes des sciences sociales*, 11e édition, Paris, Dalloz, 2001.
- Jürgen Habermas, *L'espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, (1962), 1992, Paris, éditions Payot, 1992.
- Kamdem, Pierre, *Les Camerounais en île- de- France. Dynamiques migratoires et stratégies d'intégration socio-spatiale différenciées*, Paris, l' Harmattan, 2007.
- Kamé Bouopda, Pierre, *Cameroun, les crises majeures de la présidence Paul Biya*, Paris, L'Harmattan, 2007.
- Kaufmann, Jean-claude, *l'enquête et ses méthodes : l'enquête compréhensif*, 3^{ème} édition, Armand colin, 2011
- Kiyindou, Alain. *Tic et développement socio-économique enjeux et pratiques*, Paris, éd. Hermès Science, Lavoisier, « coll. Traitement de l'information », 2010.
- Makhele, Caya. *Ecrire l'Afrique et ses diasporas*, Paris, Acoria ed., 2012
- Mattei , François., *Le code Biya*, Paris, Balland, 2009.
- Mbem, André Julien, *Guide des diasporas africaines de France et du codéveloppement*, Volume 1, Paris, l'Harmattan, 2008.
- Mesure, Sylvie, Savidan , Patrick (dir.), *le dictionnaire des sciences humaines*, 1^{ère} édition Paris, PUF, 2006.
- Miège, Bernard, *La société conquise par la communication*, tome 1, *logiques sociales*, Grenoble, PUG, 1996
- Miège, Bernard 2004, *L'information-communication, objet de connaissance*, Bruxelles , De Boeck, 2004
- Mucchieilli, Roger, *L'analyse de contenu : Des documents et des communications*, « formation permanente », ESF , 2006
- Ngounou Ingrid, *Internet et la presse en ligne au Cameroun. Naissance, évolution, usages*, Paris, L'Harmattan, 2010.
- Olivesi, Stéphane, *Questions de méthode : Une critique de la connaissance pour les sciences de la communication*, Paris, « Communication et Civilisation », 2004.
- Okama Akam, Suzanne, *la communauté camerounaise en France- Etude ethnographique et sociologique*, Paris, Université Saint-Denis, Dissertation, 1997.
- Perriault, Jacques, *La logique de l'usage. Essai sur les machines à communiquer*, Paris, Éd. L'Harmattan, « coll. Anthropologie, ethnologie, civilisation », 2008.

Pondi, Emmanuel, *Immigration et diaspora. Un regard africain*, Paris, Maisonneuve et Larose, 2007.

« Propagande et communication politique dans les démocraties européennes (1945-2003), *Vingtième siècle*. Revue d'histoire, n°80, octobre-décembre 2003.

Quéré, Louis, « Sociabilité et interactions sociales », *Réseaux*, Vol. 6, n° 29, 1988, pp. 75- 91

Ringoot, Roselyne, *Analyser le discours de presse*, Paris: éd. Armand colin, « I.com », 2014.

Ringoot, Roselyne, Utard, Jean-Michel, *Le journalisme en invention : Nouvelles pratiques, nouveaux acteurs*, Rennes, ed. Presses universitaires de Rennes , « Res publica », 2005.

Scherer, Eric, *La révolution numérique : glossaire*, Paris, Dalloz, 2009

Tudesq, André-Jean. *Les médias en Afrique*, Paris, Ellipses, 1999.

Tristan Mattelart (dir.), *Médias et migrations dans l'espace euro-méditerranéen*, Éditions Mare et Martin, coll. « MediaCritic », 2014

Wongo Ahanda, Antoine, *Comment s'informent et communiquent les Camerounais de l'étranger? Communication et transnationalisme*, Paris, L'Harmattan « Études Africaines », 2014

Winkin, Yves, *Anthropologie de la communication*, Bruxelles, De Boeck, 2001.

Winkin, Yves, *La nouvelle communication*, Paris, Éditions du Seuil, 1981.

Wolton, Dominique, *Penser la communication*, Paris, Flammarion, coll. « Champs », 1997.

➤ ARTICLES ET CHAPITRES D'OUVRAGES

Atenga, Thomas, « Dérision et subversion dans la presse camerounaise et gabonaise ». p 119-195, Biyele, Franck François (coord.), *Nouvelles approches des problématiques de communication sur l'Afrique subsaharienne : Représentations, idéologie et instrumentalisation*, Paris, L'harmattan. 2007.

Bakis, Henry, « Nouveaux usages numériques et territoires », *netcom*, Vol 25, n° 1-2, 2011, 128 p.

Bordes-Benayoun, Chantal « La diaspora ou l'ethnique en mouvement », *Revue européenne des migrations internationales* [En ligne], vol. 28 - n°1 | 2012, mis en ligne le 01 mars 2015, consulté le 03 juin 2013. URL : <http://remi.revues.org/5700>

Bouly De Lesdain, Sophie, « Femmes camerounaises en région parisienne. Trajectoires migratoires et réseaux d'approvisionnement », *Revue européenne des migrations*

internationales, vol. 15, n°3,1999. pp. 251-252, consulté le 01 juin 2013. URL : www.persee.fr/doc/remi_0765-0752_1999_num_15_3_1702_t1_0251_0000_1

Boyomo Assala, Laurent-Charles, « Quand le genre paraît » petite sociologie du genre journalistique en Afrique », in Ringoot, Roselyne et Utard, Jean-Michel, *les genres journalistiques : savoirs et savoir-faire....* éd. : l'Harmattan, « communication et civilisation », 2009.

Cabedoche, Bertrand, « Des sciences de l'information et de la communication à équidistance de tout déterminisme : un état de la recherche en France relative à la couverture médiatique des "révolutions arabes" », pp. 279-300, in Sihem Najjar (dir), *Les réseaux sociaux sur Internet à l'heure des transitions démocratiques (Monde arabe, Europe de l'Est, Amérique Latine)*, Tunis et Paris : IRMC-Karthala, 2013.

Cabedoche, Bertrand, Ruellan, Denis, Lecam, Florence, « L'information de service public », *Groupement d'intérêt scientifique Marsouin*, 2006.

Cabedoche, Bertrand, « Enjeux contemporains de la recherche et des formations en journalisme en France à la lumière des révolutions arabes », *Communication et développement*, n° 3, Beyrouth, 2012, pp. 1-28

Cabedoche, Bertrand, « Débats publics et nanotechnologie : quand le journaliste s'invite pour reprendre le pouvoir au sein de l'espace public autonome », *Cahiers du journalisme*, n° 18, 2008, pp. 246- 284

Cabedoche, Bertand. « Information and communication : do these terms define absolute opposite practices and concepts ? Reflections from OMBs », in Carpentier, Nico Pruulmann-Vengufeldt Pille , Nordendstreng Kaarle, Hartmann Maren, Vihalemm Peter et Commaerts Bart (ed.). *Media Technologies and democracy in an Enlarged Europe. The intellectual work of the 2007 European media and communication doctoral summer school*, Tartu, University of Tartu Press, octobre 2007, pp. 87-101. http://www.researchingcommunication.eu/reco_book3.pdf

Cabedoche, Bertrand. « Débats publics et nanotechnologies : quand le journaliste s'invite pour reprendre du pouvoir au sein de "l'espace public autonome" », in : *Les Cahiers du journalisme*, n° 18, 2008, pp. 246-284

Charaudeau, Patrick , "Les médias, un manipulateur manipulé", in La manipulation à la française, Ed. Economica, Paris, 2003, consulté le 2 juin 2015 sur le site de Patrick Charaudeau - Livres, articles, publications. URL: <http://www.patrick-charaudeau.com/Les-medias-un-manipulateur.html>...

Chaudiron, Stéphane , Ihadjadene, Madjid « De la recherche de l'information aux pratiques informationnelles », *Études de communication*, 35 | 2010, 13-30.

Mc Combs, Maxwell, Shaw, Donald, « The agenda setting function of mass media, *Public Opinion Quarterly*, Vol 36, n°2, 1972, pp. 176- 187.

Comeau, Yvan., « L'analyse des données qualitatives », *Centre de recherches sur les innovations sociales, Etudes théoriques*, 1994.

Corbucci, Théo, « « le printemps arabe » et les medias occidentaux », in Hughe, François-Bernard (dir.), Facebook, Twitter, Al-Jazeera et "le printemps arabe ", *l'observatoire géostratégique de l'information (IRIS)*, n°spécial, avril 2011.

[http://archives.dimed.gouv.fr/sites/dimed.gouv.fr/files/iris - facebook twitter al-jazeera et le printemps arabe - avril 2011.pdf](http://archives.dimed.gouv.fr/sites/dimed.gouv.fr/files/iris_-_facebook_twitter_al-jazeera_et_le_printemps_arabe_-_avril_2011.pdf)

Dahlgren, Peter « L'espace public et les médias. Une nouvelle ère ? », *Hermès*, n° 13-14, 1994, pp. 243-262.

Damome, Étienne L., « La diaspora africaine et ses sites Internet. Un nouveau format médiatique ? », *Afrique contemporaine*, n° 240, 2011, p.147-148

Dahlgren, Peter, *Television and the public sphere : Citizenship, democracy and the media*. London: Sage, 1995, 176 P. voir aussi Anne-Marie Gingras, « Les médias comme espace public : enquête auprès des journalistes québécois », in *Communication*, 16(2), 1995, Pp 15-36.

Dayan, Daniel, « médias et diasporas », *Les cahiers de médiologie*, n°3, 1997, pp 91-97

Dedieu, Jean-Philippe. « Les élites africaines, enjeu de la diplomatie scientifique des Etats-Unis », *Persée, Politique étrangère*, n° 1 - 2003 - 68e année, pp. 119-131.

Delforce, Bernard, « Le constructivisme :une approche pertinente du journalisme », *Questions de communication* [Online], 6 | 2004, Online since 15 May 2012, connection on 01 February 2015. URL : <http://questionsdecommunication.revues.org/4345>

Djimeli T., Alexandre, « Le journalisme camerounais à l'épreuve de la précarité », pp. 131-143, in Atenga, Thomas, Madiba, Georges (dir), *La communication au Cameroun. Les objets, les pratiques*, Paris, Éditions des archives contemporaines, 2012.

Donnat, Olivier, *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique. Éléments de synthèse 1997-2008*, cultures études, pratiques et publics, Paris, 2009.

Jeanneret, Yves, *Penser la trivialité. La vie triviale des êtres culturels (Vol. 1)*, Hermès Lavoisier, 2008

Jouët, Josiane, « Retour critique sur la sociologie des usages », in *Réseaux*, 2000, volume 18 n° 100, pp. 487-521

Jouët, Josiane, « Pratiques de communication et figures de la médiation. Des médias de masse aux technologies de l'information et de la communication », in *Sociologie de la communication*, volume 1, n°1, 1997, pp. 291-312, consulté le 2 mai 2012 URL www.persee.fr/doc/reso_004357302_1997_mon_1_1_3843

Kiyindou , Alain, Miere Pelage , Théodora, « Réseaux virtuels, reconstruction du lien social et de l'identité dans la diaspora noire », *Études de communication* [En ligne], 38 | 2012, mis en ligne le 11 février 2013, consulté le 10 juin 2013. URL : <http://edc.revues.org/3425>

Madani, Lotfi , « L'antenne parabolique en Algérie, entre dominations et résistances », Ibid., pp. 177-210 in Tristan Mattelart, *La mondialisation des médias contre la censure. Tiers monde et audiovisuel sans frontières*, Bruxelles, de Boeck université, « médias recherches. «Études »), 2002.

Madiba, Georges, « Le journalisme au Cameroun : logiques de débrouillardise d'un territoire professionnel en chantier », pp. 119-130, in Atenga, Thomas et Madiba, Georges (Dir), *La communication au Cameroun. Les objets, les pratiques*, Paris, Éditions des archives contemporaines, 2012.

Merklé, Pierre, *Sociologie des réseaux*, Paris, La Découverte, « Repères », pp. 38-52

Patrascu, Marcela, « Saisir les pratiques sociales du point de vue de leur organisation. Revisiter le concept de médiation ». *Enjeux*, 2010.

Putnam, Robert D., « Bowling Alone: America's Declining Social Capital », *Journal of Democracy*, 6 :1, pp. 65-76, 1995

Le Comte, Romain. « Internet et la reconfiguration de l'espace public tunisien : le rôle de la diaspora ». *Tic et société*, volume 3, n°1-2. <http://ticetsociete.revues.org/702>

Lesbitt-Narking, Paul, 2010. "Media and Democracy: Recent Experiences from Canada and Mexico, an Introduction", *Policy and Society* 29. 1, pp 1-11. , 2010

Manga Edimo, Ruth Mireille, « Les TIC, nouvelles formes d'action politique. Le cas des diasporas camerounaises », *Afrique contemporaine*, n° 234, 2010 p. 127-140.

Miège, Bernard, « Logiques sociales et information télévisée », *bulletin du CERTEIC*, n°10, Université de Lille, 1989.

Misse, Misse, « Représentations sociales, acteurs et pouvoir dans l'appropriation sociale des dispositifs communicationnel : Recherche sur l'Internet au Cameroun » , in *Africa'NTIobservatoire de l'insertion et de l'impact des technologies de l'information et de la communication en Afrique*, 2003.

Moumouni, Charles, « l'image de l'Afrique dans les médias occidentaux : une explication par le modèle de l'agenda-sitting », *Les Cahiers du journalisme*, n° 12, 2003, pp. 152 - 169

Musso, Pierre, « " Révolution Facebook" ou révoltes populaires ? ». *Ecorev* (revue critique d'écologie politique, n° 37, 2011

Nodjon, Bakayoko 19-28. « Figures de rupture dans les médias autour des élections présidentielles de 2010 en Côte d'Ivoire : regards croisés des presses française et ivoirienne de 2010 à 2011 ». *Inter Pares I*. 2011), pp 19-18. Cf: <file:///C:/Users/Guest/Downloads/inter-pares-1.pdf>

Pailliar, Isabelle, « Les enjeux locaux de la démocratie électronique », *Hermès*, n° 26-27, 2000, pp. 129-138.

Pélissier, Nicolas, Diouma Diallo, Mamadou , « Le journalisme à l'épreuve des dispositifs socionumériques d'information et de communication », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 6 | 2015, mis en ligne le 03 février 2015, consulté le 26 septembre 2016. URL : <http://rfsic.revues.org/1449> ; DOI : 10.4000/rfsic.1449
Patrick Charaudeau, « Dis-moi quel est ton corpus, je te dirai quelle est ta problématique », *Corpus*, 2009, pp. 37-66.

Patrick Charaudeau, « une analyse sémiolinguistique du discours », *revue langages*, n° 117, Larousse, Paris, 1995

Souchier, Emmanuel, « Fonction éditorial et internet », *Communication & Langages*, n°130, 2002

Souley, Hassane, « l'internet des diasporas noires aux États-Unis, en Grande-Bretagne et en France, *Revue européenne des migrations internationales* », Numéro vol.26-n 2010, mis en ligne le 01 février 2013, p 119-139

Souchier, Emmanuel, « L'écrit d'écran, pratiques d'écriture et informatique », *Persée in communications & langages*, n° 107, 1996, p 105-119

Souchier, Emmanuel, Jeanneret, Yves, Le Marec, J. (sous la dir. de). Lire, écrire, récrire. Objets, signes et pratiques des médias informatisés, *BPI-Centre Pompidou*, 2003

Tétu, Jean-François, « Du « public journalism » au « journalisme citoyen », *Questions de communication* [En ligne], 13 | 2008, mis en ligne le 01 juillet 2010, consulté le 23 septembre 2015. URL : [http:// questionsdecommunication.revues.org/1681](http://questionsdecommunication.revues.org/1681)

Tristan, Mattelart, « Les diasporas à l'heure des technologies de l'information et de la communication : petit état des savoirs », *tic&société* [En ligne], Vol. 3, n° 1-2 | 2009, mis en ligne le 14 décembre 2009, Consulté le 04 juin 2013. URL : <http://ticetsociete.revues.org/600> ; DOI : 10.4000/ticetsociete.600

Rosental, Paul-André, « Maintien/rupture : un nouveau couple pour l'analyse pour l'analyse des migrations », *Annales. Economies, Sociétés, Civilisations*, n°6, pp. 1403-1431

Vittin, Théophile E , « L'impact des radios internationales en Afrique noire », pp. 81-102 in Tristan Mattelart, *La mondialisation des médias contre la censure. Tiers monde et audiovisuel sans frontières*, Bruxelles, de Boeck université, 2002, « médias recherches. «Études »),

Wongo Ahanda, Antoine, «Information et structuration des opinions et des choix politiques des Camerounais de France. Etude des effets de l'information comme modalité d'expression du transnationalisme et de de la citoyenneté des Camerounais de l'île de France ». *Fréquence Sud* , n° 20, 2009 pp. 237-272

Wongo Ahanda, Antoine, « le site internet cameroun-info.net : une expression du transnationalisme politique camerounais. Contribution à l'analyse du discours des médias diasporiques », *langue et communication*, n° 7, 2009, pp. 469 - 495

➤ **THESES ET HDR**

Atenga, Thomas, *Récit de soi et récit de l'autre : Etude des stratégies de (dé)légitimation des journalistes camerounais à travers Internet*, mémoire d'habilitation à diriger la recherche en sciences de l'information et de la communication, Université de Bourgogne - Dijon, 2013, Sous la direction du Pr Pascal Lardellier.

Bitond, Adrien, *Titraillles, interactions et construction d'un espace public autour de la presse écrite : une analyse ethnosociologique du kiosque à journaux au Cameroun*, thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, Grenoble, Université de Grenoble Alpes, 2016, Sous la direction du Pr Bertand Cabedoche.

Granjon, Fabien. *Néo-militatisme, critique sociale par projets et sociabilités digitales*. thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication. Paris : Université de Paris 2, 2000, sous la direction de Josiane Jouët .

Gresende, Blanchard, G., *la communication politique partisane sur internet : des pratiques et des stratégies nouvelles ?*, thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, Grenoble, Université Stendhal Grenoble 3, 2007 , Sous la direction du Pr Isabelle Pailliar.

Misse Misse, *Pratiques de communication et changement social : recherche sur l'appropriation sociale du media Internet en Afrique Sub-saharienne (Burkina faso, Cameroun, Côte d'ivoire, Sénégal)*, mémoire d'habilitation à diriger la recherche en sciences

de l'information et de la communication en Sciences de l'information et de la communication, Université de Grenoble 2003.

Ould Sid'Ahmed, Taleb, *Politiques et pratiques des NTIC en Mauritanie : le cas d'Internet*, thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, Grenoble, Université Stendhal Grenoble 3, 2005, Sous la direction du Pr Isabelle Pailliar.

Salles, Chloé, *les mutations d'une presse de « référence » : évolution des stratégies d'acteurs à partir des représentations et pratiques journalistiques sur Internet. Les blogs au cœur des stratégies de repositionnement de la presse écrite, le cas du journal Le Monde*, thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, Grenoble, Université Stendhal Grenoble 3, 2010, Sous la direction du Pr Bertrand Cabedoche.

➤ CONGRÈS, COLLOQUES, CONFÉRENCES

Cabedoche, Bertrand, « Regards croisés, entre journalisme classique et journalisme "citoyen". Une approche historique de la construction identitaire », communication introductive lors de la Conférence de Haut niveau *Quand les Médias créent la Paix. Une exploration des rôles et responsabilités des Médias dans les processus de consolidation de la paix*, organisée par l'United Nations Institute for Training and Research, Libreville, 26 janvier 2016.

Ndang Nguyen, Godefroy, Dejean, Sylvain, « Internet : interactions et interfaces, chapitre 2 : les leaders d'opinion sur les réseaux sociaux numériques : propositions d'indicateurs informationnels de mesure à l'usage des stratégies marketing des entreprises », *Actes du 10ème séminaire M@rsouin (mesure et analyse des usages numériques)*, 2014.

Touboul, Annelise, « Le journal quotidien sur le Web. L'identité éditoriale au risque du formatage », *Actes du colloque franco-mexicain SFSIC / AMIC, perspectives de recherches en sciences de l'information et de la communication face au XXIème siècle, France et Mexique*, du 8 au 10 Avril 2002.

➤ MÉMOIRES

Jumbo, Léopold : *la(La) recomposition des identités professionnelles des journalistes par internet : au Cameroun et au Nigéria*, Mémoire de master 2 en sciences de l'information et de la communication, Douala : Université de Douala, 2009.

Kouma, Jean Cottin Gelin. *L'encadrement des ressortissants camerounais par l'ambassade du Cameroun à Bruxelles*. Mémoire de Master 1. Soa : Université de Yaoundé 2, 2010.

Heuchou Nana, Manuella, *Analyse du système d'identification visuelle des PME de la ville Douala*, mémoire de master en Sciences de l'information et de la communication, Université de Douala, 2009.

Ngounou, Ingrid Alice, *la presse écrite camerounaise à l'épreuve de la convergence numérique : cas de Cameroon tribune et Mutations*, Mémoire du diplôme des sciences et techniques de l'information et de la communication (DSTIC), filière journalisme, ESSTIC, SOA : Université de Yaoundé II, 2004.

Ngounou, Ingrid Alice, *la démarche d'information des étudiants immigrés: le cas des camerounais de l'île de France*, Mémoire du diplôme de l'IFP- Panthéon Assas. Paris: Institut Française de Presse, 2006.

Njoky Youmba N., *L'organisation et le fonctionnement de la cyberpresse au Cameroun : le cas de Afrik'Net Press*, Mémoire de Master, ESSTIC, 2000,.

Lamère Moutapbemo , Eric, *la problématique d'un statut juridique de la presse en ligne au Cameroun*, Mémoire de licence, ESSTIC, Université de Yaoundé II, 1992, 119P

➤ **DICTIONNAIRES.**

- Astien, E., Bensoussan, A., Escrig, B., Dictionnaire des Technologies de l'information et de la communication, édition la Découverte, Paris, 2001.
- Sfez, Lucien (dir.), Dictionnaire critique de la communication, coffret de 2 volumes , 1993.
- Dictionnaire Larousse en ligne (<http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais>).

➤ **WEBOGRAPHIE.**

http://www.ifex.org/cameroon/2009/01/30/four_journalists_imprisoned_since/fr/

<http://www.piankhy.com/modules/news/article.php?storyid=164> ,

www.antic.cm

www.techno-science.net (glossaire)

<http://sociol.chez.com/lexique.htm#V>

Nkott, Fabien, Usages politiques du droit de la presse au Cameroun, Université de Yaoundé II, Cameroun, colloque de la francophonie à Ouagadougou, disponible sur [http :www.francophonie_durable.org/documents/colloque-ouaga-a5-nkot.pdf](http://www.francophonie_durable.org/documents/colloque-ouaga-a5-nkot.pdf)

TABLE DES MATIERES

Remerciements	1
Liste des sigles et abréviations	2
Liste des tableaux	4
Liste des photographies	5
Liste des diagrammes	6
Résumé	8
Abstract	10
Sommaire	11
Introduction	13
Plan de la thèse	47
Chapitre 1 : L'état des lieux du « champ médiatique camerounais » à l'aune d'Internet	51
A) Le journalisme au Cameroun: ses logiques, ses défis et le marché de la presse écrite camerounaise	53
A-1) le dynamisme de la presse quotidienne d'information générale et politique?	56
*les journalistes camerounais: Acteurs de l'information	56
A-2) les ventes, les investissements, les aides de l'État	58
A-3) la presse camerounaise en état d'asphyxie ?	59
*La législation de la presse au Cameroun et son application face à la « pression étatique »	
* les difficultés de la presse camerounaise	61
B) Internet au Cameroun : du cadre conceptuel à la sociogénèse d'une publication online	63
B-1) Internet au Cameroun: naissance et enjeux	65
*les fournisseurs d'accès à internet au Cameroun	66
*L'ANTIC, agent régulateur	66
*Déploiement d'Internet au Cameroun Internet	67

B- 2) Du développement d'une presse en ligne au Cameroun...	68
C) Pour un « complément » dans la recherche de l'information : du prolongement d'une presse en ligne à la publication online des informations générales	72
*Sites web d'informations généralisées et diasporas	74
Chapitre 2 : les conditions d'apparition des sites web camerounais d'informations générales	
A) Présentation succincte des sites web camerounais d'informations générales	80
A-1) camer.be	80
A-1-1) Description, naissance et évolution	81
A-1-2) Compositions des équipes de multimédias de rédaction	82
A-1-3) Ses objectifs, financements et partenariats	82
A-2) journalducameroun.com	83
A-2-1) Description, naissance et évolution	83
A-2-2) Compositions des équipes de multimédias de rédaction	85
A-2-3) Ses objectifs, financements et partenariats	86
A-3) 237online.com	87
A-3-1) Description, naissance et évolution	88
A-3-2) Compositions des équipes de multimédias de rédaction	88
A-3-3) Ses objectifs, financements et partenariats	89
A-4) cameroun24.net	90
A-4-1) Description, naissance et évolution	90
A-4-2) Compositions des équipes de multimédias de rédaction	91
A-4-3) Ses objectifs, financements et partenariats	91
A-5)njanguipress.com	92
A-5-1) Description, naissance et évolution	93
A-5-2) Composition des équipes de multimédias de rédaction	93
A-5-3) Ses objectifs, financements et partenariats	94
A-6) brukmer.com	96

A-6-1) Description, naissance et évolution	96
A-6-2) Compositions des équipes de multimédias de rédaction	97
A-6-3) Ses objectifs, financements et partenariats	97
A-7) Camerounlink.net	98
A-7-1) Description, naissance et évolution	99
A-7-2) Composition des équipes de multimédias de rédaction	99
A-7-3) Ses objectifs, financements et partenariats	99
A- 8) Cameroon-info.net	100
A-9) camerounexpress.com	101
A-10) bonaberi.com	102
A-11) camerounactu.net	104
A-12) toutcameroun.com	104
A-13) Cameroon-report.com	105
A-14) Africapresse.com	106
A-15) camernews.com	107
A-16) mboa24.net	107
A-17) news.mboa.info	108
A-18) mboapages.com	109
A-19) Cameroun-online.com	109
A-20) Camnews24.net	110
A-21) camerpost.com	111
A-21-1) Description, naissance et évolution	112
A-21-2) Compositions des équipes de multimédias de rédaction	112
A-21-3) Ses objectifs, financements et partenariats	113
Chapitre 3 : Approche analytique des sites web camerounais d'informations générales au Cameroun : composantes, acteurs, fonctionnements	116

A) l'identification visuelle des sites web étudiés : le nom, le logo, la signature, le code couleurs	116
*Généralités sur la notion d'identité visuelle	116
B) Portrait de l'identité éditoriale des sites étudiés : format, contenus, interactions, types d'identités énonciatives, discours tenus ?	120
B-1) Portrait de l'identité éditoriale des sites web camerounais d'informations générales	125
C) La mise en question des sites web camerounais d'informations générales	141
C-1) Les sites web d'informations générales camerounais comme moyens 142 d'expression de la société civile et comme « catalyseurs » du fonctionnement de la démocratie ?	
C-2) Les acteurs du secteur informationnel dans le cadre des sites web camerounais d'informations générales : les diasporas camerounaises.	145
*La diaspora camerounaise, une posture théorique adaptable: le modèle classique 146	
*Encadré : les diasporas camerounaises, quelques généralités	147
*les diasporas camerounaises face aux usages d'Internet	149
C-2-2) Les internautes diasporés camerounais : vers des adoptions des postures divergente	150
Chapitre 4 : Présentations schématiques et analyses sectorielles des résultats obtenus des différents terrains	160
A-1) Dépouillement: le cas de la France	160
A-1-2) Au sujet des questions fermées	160
A-2) Dépouillement: cas de la Belgique	172
A-2-1) Au sujet des questions fermées	172
A-3) Dépouillement: cas des États-Unis	182
A-3-1) au sujet des questions fermées.	183
B) Vers une analyse de contenus : des sites web camerounais d'informations	195

aux différents entretiens avec les promoteurs des sites web camerounais	
B-1) Notre corpus	196
* cadrage de notre recherche	196
*le sourcing	197
B-2) les catégories	197
B-3) le recueil d'informations	198
B-4) l'indexation des catégories	199
*Une analyse de contenus des entretiens effectués auprès des responsables de sites web	200
Chapitre 5: les sites web d'informations générales : des enjeux stratégiques et politiques	203
A) Le choix des thématiques : factuelles, diagnostiques ou sensationnelles ?	203
B) Les productions dans les sites web camerounais d'informations générales : quelles valeurs informationnelles?	215
B-1) Vision éditoriale des promoteurs : lecture critique de leur travail	216
*L'illusion de l'objectivité observée dans le traitement de l'information par les équipes rédactionnelles des sites web camerounais d'informations générales	217
B-2) La fabrique de l'évènementiel, de l'opinion	21
C) Deux cœurs de cibles « intéressés »: les diasporas camerounaises et des personnes stratégiques	222
*Des financements ambigus et une tendance à la précarisation de la profession	224
B-2) le regard des diasporés camerounais sur les productions des sites web d' informations générales : évocateur ou coincé ? Quelles représentations ?	227
Chapitre 6 : les discours des acteurs : entre jeux d'acteurs et stratégies	230
les discours des acteurs	
A) Discours des promoteurs des sites web camerounais d'informations générales : quelles symboliques ?	231
A-1) Comment les diasporés perçoivent les discours de ces promoteurs ?	231

A-2) Du sensationnel à l'instrumentalisation des publics : vers une construction des évènements	233
B) Des discours stratégiques ?	234
B-1) Diasporas camerounaises et Internet : entre une volonté expressive libérale et une pseudo-expressivité libertine ?	234
B-2) le désir des diasporas camerounaises d'être informées	238
B-3) vers la création « imagée » d'un consensus diasporique pour plus de participation au débat-citoyen des prises décisionnelles ?	239
* Une entrée par les thématiques ?	240
C) Les points de vue des diasporas camerounaises	240
Chapitre7 : les sites web camerounais d'informations générales, des communications plurielles pour quels publics ?	245
A) Les sites web camerounais d'informations générales : pour des interactivités collectives	248
B) Les sites web camerounais d'information et démocratie : des espaces palliatifs d'expressions démocratiques ?	249
C) les sites web d'informations générales : une césure dichotomique entre « quatrième pouvoir » et influence limitée	250
Chapitre 8 : les diasporas camerounaises et Internet : des constructions des jeux d'acteurs aux stratégies	253
A) Encadré sur les migrations et diasporas camerounaises pour une meilleure contextualisation	253
A-1) En France	255
A-2) En Belgique	256
A-3) Aux États-Unis	256
B) Déploiement des diasporas camerounaises autour d'Internet : quels usages ?	258
*le regard des promoteurs	259
*les représentations des diasporas camerounaises	259
B-1) l'activité médiatique des diasporas camerounaises.	265

*les sites web camerounais d'informations générales	265
* élargissement des sites web camerounais d'informations générales : web radio et web tv au service des diasporas camerounaises	265
B-2) les sites web camerounais d'informations générales : une tentative de reconstitution des liens parentaux ?	267
Chapitre 9 : Vers un essai de légitimation du rôle social des sites web camerounais d'informations dans l'engagement politique	270
A) Contexte d'apparition des sites web camerounais d'informations générales : Des motivations éparses	270
B) L'analyse des sites web camerounais d'informations générales	272
B-1) Quelles représentations pour les responsables des sites web d'informations générales ?	273
B-2) Quelles lectures des sites web d'actualité camerounais par les diasporas camerounaises ?	277
B-3) les sites web d'informations générales : productions et contenus ?	278
C) Comment le politique s'ingère dans les publications « online » des sites web camerounais d'informations générales ?	281
C-1) les journalistes et/ou équipes rédactionnelles des sites web camerounais d'informations générales sont-ils devenus des « anti-biyayistes » ?	282
C-2) « l'influence politique » des sites web camerounais d'informations générales	286
Conclusion générale	290
Références bibliographiques	296
Annexes	i

ANNEXES

Annexe 1.1 : Questionnaire adressé aux internautes

Bonjour,

Je vous remercie de bien vouloir me consacrer de votre temps. Je suis Manuella Heuchou, étudiante en Sciences de l'information et de la communication à l'université de Stendhal/Grenoble 3. Je viens vous interviewer dans le cadre d'une recherche portant sur la communication médiatique électronique au Cameroun au travers des sites et/ou portails web d'informations générales. Si vous ne voyez pas d'objection je vais enregistrer pour mieux les retenir, mais je vous assure la stricte confidentialité de cette étude, uniquement à usage scientifique.

I - Pratiques d'information, connaissance des portails web et relations affectives , usages et "non-usages ":

- 1) Quels sont vos moyens d'information :
 - a) Journal télévisé c) presse quotidienne e) autre
 - b) Radio diffusion d) internet
- 2) Quels sont les sites web que vous avez pour habitude de consulter pour vous informer ?
- 3) Quels sont les sites web que vous consultez pour vous informer sur l'actualité au Cameroun ?
 - 3.1) par ordre de préférence :.....
 - 3.2) à quelle fréquence ?.....
 - a) une fois par semaine b) deux à trois fois par semaine c) le week-end
 - d) tous les jours e) une fois chaque deux semaines f) une fois par mois
 - 3.3) A quelles heures ? Pourquoi ?.....
- 4) Parmi les sites s'adressant aux diasporas camerounaises,
 - 4-1) Quels sont ceux que vous consultez régulièrement ?
.....
 - 4-2) Quel type d'information y recherchez-vous ? Pour quelles raisons ?.....
- 5) Quels sont les sites que vous connaissez mais que vous ne consultez pas ? Pour Quelles raisons ?.....
- 6) Quels sont ceux des sites et/ou portails suivants que vous avez déjà eu à consulter ?
 - a) Camerounonline.com e) camerouninfo.net i) toutaucameroun.com

- b) 237online.com f) camer.be j) camerounactu.net
- c) Camerounlink.com g) africapresse.com k) cameroun24.net
- d) JournalduCameroun.com h) bonaberi.com l) njanguipress.com
- m) camer24.com m) camerounoononline.org o) news.mboa.info/
- p)brukmer.be q)autres:

7) Par quels moyens avez-vous fait connaissance de ces sites et/ou portails web camerounais?.....

II- Identité visuelle et représentations liées aux portails web d'informations générales

8) Comment reconnaissez-vous les portails web que vous consultez ?

.....

9) Comment les différenciez-vous les uns des autres?

.....

10) Quelles idées vous faites-vous de ces sites web?

.....

11) Selon vous, quel ordre de la vie (social, politique, économique) sur le Cameroun est le plus traité dans les articles de ces portails web ? Justifiez-vous

.....

12) Pensez-vous que les sites web d'informations générales camerounais présents sur Internet, représentent bien le Cameroun ? Pourquoi ? Comment ?

.....
.....
13) Quel est selon vous, leur impact dans la société camerounaise?
.....
.....

14) Est- ce que vous pensez modifier quelque chose au travers de ces portails au Cameroun ? Si oui, comment ?
.....
.....

15) Quel est votre apport en tant que internaute sur ces portails ?

III- Fiche signalétique :

17) a) Masculin b) Féminin

18) Tranche d'âge

a) 15 à 25 ans c) 25 à 35 ans e) 55 à 65 ans
b) 35 à 45 ans d) 45 à 55 ans f) plus de 65 ans

19) Niveau d'études : a) Primaire b) Secondaire d) Supérieur

20) Catégorie socio-professionnel

a) Agent d'entretien c) cadre
b) Agent de maitrise d) cadre supérieur
a) Sans emploi c) Employé de bureau
b) Etudiant d) Chef d'entreprise

21) Lien et/ou rapport avec le Cameroun

- a) Je suis né au Cameroun
- b) Mes parents sont Camerounais
- c) Mes grands-parents sont camerounais
- d) je suis un Camerounais né à l'étranger
- e) j'ai épousé un conjoint camerounais
- f) autres.....

22) Nom et ville du pays d'accueil et

23) Nationalité :

24) Date du jour :

Merci pour votre collaboration !

Annexe 1.2 : Protocole d'entretien

D) Exploration du terrain.

Au sortir d'une période de lectures sur l'état des recherches de notre objet d'étude, nous avons mené sur le terrain des entretiens avec les promoteurs et/ou acteurs des sites web camerounais d'informations générales. Ces entretiens avaient pour but de recueillir auprès de ces acteurs toutes les informations disponibles au traitement de notre sujet. Nous avons ainsi opté pour des entretiens semi-directifs avec des questions ouvertes afin de laisser aux interviewés une marge assez large de liberté dans les réponses aux questions. Ceci afin de mieux cerner les raisons intrinsèques inhérentes à leurs pratiques.

Nous présenterons donc dans cette partie la grille d'entretien d'une part, d'autre part les retranscriptions de ces entretiens.

I.1) le guide d'entretien.

*Guide d'entretien : « promoteurs des portails et/ou sites web camerounais informatifs »

Bonjour,

Je vous remercie de bien vouloir me consacrer de votre temps. Je suis Manuella Heuchou, doctorante en Sciences de l'information et de la communication – au sein du laboratoire GRESEC - à l'université de Stendhal/ Grenoble 3. Je viens vous interviewer dans le cadre d'une recherche portant sur les appropriations des portails et/ou sites web d'informations générales camerounais par les diasporas camerounaises.. Si vous ne voyez pas d'objection je vais enregistrer pour mieux les retenir, mais je vous assure la stricte confidentialité de cette étude, uniquement à usage scientifique.

1. Historique et évolution: création, objectifs

- 1.1) Pouvez-vous nous faire un historique descriptif de votre portail web ? (vision, création, acteur(s)...) ?
- 1.2) Quelles sont les raisons du choix de votre système d'identification visuelle (nom/dénomination, logotype, couleurs, signature) ?
- 1.3) Quels sont vos objectifs ? En créant ce portail, quels publics visiez-vous et pourquoi ?
- 1.4) Comment vous positionnez-vous par rapport aux autres portails et sites web camerounais d'informations générales ? Disposez-vous d'une ligne éditoriale ? Si oui, quelle est-elle ?

2) Fonctionnement et financement :

2.1) Comment se compose l'équipe actuelle de votre portail internet ? Pensez-vous l'élargir? Pourquoi ?

2.2) Travaillez-vous en collaboration avec d'autres organismes et/ou organes de presse ? Si oui, quels sont-ils ? Et pour quelles raisons ?

2.3) Votre portail web, est-il un média commercial ? Ou un média informationnel à but non lucratif ? Pourquoi ce choix ? Peut-on dire de votre site web qu'il soit économiquement rentable? Pour quelles raisons ?

2.4) Comment financez-vous ce portail web? De quelle autonomie budgétaire bénéficiez-vous de cette (ces) source(s) de financements? Existe-il des services payants sur votre site ? Pourquoi

3) le portail web en question : politique éditoriale, positionnement, lectorat

3.1) Comment définiriez-vous votre politique éditoriale ? Qui décide de votre stratégie éditoriale ?

3.2) Comment s'effectue la sélection des informations diffusées sur votre site internet ? Quel type d'information votre rédaction considère-t-elle plus comme fait d'actualité ? (les affaires : publiques, sociales, politiques, culturelles, économiques...) Et pour quelles raisons?

3.3) Selon vous, quelles sont les caractéristiques des portails web camerounais informatifs ? Compte tenu de l'environnement concurrentiel dans lequel vous évoluez, comment vous démarquez-vous de la concurrence ?

Et s'il vous était demandé de faire une évaluation de votre portail depuis sa naissance ? Quelles perspectives pour l'avenir ?

3.4) Merci de nous parler de votre lectorat :

- Qui est-il ? Quels sont les profils des internautes consultant votre portail? S'agit-il d'un public majoritairement camerounais? Sont-ils abonnés ?
- A votre avis, quel(s) autre(s) lectorat(s) pourrai(en)t constituer votre audience ? Disposez-vous de baromètres d'évaluation de votre audience ? Si oui, quels sont-ils ?

- Comment gérer-vous les retours (*feed-back*) de votre audience ? Quel(s) outil(s) adoptez-vous : réactions aux articles, Email, sondages et/ou enquêtes, forum de discussion, réseaux sociaux... ?

4) Représentations et logiques d'actions des promoteurs

4.1) Face à l'existence de l'audiovisuel, de la radio diffusion et de la presse écrite, comment situez-vous l'insertion d'insertion d'Internet dans le champ médiatique camerounais?

4.2) Que pensez-vous de la présence d'acteurs camerounais sur le web ?

4.2) Pensez-vous que votre média contribue au développement de la société camerounaise ? Si oui, quels en seraient les apports ? Comment les mesurez-vous?

ANNEXE 2 : Retranscriptions des entretiens

Annexe 2.1 : Entretien, rédacteur en chef (Hugues Bertin Seumo), *camer.be*, 30 novembre 2013

Durée : 42 min

Présentation personnelle

M : Pouvez-vous nous présenter camer.be ?

H.B : Voilà euh...camer.be mais comme au Cameroun on dit toujours « camer.bi ». Le site internet a vu le jour en 2005. C'est un Camerounais amoureux de l'information qui, à l'époque s'était dit qu'il n'y'avait que *cameroun info* qu'on connaissait un peu partout, qui avait eu l'initiative de créer ce site. Et quand il a créé le site, il s'est retrouvé un peu seul et le site n'évoluait pas. Donc en 2005 le site a fonctionné (jusque comme on dit ici chez nous jusqu' à et chez vous jusque ...rire...) le site a fonctionné jusqu'en 2007 et à un moment donné, il y'a euh... un de nos compatriotes Herman n'gowa qui a rejoint l'équipe et au mois de juin 2007 j'ai également rejoint l'équipe et nous avons mis sur pieds une dynamique qui a fonctionné jusqu'à ce jour et c'est comme ça qu'on a commencé à réagir et être présents un peu sur le net. Mais camer.be explose en 2008, avec les émeutes de février 2008 au Cameroun, les journaux ne paraissaient plus. Et nous, nous avons eu la présence d'esprit d'appeler tous nos contacts dans les dix provinces et qu'est ce qu'on faisait ? Par skype tous les jours, on prenait les comptes rendus dans les dix provinces et on les diffusait en ligne donc il y'avait ce qu'on appelait flash info à l'époque donc du 25, 26, 27, 28, 29 février 2008. Tous les jours à midi, il y'avait un compte rendu, un round-up d'actualité dans les 10 provinces du Cameroun. Aujourd'hui, ce sont les régions. Donc voilà comment le public cherchant à avoir les informations sur le Cameroun se retournait plutôt vers camer.be. Il y'a même les agences de presses AFP, Reuters qui venaient puiser chez nous. Et c'est comme ça qu'on a commencé à avoir l'audience. Au départ, il y'avait 5 à 6000 lecteurs. Et en 2008, nous sommes montés à 25000. Aujourd'hui nous sommes à plus ou moins 32000 visiteurs par jour. Il y'a maintenant une équipe sur place au Cameroun, avec 02

correspondants à Yaoundé, 01 correspondant à Douala, 01 correspondant aux Etats-unis, 01 correspondant en Allemagne, 01 correspondant à Paris et l'équipe centrale se trouve à Bruxelles dont le webmaster et le rédacteur en chef que je suis, et un autre rédacteur associé, et nous gérons parallèlement camer.be et camer-directsport.be et ça fait partir du groupe camer groupe belgium donc voilà comment nous fonctionnons depuis lors jusqu'à ce jour.

M : Quelles ont été les raisons du choix de votre système d'identification visuelle ?

H.B : Oui, en principe la charte graphique en quelque sorte de camer.be avait été confiée à un cabinet d'étude. Et ce cabinet d'étude devait fonctionner comment ? Faire le tour, le round up de tous les sites internet sur le Cameroun et de rechercher les défauts des sites afin de nous permettre de ne pas commettre la même erreur et de refaire plutôt ce que les autres ne font pas. C'est la raison pour laquelle le choix des couleurs, le design, le positionnement des articles répond aux exigences de..., répondent à ces nouvelles exigences quoi...c'est-à-dire faciliter la lecture aux lecteurs, donner plus de visibilité à ceux qui recherchent une nouvelle information, et être beaucoup plus référencé sur Google. Donc quand vous allez sur camer.be c'est très facile de retrouver une information alors que sur d'autres sites il y'a une petite différence. Et il faut aussi constater que nous sommes les seuls sites internet qui travaillons beaucoup plus sur les images. Donc quand vous voyez un article en ligne, l'illustration n'est pas faite au hasard, les images sont dimensionnées, ne sont pas modifiées ; donc ça respecte la norme. Et ça fait que à chaque fois qu'on fait des recherches sur le Cameroun, certaines images sur le Cameroun sont nos images ; donc c'est un peu cela qui explique notre originalité par rapport aux autres sites internet.

M: Est-ce que vous pouvez-nous expliquer le choix des couleurs verte et noire de votre logo ? C'est vrai que vous êtes différents des autres ont adopté les couleurs du Cameroun, le vert, le rouge, le jaune ; mais vous particulièrement, le vert et le noir...

B.H : Au départ camer.be était un site réservé uniquement au Cameroun. Et nous avons compris que pour conquérir le lectorat, comme le village planétaire est aussi large que possible, il fallait donc élargir notre champ d'activité. Et le choix de nos couleurs... vous lisez très souvent...il y'a une rubrique sur camer.be tous les dimanches, le débat [silence] Nous avons lancé un débat sur

internet, il y'a de cela 05 ans, parce que avant on voyait très bien les couleurs vert, rouge, jaune sur le site. Ce sont les lecteurs eux même, qui dans les sujets du débat, ont choisi la couleur que nous avons adopté jusqu'à ce jour [silence] donc voila un peu ce qui explique le choix de cette couleur quoi !

M : Et qu'en est-il de votre signature, de votre positionnement particulièrement ?

B.H : Notre positionnement... euh !!! Quand vous parlez de signature, c'est la signature à la fin des articles, ou ? [silence]

M : Quand je parle de la signature... bon... déjà là je ne sais pas quelle est la signature parce que là je vois juste camer.be ?

B.H : Ah le choix du nom !

M : Là c'est le nom qu'on a allié au logo et tout... ça va ensemble, c'est vraiment comme un bloc-marque quoi ! mais... par signature vous pouvez voir si vous voulez votre positionnement, généralement c'est un petit texte, ce par quoi on pourrait vous reconnaître.

B.H : En principe, pour se faire référencer sur Google, pour ceux qui maîtrisent très bien la charte graphique sur internet. Si vous allez parler d'un pays, vous pouvez abrégé ce pays dans le choix du nom. Vous allez voir par exemple des sites internet de la Belgique où on dit belgocamerounais, belgocongo ; là on est sur le champ référencé sur le Congo et la Belgique. Et nous maintenant, quand nous mettons camer.be, on est référencé sur le Cameroun. Et...Tous ceux qui recherchent par exemple les informations sur la chambre en Belgique tombent sur nous. Parce que la chambre en néerlandais c'est camer... [Vous voyez un peu ?] et comme c'est l'un des grands portails les plus visités en Europe... donc quand nous utilisons camer, ceux qui recherchent camer, the camer, [ont toujours tendance, à vouloir, en tout cas], tombent toujours sur camer.be avant de quitter. [Vous voyez un peu la stratégie ?] Maintenant quand vous recherchez Cameroun, vous écrivez Cameroun, et il va chercher, il cherche, il y'a toujours camer à l'intérieur. Si vous cherchez camer belgium ; il retrouve directement camer.be ; donc c'est ça

qui a été à l'origine du choix de ce nom là quoi! On a d'abord étudié et on a vu que en le faisant, on pouvait très bien être référencé sur Google et c'est ça qui fait de nous le premier site camerounais le plus référencé.

M : Quels sont vos objectifs ?

B.H : l'information claire et nette, c'est notre leitmotiv. Diffuser les informations aussi tôt que nous les avons en toute impartialité. Ne pas faire comme les autres, servir pour une cause ; parce que tous, nous savons que nous, les pays du tiers-monde nous avons un problème majeur chez nous... nous voulons être la voix de ceux qui n'ont pas de voix ; c'est-à-dire que par exemple si vous avez un papier que vous avez écrit sur le Cameroun et qu'un journal refuse de le diffuser au Cameroun ; envoyez-le nous sur camer.be, nous sommes indépendants, nous allons le diffuser, c'est ça qui fait notre force quoi !

M : Donc si je comprends bien, vous vous considérez bien plus qu'un site internet, comme un média qui est la voix des sans voix au Cameroun ?

B.H : Voilà, qui ouvre ses portes à tout le monde. Vous-même qui me posez cette question, si ça vous arrive d'avoir des points de vue que vous voulez faire diffuser, envoyez-nous les sur camer.be ils seront diffusés.

M : Comment est-ce que se compose votre équipe ? [Là c'est tout bon, vous me l'avez étalé tout à l'heure] je voudrais savoir si vous disposez d'un photographe particulier ou...

B.H : En principe, tout le souci majeur de camer.be, c'est de doter tout le personnel d'un matériel hyper sophistiqué. Donc si vous vous rendez au Cameroun, vous avez besoin d'une interview, le reporter de camer.be ne viendra pas à la fin de l'interview vous dire madame donnez nous votre photo, il va (faire) votre image sur place. Si vous voulez une vidéo, il va vous faire une vidéo sur place. Donc chaque reporter de camer.be dispose d'un dictaphone dernier cri, d'un caméscope, d'un appareil photo... donc c'est un peu ça qui nous différencie des autres. Il y'a des moments où vous nous envoyez par exemple un article qui parle du pont sur le Wouri, si je n'ai pas de

photo, je fais juste un mail à l'un de nos représentants à Douala, il va sur le pont du Wouri, il fait une photo et nous l'envoie ; donc c'est un peu ça qui fait notre force également.

M : D'accord ! Et... est-ce que vous travaillez en collaboration avec d'autres organismes. Il est vrai que tout à l'heure vous avez dit qu'en février 2008, les agences de presses telles que AFP, Reuters prenaient des articles et les informations directement sur votre site. Mais est-ce que vous, il vous arrive souvent de travailler en collaboration avec d'autres organismes, par exemple avec d'autres sites internet ?

H.B : Nous sommes en partenariat avec plusieurs sites internet. Si vous allez, vous prenez l'un de nos articles, vous prenez un de nos articles, vous recherchez dans un moteur de recherche ; vous allez constater que *Allafrika.com* nous reprend, vous allez constater très souvent que le messenger reprend certains de nos articles, le quotidien le jour, il y'a plusieurs sites internet ; même mutations qui reprend également nos papiers. Donc plus nous donnons, eux aussi nous donnent de l'autre côté. Et très souvent nous fonctionnons avec tous ceux qui nous donnent les articles comment ? Si par exemple, les lions indomptables du Cameroun viennent en Belgique pour un stage ; si nous couvrons l'évènement, toutes les photos que nous prenons sur place, les prises de vue, nous les envoyons à nos partenaires ; donc avant de faire leurs papiers sur place au Cameroun articles, ils ont déjà les photos. Et en retour, quelque fois, il nous renvoie aussi des articles à diffuser. Il y'a aussi certains journalistes de certains medias qui nous envoient des articles et nous demandent de les publier à une date précise, en attendant que ce soit d'abord publier au Cameroun. Donc c'est un peu comme ça que nous fonctionnons !

M : Est-ce que des fois, il vous arrive de prendre des informations déjà parues dans des journaux pour les relayer sur votre portail ?

H.B : Nous le faisons de temps en temps. Oui, nous le faisons sans hésiter. S'il y'a un scoop que nous découvrons maintenant sur cameroun.info ; si ça nous intéresse on le prend, mais on cite la source. Toutes les informations reprises ailleurs sont toujours citées telle que le demande la loi. Si nous ne mettons pas la source, c'est un plagiat et on risquera de subir un coup juridique [silence] désastreux pour nous.

M : je voudrais également savoir si votre portail web, (je le considère comme un portail parce qu'en fait...euh.. y'a plusieurs rubriques, plusieurs blocs, il y'a même camnews24 la télé en ligne... donc je l'ai vraiment considéré comme un portail parce que c'est plus qu'un site), est un média commercial ou comme un média informationnel?

H.B : les deux, les deux pourquoi ? Je m'explique : vous voyez par exemple la télévision *camnews*, la télévision *camnews* n'est pas en ligne parce que on voulait la mettre en ligne, c'est une publicité. Donc les propriétaires de camnews24 ont pris attache avec camer.be pour nous demander de mettre la vidéo en ligne. Nous avons signé un contrat, qu'ils ont payé. Quand le contrat sera à terme, si c'est canal2 qui souhaite être là bas, canal2 paie ; on met leur streaming en ligne, donc leur flux. Par contre, pour donner la possibilité aux camerounais qui veulent suivre les informations radio en ligne et qui ne savent pas par où se diriger ; nous avons mis gratuitement sur le site de camer.be les liens des radios qui ont le flux et voilà donc... si vous voulez écouter radio Equinoxe, vous voulez écouter, je ne sais pas, une radio de Yaoundé, Bafoussam, Dschang qui est en ligne et qui nous donne la possibilité de diffuser leur émission ; vous allez simplement sur le site à la rubrique de droite et vous cliquez sur la radio de votre choix.

M : Et vous pensez donc que...pour vous, ce site, vous pensez que ce site il est rentable ou vous le faites juste par amour de l'information comme vous l'avez dit tantôt ?

H.B : Il est rentable ! Il est rentable pourquoi ? Je m'explique, parce que il y'a des lecteurs qui ne viennent que sur camer.be pour écouter la radio. Vous voyez par exemple la radio Nkongsamba FM, qui n'était même pas connu jusqu'ici, mais depuis que nous avons mis leur lien en ligne, quand nous regardons dans la base de donnée ; nous constatons qu'il y'a beaucoup de visiteurs qui viennent sur le site internet uniquement pour écouter la radio, ceux qui ne veulent pas lire les articles. Et dès qu'ils cliquent sur l'icône de la radio, ils écoutent l'information en temps réel et ils sont satisfaits. Donc s'il ya 32000 visiteurs sur camer.be, il y'a au moins 8000 visiteurs uniques qui ne viennent que pour écouter la radio. Donc c'est une originalité que nous avons par rapport aux autres.

M : et donc, en dehors de ces financements, est-ce qu'il arrive que vous en tant que acteurs, promoteurs, vous y réinjectez des fonds ou cette rentabilité vous permet de joindre les deux bouts en terme de site ?

H.B : Au départ, toute l'équipe, beaucoup plus l'équipe de l'Europe parce qu'on a d'abord chacun un revenu, avait injecté les sous dans le projet. Mais depuis qu'on a commencé à avoir des annonces publicitaires, des concerts de musique où les promoteurs demandent qu'on fasse la publicité ainsi de suite...donc voilà un peu comment on a pu faire...on a pu combler le vide. Donc depuis, bientôt 05 ans on a jamais mis les mains dans nos poches pour régler quoi que ce soit. Tout ce qui se paie chez l'hébergeur, (chez je ne sais pas) le nom du domaine, on puise dans nos caisses quoi !

M : Et si l'on marquait un temps d'arrêt sur votre politique éditoriale ?

H.B : la politique éditoriale ici est une ligne éditoriale engagée. Nous ne sommes pas là pour plaire à qui que ce soit. Nous ne sommes pas là pour applaudir Paul Biya quand il reste au pouvoir pendant 31 ans au pouvoir. Nous sommes là pour dénoncer. C'est la raison pour laquelle vous allez voir, notre dossier d'aujourd'hui traitait d'Ahmadou Ahidjo nous avons passé toute la journée à réveiller la conscience de ceux qui ne savent pas que entre Ahmadou Ahidjo... (même s'il n'a jamais été claire que... je vais expliquer ça comment) même si on a jamais pu apprécier ce qu'il a fait, nous constatons que le pays régresse. Il y'a beaucoup de choses qui manquent dans notre pays et qu'on avait avant. Je vais prendre un simple exemple, quand j'étais au lycée, en classe de 6^{ème} j'ai eu 13 de moyenne ; on m'a donné une bourse ; c'est-à-dire à la fin d'année j'ai retrouvé le directeur qui me remettait mon bulletin et une enveloppe, je ne me rappelle plus, c'était 17.000 à l'époque, je ne sais plus très bien. Et avec les 17.000 quand je suis arrivé chez moi, j'ai dit a mon papa, voilà ce qu'on ma donné. Il m'a dit fait de cela ce que tu veux. Ça n'existe plus au Cameroun. Quand on avait un peu mal à la tête au lycée, il y'avait une infirmerie. Aujourd'hui, ça n'existe plus. Quand on attendait son taxi au bord de la route, on ne prenait pas des véhicules troués. On roulait sur des routes goudronnées, il y'avait la lumière, l'eau coulait, aujourd'hui presque rien. On meurt au Cameroun à cause d'une petite maladie ;

c'est-à-dire vous avez un petit paludisme, vous arrivez à l'hôpital vous ne payez pas, on ne vous soigne pas. C'est tout ça que nous dénonçons, nous voulons que ça change au Cameroun ;(et nous ne pouvons pas), nous sommes là pour donner les moyens à tous ceux qui peuvent contribuer au changement au Cameroun de le faire. C'est la raison pour laquelle camer.be a une ligne éditoriale stricte. Même s'il est vrai qu'entre temps quelques fois qu'on publie les documents du RDPC, c'est pour équilibrer les informations. Mais nous sommes quand même durs. Si vous nous lisez du jour au lendemain, vous allez constater que nos articles ne sont pas là pour applaudir Paul Biya. Ils ont maintes fois tenté de nous rencontrer, ce que nous refusons ; parce que si nous voulons aujourd'hui qu'ils nous paient, pour que nous balançons de leur côté, ils vont nous payer. Mais nous ne voulons pas cela, parce que nous voulons être autonomes. Donc camer.be est un media qui doit contribuer à la revalorisation de nos cultures, de nos valeurs mêmes (c'est une répétition) et au changement en quelque sorte, là c'est ce que nous voulons !

M : Quel est donc votre cœur de cible ? Est-ce que c'est la diaspora, (je dirais les Camerounais qui vivent à l'étranger) ou ce sont les Camerounais en à l'étranger ?

H.B : Si camer.be avait pour ambition de se limiter à la diaspora, on n'aurait pas besoin des correspondants sur place au Cameroun. Nous avons des correspondants sur place au Cameroun, des correspondants à l'étranger ; c'est pour servir tous les Camerounais sans discrimination et bien évidemment aussi des étrangers. Parce que quelles que fois nous sommes interpellées par des organisations internationales sur la situation du Cameroun par rapport à un article publié sur le site. Donc Camer.be est un portail qui est ouvert à tout le monde et comme c'est sur internet, c'est pour le village planétaire et pratiquement au le Cameroun.

M : Comment s'effectue la sélection des informations diffusées sur votre site internet ? Quel type d'information votre rédaction considère-t-elle plus comme fait d'actualité ? (les affaires : publiques, sociales, politiques, culturelles, économiques...) Et pour quelles raisons?

H.B : je dois vous donner juste une petite illustration. Quand nous mettons un article en ligne sur Yves Michel Fotso, il est beaucoup plus au Cameroun, beaucoup plus lu aux USA qu'en Europe. Quand nous mettons un article sur Kamto, c'est la diaspora qui intervient. Quand on parle de l'opération épervier, le contenu de l'article intéresse les institutions internationales et les Camerounais de l'étranger. Si on met un article, on met un article pour dire, oui on a inauguré

un pont sur le Wouri, ça n'intéresse personne. On a promis qu'en 2035, il y'aura des autoroutes sur l'axe Yaoundé-Douala, ça n'intéresse personne. Mais quand on touche un sujet qui intéresse le bas peuple, là l'information passe. C'est un peu ça qui fait la force de camer.be.

Je vous donne un autre exemple... euh... côté sportif, parce que jusqu'ici on n'a pas évoqué le côté sportif. Quand les Tunisiens, à l'issue du récent match à Yaoundé, ont porté réserve en stipulant que Matip et Choup Motsing n'étaient pas qualifiés pour jouer ce match. Nous à camer.be, nous avons interpellé 02 juristes qui nous ont dit cette requête n'aboutira pas. Un jour avant la réponse de la FIFA, nous avons publié cette information, nous avons eu 23000 hits. C'est à dire que vous voyez comment on essaie d'anticiper sur l'information. Et quand la réponse de la FIFA est tombée, on a mis en ligne. Beaucoup n'ont plus lu parce qu'on avait déjà mis l'article. Donc les Camerounais aiment les articles qui les touchent. Si nous avons dit par exemple : « Paul Biya est à Mvo'meka ce matin », ça n'intéresse pas les Camerounais. Si on dit, « il est allé inaugurer une église », ça n'intéresse pas... « on a suspendu les églises », ça n'intéresse pas les Camerounais ; parce que à un moment donné on comprend que derrière tout cela, 'il ya beaucoup plus de corruption et demain tu vas payer et on réouvre ton église. Donc ça n'intéresse pas les Camerounais. Par contre, si on dit « hôpital Laquintinie, 15 morts à la structure à cause de négligence médicale » ; alors l'article passe parce que chacun cherche à comprendre réellement ce qui s'est passé. Donc voila comment nous fonctionnons, nous recherchons des articles qui intéressent le bas peuple et le haut peuple. Nous ne choisissons pas les articles élitistes quoi !

M : Oui, parce que pendant un bon moment j'ai suivi le déroulement de l'affaire Vanessa Tchatchou sur votre site internet hein !

H.B : Oui, Oui ! Justement on a insisté sur l'affaire Vanessa Tchatchou, parce que quand Jean Bruno Tagne va à l'hôpital de Ngouso et constate ce qui s'est passé ; il nous interpelle en nous disant, Hugues si je diffuse l'information uniquement dans le jour, au niveau de la diaspora, vous ne serez pas informés. Comme vous êtes le seul média, pour le moment, qui est beaucoup plus lu, ce que nous faisons ; nous allons vous envoyer toutes les informations nécessaires et vous, vous pouvez voir comment vous vous allez vous organiser. Et comme à la base, nous

sommes des militants, nous nous sommes organisés ici, au sein des associations pour dénoncer cela ; pour porter le problème au niveau des institutions internationales. C'est comme ça que le problème de Vanessa au niveau de la diaspora a pris une autre ampleur. Tout comme le problème de l'incarcération de Paul Eric Kingue ! On a passé le temps à travailler dessus et aujourd'hui on est où nous sommes.

M : Et si je vous demandais de faire une évaluation de votre portail depuis sa création ?

H.B : Pour notre auto-évaluation, c'est très difficile pour moi de me prononcer sur ce sujet pourquoi ? Parce que ce sont les internautes qui nous évaluent. C'est très difficile de parler de soi-même. C'est-à-dire si je vous demandais de parler de vous, vous allez nous parlez difficilement, par contre quelqu'un qui vous connaît, pourra donner toutes les informations qui vous concerne. Jusqu'ici notre public est très critique ; si je mets un article en ligne ou mon collaborateur ou ceux du Cameroun, ou ceux d'ici ; met un article qui ne correspond aux aspirations du lecteur, ils seront les premiers à nous insulter. Ça n'exclut pas le fait que le lendemain je (refais) un autre papier et je dis ah ! Maintenant là, tu as fait quelque chose de bien. Donc avec eux il faut vraiment... avant de mettre l'article en ligne, désirer le pour et le contre... oui donc... faire une auto-évaluation c'est un peu très compliqué. Si non, on progresse, et en fonction des critiques, on essaie de corriger nos défauts. Si vous voyez très bien, c'est le seul site internet où l'on voit beaucoup plus d'interventions sur le site. Et comme il y'a beaucoup d'interventions sur le site, ça nous permet, puisque nous les lisons, de corriger nos défauts. Toutes les interventions ne sont pas toujours bonnes et parmi certaines d'entre elles, on retrouve quand même nos petits défauts, et que nous les corrigeons. Et c'est comme ça qu'on grandit chaque jour.

M : D'accord ! Justement vu que vous parlez des interventions, je profite pour rebondir sur le lectorat, pourriez-vous s'il vous plait, me parler de vos internautes, de leur profil?

H.B : nos internautes, nous ne pouvons pas avoir leur profil parce que c'est anonyme. C'est-à-dire, on peut les repérer par adresse IP ; mais on ne connaît pas la personne physique qui se trouve derrière cette adresse. Si on veut le connaître, on peut le chercher mais on tombera sur la

personne qui a pris le contrat d'abonnement d'internet auprès d'une structure approprié. Mais c'est tout un travail. Donc pour nous, on reconnaît simplement le lecteur ou la lectrice.

M : Au niveau où vous en êtes aujourd'hui, étant donné que l'audience ne fait que grandir de jour en jour, disposez-vous aujourd'hui de baromètre d'évaluation de vos audiences ? Par exemple, on pourrait voir que de telle heure à telle heure, il y'avait X personnes connectées.

H.B : Oui, oui , oui! On le voit très bien au niveau de la fréquence des visites. Au niveau de la fréquence des visite entre minuit et 04h du matin, il y'a un fort taux de visites sur camer.be en provenance du Canada, les USA, et l'Australie, entre 08h et 11h, c'est l'Europe et l'Afrique et entre 13h et 17h, c'est le Cameroun. Et nous avons constaté que le Cameroun vient beaucoup plus entre 13h et 17h parce qu'ils recherchent des informations qu'ils n'ont pas trouvées dans les journaux locaux. Voilà comment fonctionne la fréquence des listes. Et maintenant pour les maintenir en haleine, toutes les heures chaque jour ; camer.be met un article en ligne. Donc après vous, je mettrai encore 02 articles en ligne. Donc ça maintient le lecteur ; ça veut dire que s'il est venu sur le site à 11h, s'il revient à 19h, il constatera que ce ne sera pas la même chose. Pendant que les autres sites internet seront fixes. Et vous avez constaté que nous travaillons 7/7. Si vous allez sur d'autres sites internet camerounais, les portails, vous allez constater que dès le vendredi soir ; ils sont morts. Et pour ne pas faire comme les autres nous travaillons 7/7 et à toute heure quand nous avons un papier en ligne, nous le mettons ; ça permet au lecteur cette fois là, de venir et de trouver des informations recherche.

M : Comment gérez-vous les retours de votre audience ?

H.B : il y'a dans les forums de discussions, certains lecteurs qui nous interpellent. Ils nous interpellent aussi par nos mèls ou par un coup de fil ; parce que si vous allez dans la rubrique contact de camer.be ; vous allez voir qu'on a pris la peine de faire circuler tous nos numéros de téléphone. Donc quand nous mettons un article en ligne, il y'a ceux qui nous appellent pour nous faire des suggestions, ceux qui nous appellent pour nous insulter, ceux qui nous font des mails, ceux qui vont dans des foras pour réagir et c'est ainsi que nous regroupons tout cela, une fois par

semaine. Toute l'équipe se regroupe, et nous travaillons dans un système qui est comme Skype en interne, on essaie de trouver une solution, s'il ya des points sur lesquels on voudrait améliorer, on travaille sur ces points là et on recommence sur de nouvelles bases.

M : Face à l'existence de l'audiovisuel, de la radio diffusion et de la presse écrite, comment situez-vous l'insertion d'insertion d'Internet dans le champ médiatique camerounais?

H.B : euh !!! Répondre à cette question, c'est d'ailleurs une très bonne question. L'insertion d'internet dans le champ médiatique camerounais a une importance particulière, et une importance de grande, grande classe. Pourquoi? Parce que, très souvent au Cameroun, il y'a des villes, des villages où les médias de presse écrite ne parviennent pas et c'est sur les sites internet que ces habitants prennent des informations, très souvent, pour relayer même aux niveaux locaux. Donc internet a encore sa place dans le champ médiatique camerounais. Cette information est d'autant plus importante, que certains médias, les quotidiens privés surtout, puisent sur internet pour les lectorats, le lendemain. Donc, Tout ce que nous faisons par exemple les samedis, dimanches, il n'est pas fort exclu que vous les retrouviez ces informations dans le Messenger, Mutations, le jour, Ouest littoral, le lundi matin. Vous avez vu aujourd'hui, je reviens toujours sur ce dossier, nous sommes le 30 novembre, ça fait 24 ans comme Ahmadou Ahidjo a disparu. Il est bien vrai que quand il mourait, j'étais aussi tout petit. Tout ce que nous avons fait comme dossier, vous allez le retrouver probablement lundi dans les medias locaux. Donc... voila un peu le rôle que les medias (je veux dire quoi euh...internet. Je veux dire quoi...) voila le plus qu'ils ont impulsé dans le champ médiatique camerounais. [Silence]. J'espère que j'ai bien répondu au Cameroun.

M : Que pensez-vous de la présence d'acteurs camerounais sur le web ?

B.H : euh...la présence d'acteur camerounais sur le web ? La présence de ceux qui sont au Cameroun ou de ceux qui veulent diffuser des informations sur le Cameroun ?

M : la présence d'acteurs camerounais qui veulent diffuser des informations sur le Cameroun même s'ils ne sont pas présents au Cameroun

B.H : leur rôle, Ce que je pense ? Je pense que ce sont des personnes volontaires. Des personnes qui veulent diffuser des informations sur le Cameroun, sur le grand village planétaire c'est-à-dire prouver que le Cameroun existe aussi. Si on supprime les sites camerounais en ligne ; le Cameroun n'ira pas très loin. Donc les médias camerounais ont un rôle particulier dans la promotion de l'image du Cameroun et la diffusion des informations sur ce pays.

M : Pensez-vous que votre média contribue au développement de la société camerounaise ? Si oui, quels en seraient les apports ?

B.H : Grandement ! Camer.be ... Vous ne le savez pas, mais je vais vous raconter une anecdote. En 2007, Paul Biya déplace son avion. Paul Biya le Président du Cameroun, (comme c'est une interview, je sais que vous êtes entrain d'enregistrer), déplace son avion, il va à Genève. Ça coïncide avec la cérémonie de remise du prix fondation Moumier. (Vous connaissez la fondation Moumier ?) Là où je logeais, en tant que reporter camer.be ; à travers ma fenêtre, j'ai vu l'avion de Paul Biya, abandonné dans un buisson, comme c'était côté de l'aéroport non loin de Carouges (je ne sais pas si c'est Carouges, j'ai oublié le nom) ...alors je fais une photo à partir de ma fenêtre, je fais un article et je dis, tous les avions sont gardés dans des parcs, l'avion qui transporte un chef d'état, le représentant d'un peuple est abandonné dans un buisson. A partir de ma fenêtre on pouvait lancer une bûchette et brûler tout le contenu, ou on pouvait passer à travers une grille et percer les pneus. Voilà c'était le contenu de mon papier. 15 min après que l'article soit mis en ligne, l'avion a été déplacé. Vous croyez qu'ils ne nous ont pas lu ?

Deuxièmement, il y'a eu au Cameroun, ce problème de fonctionnaires. Ceux qui avaient des salaires, qui touchaient très bien leur argent, mais qui se retrouvaient à l'étranger. Entre temps le salaire passe très bien. Ils sont entre temps naturalisés. Ils travaillent en Belgique, en France en Allemagne. Ils sont fonctionnaires au Cameroun. Ils ont à la fois leurs salaires au Cameroun et dans leurs pays respectifs de résidences. C'est à travers un article de camer.be , une enquête que nous avons mené à l'époque, que le ministère (je ne sais plus comment ça s'appelle...de la fonction publique...) a refait ce qu'ils ont appelé, il ya de cela deux ans, un recensement et a détecté un certain nombre de Camerounais, qui ne figuraient plus dans la liste des présents de

ceux qui travaillent au Cameroun , mais qui habitaient ailleurs, mais qui depuis des années, avaient des salaires qu'ils recevaient. C'est aussi le travail des médias

L'affaire Vanessa (vous l'avez très bien soulevé tout à l'heure). C'est à travers les médias qu'on a révélé la face cachée de cette pratique qui se passait dans nos hôpitaux au Cameroun. Et beaucoup, plus, camer.be a contribué à cela. Il y'a beaucoup d'activités similaires.

Je vais prendre un autre cas, la route Kumba – Mamfé ; il y'avait tout un réseau derrière le projet, quand le ministère des travaux publics avait lancé leur appel d'offre, il y'a une société qui avait eu le contrat et une autre société fictive qui devait gérer le contrat. Le projet a été bloqué pendant 07 ans, parce que le ministre de tutelle de l'époque avait créé cette société pour se faire l'argent. Mais quand nous avons eu vent de ce qui se passait, nous avons dénoncé ; le contrat avait été suspendu directement. Et aujourd'hui, la route est entrain d'être construite et toute la ville de kumba est goudronnée, je vous rappelle. C'est à travers un article de camer.be que le problème a été soulevé, donc c'est des exemples parmi tant d'autres que je ne peux pas énumérer ici, qui prouvent que le média a sa place dans le développement, dans le changement de ce pays.

Annexe 2.2 : Entretien, promoteur (Nel Tsopo Nziemi) , *Brukmer.be* ,1^{er} décembre 2013

Durée : 49 min 20 sec

Présentation personnelle

M : Pouvez-vous nous faire un bref historique de votre site ? (quelle était la vision première, les différents acteurs ?)

N.T : Donc euhhhh... le site, il est né en 2006... euh.... À cette époque là nous étions étudiants...et alors euuuuhhh... l'idée c'était de publier l'actualité des Camerounais à Bruxelles. (Excusez moi à Bruxelles) euh... une fois qu'on a commencé à faire, euh...l'idée s'est mise à évoluer et on s'est dit euh... pourquoi pas euh... publier l'actualité des Camerounais en Belgique. Donc euh... les visiteurs se faisaient de plus en plus fréquents et fidèles. Nous avons euh... bon... euh... je vais vous passer du détail lié à notre équipe parce que l'équipe a beaucoup changé au fur et à mesure que les objectifs euh... se mutaient. Euuuh, l'équipe changeait... Et finalement, on s'est retrouvé donc euh en 2009. On s'est rendu compte qu'on avait un bel aura même à l'extérieur de la Belgique. Euh... notre but c'était donc de parler des choses plus fréquentes, de mettre en avant comme on disait des actes remarquables des concitoyens, des Camerounais et de décrier ce qui se passe de mauvais. Euh... On a créé des partenariats entre temps avec d'autres sites internet. L'évolution des visites était remarquable parce qu'on était assez passionné et finalement, parce que le site évoluait mais nous aussi on évoluait dans nos vies professionnels. Nous nous sommes rendus compte que... que la ligne éditoriale méritait mieux parce qu'il y'avait déjà un site, en plus, un autre un site qui existe, qui s'appelle camer.be, qui faisait plus ou moins ce travail, ce travail dirigé exclusivement sur le Cameroun. Donc de fil en aiguille, en tissant des partenariats on a vu que le champ africain aussi finalement était très intéressant ; et on a fait un gros virement de ligne éditoriale en 2011. Nous avons décidé de..., parce qu'on s'est rendu compte que le média classique avait pour principal rôle de désinformer finalement. Et que l'Africain, l'Africain particulièrement, l'Africain était, est cible de manipulation. Alors on s'est dit, beh écoutez, on va chercher des articles, rechercher des articles peu communs, parler des informations qu'on ne donne pas sur l'Afrique, la relation entre l'Europe et l'Afrique. Et dans ce sens là, nous sommes installés confortablement dans cette ligne éditoriale aujourd'hui et on compte environ euh 1000.... Non pas 1000... en moyenne...7.... 8... Non, un peu moins de 1000 visites par jour. Donc voilà, j'ai brossé simplement.

M : Au départ, était-ce l'initiative d'un seul ou de plusieurs étudiants ?

N.T : Euh... Au départ en fait, moi j'avais tendance à écrire, une forte tendance à écrire et j'avais un ami étudiant qui venait d'apprendre, dans le cadre de ses études, à mettre en place techniquement un site internet. Il s'est dit, mettons un site internet, trouve l'idée. Moi je me suis dit toute suite « les Camerounais à Bruxelles ». Donc c'était l'initiative de deux étudiants.

M : Quelles ont été les raisons du choix de votre système d'identification visuelle ?

N.T: la signature a changé. Justement, la signature est venue avec le dernier changement de la ligne éditoriale en 2011. Donc « le regard du Sud » ça implique les pays dits du Sud, ça implique l'Afrique euh... et même, on va dire, l'Amérique latine. Mais il est clair (que notre...), que nous restons vraiment focalisé, on se veut euh...une sorte...euh, nous voulons, ça peut paraître un peu intentionnel, éduquer la population africaine et camerounaise, et passer un peu au-delà de notre petite popote interne euh... qui génère des débats très souvent stériles. Donc le regard du Sud c'est vraiment de donner la vision, notre vision à nous du monde. C'est l'Afrique qui parle du monde et non le monde qui parle de l'Afrique. C'est l'Afrique qui parle de sa situation. C'est les Camerounais qui parlent du Cameroun. Et qui refusent de recevoir des leçons de partout. Et qui... (si vous voulez) c'est une façon d'être insoumis à la dictature de l'information actuelle. Voilà ! Donc le regard du Sud, c'est le regard de l'actualité à travers notre regard à nous, à travers nos spécialistes, à travers euh... les Africains, les peuples du Sud.

Maintenant les couleurs, elles sont fortement liées à l'Afrique, l'orange un peu 'tit peu marron. Les couleurs gaies, les couleurs identifiées directement comme africaines. Euh... Ce n'est pas fade... et puis on a mis, un petit palmier à gauche du logo. C'est symbolique du paysage africain ; une façon pour nous de marquer une identité africaine. Maintenant si vous voyez bien, il y'a le « BRU » de côté avec une sorte de hauteur et « Kmer ». C'était « bruxelcamer », on est passé à « belgicamer » puis maintenant c'est Afrique, pays du Sud...hein... voilà !!! Mais ça nous arrange parce que c'est ici que la base, que la gestion du site... la gestion du site est bruxelloise, est européenne... que le siège se situe en Europe et que nous donnons la parole à l'Afrique. C'est un site qui appartient aux Africains, (et c'est ça et qu'est ce que je peux ajouter par rapport à l'identité visuelle... donc voilà...)

M : je voudrais savoir s'il vous plait, si la signature elle a elle-même évolué ?

N.T : « le regard du Sud »... Non, euh... avant il n'y' avait pas de signature. C'était Brukmer euh... (Hésitation), voilà ! C'était Brukmer. C'était au changement de ligne éditoriale qu'on a choisi... parce qu'il faut dire que ces modifications de ligne éditoriale, c'est aussi un signe du fait qu'on se cherchait. D'autant plus qu'on n'était pas des spécialistes dans le domaine. Ça nous a appris beaucoup... on se cherchait, là je pense qu'on s'est trouvé et on ne va plus changer.

M : Donc en fait, c'est vous personnellement qui avez-mis sur pieds votre bloc-marque ?

N.T : Oui, oui, tout à fait. C'est nous qui avons mis sur pieds notre bloc-marque... c'est moi, en tout cas ! (rire)

M : Quels sont vos objectifs ?

N.T : On a un objectif particulier, c'est d'éduquer et de désinformer. C'est-à-dire que nous voulons, nous avons fait une impasse sur le divertissement pour le divertissement. C'est-à-dire que celui qui vient à nous, c'est quelqu'un qui veut du sérieux. Nous ne sommes pas un média gourmand, on n'a aucun objectif de rentabilité. Non, c'est une passion et de l'intégrité. Et on s'est dit, si, il faut mettre des faits divers, on va dire, à la con pour attirer du monde ; on serait entrain de se détourner de nos objectifs. Donc notre objectif, c'est attirer les personnes qui veulent s'informer en se... se désinformer d'abord et de reconstruire leur façon, leur vision du monde en tant qu'Africains, en tant que membres de la diaspora. Et euh...euh... et... Donc voilà ! L'objectif principal c'est éduquer, désinformer, (c'est ça) les Africains et même pourquoi pas, parce que de toute les façons c'est un site internet, c'est ouvert, il y'a des européens qui lisent des articles. Et c'est quelque part aussi une main tendue aux Européens pour ouvrir leurs esprits et donner un autre regard à l'Afrique et à la diaspora aussi africaine. Donc c'est ça éduquer, désinformer et ré-informer, voilà !

M : Quel est donc votre cœur de cible ? Qui sont ce que vous voulez, en premier toucher ? Est-ce la diaspora camerounaise ou les Africains en général ?

N.T : euh... très compliqué, très compliqué... Oui ! Bon, de toutes les façons c'est les Camerounais; mais étant Camerounais, on a une très forte tendance nous, ààà...à aller chercher les Camerounais. Ça c'est vraiment parce qu'on est Camerounais nous-mêmes. Mais en principe, c'est-à-dire que... dans les principes qu'on s'est fixés c'est Africains, c'est ça. Mais dans la

réalité, sur le terrain, à cause aussi de notre réseau, grâce à de notre réseau qui est fort garni par les Camerounais ... (voilà et ce n'est pas grave) et ce sont les Camerounais qui sont au cœur. De toutes les façons les lecteurs majoritaires sont Camerounais. On a environ.... C'est vrai qu'on a 50% de nos visiteurs qui viennent de la Belgique. Mais nous savons que c'est surtout des visiteurs camerounais.

M : Donc vous visez plus la diaspora ?

N.T : Oui, bien sûr.... la diaspora

M : Comment vous positionnez-vous par rapport par rapport aux autres sites internet camerounais d'informations générales ?

N.T : position par rapport à quoi ?

M : positionnement par rapport en termes de ligne éditoriale, est-ce que vous vous estimez différents des autres ? En quoi est-ce que vous vous démarquez des autres ?

N.T : En termes de ligne éditoriale, nous sommes unique, nous sommes de loin unique euh... parce que nous, nous traitons les sujets en se positionnant au-delà de nos euh..., comment on va dire... euh... des intérêts, camerouno-camerounais. Euh... Nous évitons euh... des sujets de polémiques, qui n'ont pour objectif finalement que de nourrir la haine entre nous. Ici, nous avons vraiment pour objectif d'éduquer, c'est-à-dire que, là où sur d'autres sites on viendra euh...traiter un sujet en le décrivant, nous qu'est-ce qu'on fera on traitera le sujet en essayant de comprendre d'où est venue la source du mal (je ne sais pas si vous me comprenez). Euh...si je veux me référer bêtement à quelque chose, si nous on veut parler d'un régime camerounais, de la politique camerounaise ; euh... nous ne nous acharnerons pas à taper sur les doigts ; mais à comprendre pourquoi, il pourrait agir d'une certaine façon. Donc à vraiment envi de dire l'éducation et la désinformation et casser toutes les informations qui nous sont imposées parfois par les gros médias qui influencent beaucoup les Africains comme Tv5, comme France 2, comme RFI ; qui transforment vraiment la façon de penser des Africains. Et on a aussi de but de mettre en lumière les actions, les actes valeureux des Camerounais. Sur la ligne éditoriale, là, j'en suis certain nous sommes uniques.

M : Et si l'on parlait du financement de votre site...

N.T : Donc... alors le financement... Pendant longtemps nous avons essayé de rentabiliser le site en vendant la publicité aux entreprises qui seraient euh... dont les intérêts pour être liés soit à la diaspora soit à l'Afrique. Ce qui a été une lourde tâche et qui nous a parfois éloignés de notre travail finalement qui est d'écrire des articles. Donc la rentabilité d'un site d'information, niveau africain, nous en sommes arrivés à cette conclusion, est euuhhh... en plus camerounais, n'est pas envisageable. Pour l'instant nous nourrissons notre site grâce à nous apports personnels et à des bribes de publicité des personnes qui viennent vers nous. Donc nous on a mis aucune démarche de prospections, de recherches de publicités d'annonceurs, non on a fait aucune démarche. Ceux qui viennent, on les prend. Et évidemment ça ne couvre pas les frais liés à notre fonctionnement. Donc voila, financièrement c'est ça on est des bénévoles passionnés.

M : donc si je vous comprends bien, il vous arrive des fois à vous en tant que promoteur et acteur de ce site de financer ; si jamais, les revenus dudit site web ne comblent pas les dépenses mensuelles.

N.T : Oui, oui. C'est même clair et net. On est conscient de ça. Je veux dire ce n'est pas si jamais, parce que... ça ne comble jamais ; donc c'est mécanique ; on injecte de l'argent de nos propres revenus pour faire tourner la machine.

M : et...est-ce qu'il vous arrive de travailler en collaboration avec d'autres organismes, sites internet, ou organes de presse ?

N.T : Oui, bien sûr mais surtout au niveau de la diffusion des articles. C'est-à-dire pour qu'un article soit bien lu, il faut que cet article soit partagé par d'autres médias et c'est surtout à ce niveau là qu'on collabore. Nous on sélectionne des sites internet avec lesquels on collabore, c'est-à-dire on fait des échanges d'informations. On leur envoie des articles qu'ils publient ; ils nous envoient les leur, qu'on publie si on juge cohérents. Maintenant avec les sites camerounais, [vous n'avez pas demandé, mais avec les sites camerounais ...] on a déjà eu 03 partenariats mais c'est très limité parce que.... Nous... dans notre ligne éditoriale on est prêt à beaucoup prendre moins d'eux ; vu leur... l'esprit dans lequel nous écrivons nos articles.

M : et si je vous demandais de me citer 2 ou 3 organismes ou sites avec lesquels vous travaillez en collaboration

N.T : Donc... sites particulièrement

M : Oui, des sites

N.T : On a travaillé avec camer.be, avec euh... investigation ; vous voyez qui c'est ? investigation...

M : investigation non, mais camer.be je connais

N.T : investigation c'est pas un site camerounais, euh... c'est un site belge qui traite... euh qui a une ligne éditoriale un peu plus proche de nous mais c'est un site très proche de ... également égalité et réconciliation, [et, et... il y'a un troisième je ne sais plus comment ça s'appelle]. Bon voilà, on va dire que ce sont les principaux.

M : Comment se compose votre équipe actuel de travail à *brukmer* ?

N.T : Nous sommes composés d'un noyau de 03 personnes ; c'est un noyau inamovible constitué d'un technicien donc webmaster administrateur, de moi en tant que journaliste et gestionnaire administratif du site, et d'un deuxième journaliste qui fait son travail de récolte d'infos, de rédaction. Maintenant autour de nous, on a une série de contacts à travers le monde qui écrivent des articles à travers le monde, qui écrivent des articles sans obligation, sans aucune obligation. Mais qui écrivent pour nous, donc voilà, on est un noyau de 03 personnes ; il y'a pas mal de monde autour qui gravite, qui vont qui viennent qui écrivent, et qui parfois n'écrivent plus, voilà c'est ça

M : Qui décide de votre stratégie éditoriale ?

N.T : c'est l'équipe des 03, mais c'est sur observation du comportement de nos internautes ; c'est-à-dire que on faisait un peu de tout et on a remarqué que, pas seulement le nombre de réactions par rapport à certains types d'articles, la qualité des réactions aussi. Et euh... c'était également en fonction de nos propres observations du monde médiatique. Voilà les 03 choses qui ont un tout petit peu influencées. C'est-à-dire que nous on a des valeurs communes, mais on s'est également rendu compte qu'il y'avait des internautes, il y'avait un marché un peu plus friand de ce type d'informations et qui n'attendaient qu'à savoir plus, qu'à être désinformé, à être rééduqué on va dire. Même si c'est une minorité, c'est un petit marché...

M : vous avez utilisé rééduquer mais je ne sais pas si j'en ai saisi le sens... je ne sais pas comment le comprendre ?

N.T : bon, rééduquer... la rééducation pour nous, ça vient après la désinformation. Quand on est désinformé, parce que finalement les médias nous éduquent quelque part. C'est-à-dire à force d'écouter, depuis qu'on est tout petit, les informations, on finit par développer des réflexes de pensées liées aux informations et à la façon avec laquelle on traite les informations qu'on nous impose. Et donc quand on écoute une information, on a tendance à réagir par rapport à toute l'éducation qu'on a eue à ce niveau là. Et pour quitter cela, il faut d'abord se désinformer, comprendre comment le système fonctionne. Et une fois qu'on est désinformé, on peut être perdu, à ce moment là il faut se faire « ré-éduquer ».

M : Comment s'effectue la sélection des informations que vous diffusez sur votre site ? Le choix des articles, est-ce-que ce sont des faits d'actualité ? Parce que je vois que vous parlez beaucoup de culture quand il s'agit de *brukmer*

N.T : Oui, parce que quelque part ça passe par là aussi la culture, euh...fin, ça éveille. Euh mais comment est-ce qu'on fonctionne ? On a des sources d'informations déjà. On a nos partenaires avec qui on travaille d'une part, et nous-mêmes on fait un travail de lectures, donc on lit beaucoup ; on a des techniques aussi pour euh... que je ne vais pas dire... pour avoir voilà une série d'informations. Et c'est en lisant..., si vous voulez par exemple pour une information, on essaie de passer un travail journalistique classique aussi, de lire plusieurs sources, plusieurs articles publiés à ce niveau là et de faire un peu notre analyse et d'écrire nous, et de traiter à notre façon. Ça c'est une chose ; parfois aussi on relaie tout simplement les informations, les articles qui sont corrects ; on relaie ça tout bêtement et maintenant, il y'a parfois des interviews, on va sur le terrain, on va rencontrer des gens, on est présent lors des conférences et on va rencontrer même des acteurs culturels, des artistes. Je ne sais pas si c'est clair.

M : je voudrais également vous demander, ça veut dire qu'en fait vu que vous voulez vraiment divertir les gens, rééduquer, désinformer...

N.T : Non, non divertir justement, ça c'est là où on met le moins l'accent, divertir.

M : donc la rééducation ne va pas de paire avec le divertissement, pas forcément ?

N.T : en fait le divertissement pour le divertissement non, mais c'est toujours un divertissement ; on essaie si vous voulez d'être euh... un peu... on essaie si vous voulez ... le divertissement ici, il nous permet de ne pas rendre l'information trop lourde [silence]

M : Est-ce qu'il vous arrive de faire des évaluations internes de votre site internet ?

N.T : bien sûr, il nous arrive de le faire. On a des outils techniques pour pouvoir mesurer le trafic, savoir à peu près d'où il vient, euh... et euh... qu'est-ce qui intéresse les internautes ? Ça c'est l'analyse qu'on fait souvent. C'est principalement cela, une analyse technique. Maintenant euh...oui... voilà !

M : Et si je vous demandais de faire une évaluation de votre site depuis sa création? Par exemple en terme d'audience, est-ce-que aujourd'hui vous comptez plus d'audience qu'avant ou depuis 2011, vous-en comptez moins ?

N.T : oui, on va dire qu'il y'a eu une grosse évolution de 2006 à 2009, puis ça a stagné et exploser plutôt en 2011 justement, euh... où en ce moment c'est très stable, et de temps en temps, il y'a des petits pics, c'est en fonction des sujets d'actualité. Mais nous sommes à une moyenne on va dire de 1000 visites par jour.

M : Et à ce stade où vous êtes présentement, envisagez-vous déjà des perspectives pour l'avenir ?

N.T : Notre objectif direct c'est de créer... nous pensons que contrairement à tout ce qu'on dit, que l'avenir de la presse c'est le papier ; parce que il y'a tellement de sites internet, tellement de journalistes et tellement de journalistes aussi improvisés que le gage de l'information sérieuse finalement sera la presse papier. Ça c'est notre vision et on peut discuter ou pas. Donc nous avons pour intention de créer un magazine papier et on n'a pas forcément d'ambition d'expansion, de tripler nos visites pourquoi ? Parce que pour passer à un niveau supérieur, il faut déjà des gros moyens, il faut des fonds et que nous n'avons pas. Donc on est amené quelque part fatalement à stagner un peu.

M : et cette version papier elle sera produite uniquement en Europe ou en Belgique ?

N.T : elle sera produite en Belgique mais avec une possibilité de distribution en Afrique.

M : D'accord, mensuel ou pas mensuel ou vous n'y pensez pas encore ?

N.T : trimestriel

M : et qu'en est-il de votre lectorat ?

N.T : des lecteurs ?

M : de votre lectorat, des internautes qui vont sur votre site ? Est-ce que vous avez leur profil ? Ou est-ce que vous savez juste que ce sont des personnes camerounaises ?

N.T : Pour la plupart, il s'avère que ce soit des... tsiipp... Oui, non. On a une grosse partie camerounaise qui vient euh..., qui visitent le site. Mais également on a des étrangers, qui ont comme profil d'être entre guillemets des antisystèmes. Donc des personnes qui se cherchent un peu, qui cherchent plus loin ; donc ce n'est pas des consommateurs agars. Déjà pour se retrouver chez nous, il faut avoir des... avant d'arriver sur un site ça suppose que vous êtes passés par des mots clés spécifiques si vous partez d'un moteur de recherche. Et si vous arrivez chez nous, ça veut dire que vous avez une tendance à... surtout si vous restez des nôtres. Puisque nous avons du mal à acquérir de nouveaux visiteurs mais par contre nos visiteurs sont très fidèles.

M : et comment est-ce que vous gérez les retours de vos audiences ?

N.T : Nous avons une page Facebook. Ça c'est ressent. Avant... mais maintenant on a eu quelque petits soucis techniques là ; mais il y'avait aussi la possibilité de nous faire des commentaires directement en ligne. Mais je reçois en moyenne on va dire, je reçois pas mal d'emails parfois de personnes qui contactent, de personnes qui réagissent ; mais on a ce moyen, les réseaux sociaux pour... ce n'est pas un axe compté qu'on développe beaucoup, parce que on n'attend pas forcément la discussion. On n'attend pas forcément la discussion, parce que qui dit discussion dit la gestion. Il faut encore gérer cela. Donc on a plus l'intention de donner l'information, celui qui l'apprend, la prend ; s'il veut partager, il la partage. On n'est pas vraiment des spécialistes pour susciter des débats, pour créer des trucs dans ce genre simplement parce qu'on n'a pas assez de temps, parce qu'on n'a pas aussi la capacité, les ressources matérielles et le temps aussi.

M : Face à l'existence

N.T : Camerounais... Euh disons que... je trouve que jeeee... (hésitation). Ouais très pertinent. Euh... donc pour l'instant, le travail n'est pas mal... c'est vrai qu'internet c'est allé aussi bien vite en Europe qu'en Afrique mais... L'outil est, je trouve pas mal utilisé par les Camerounais de manière assez intelligente si je compare aux autres pays Africains, déjà parce que il y'a quand même une accessibilité facile. Ça c'est au niveau, je parle au niveau du public. Je ne sais pas si c'est vraiment ça que vous attendiez comme de réponse?

M : c'est vraiment une question personnelle, je voudrais savoir ce qui vous vient comme ça à chaud en terme de réponse.

N.T : Oui... euh... je trouve que les Camerounais sort fort actifs, utilisent pas mal l'outil internet et justement euh... il y'a pas mal de domaine pour lesquels... parce que il faut reconnaître qu'au Cameroun encore, les Camerounais étaient limités donc à la télévision et presque pas la presse papier ; parce que ça a un coût. Et il n'y'avait qu'une élite qui avait accès à la presse papier et donc du coup cantonné à la télévision, et donc euh...on va dire happé un peu par l'information télévisuelle qui est principalement une information des chaînes européennes surtout. J'estime que les Camerounais sont vraiment en avance sur les autres pays africains et que les internautes ont beaucoup d'intelligence d'aller chercher l'information là-dessus. Je trouve que voila, le lecteur camerounais c'est un bon client, on va dire ça comme ça (rire). Et même les sites internet camerounais (hein !), parce que finalement, il y'a pas mal de sites internet qui sont des références en termes d'informations pour les Camerounais. Maintenant est-ce que c'est normal ou pas? Le constat est que, ils ont réussi à en arriver là. Il y'a des sites qui sont très respectables et qui sont...qui ont la capacité vraiment de modifier des opinions publiques. Voilà, on est dedans en fait !

M : Que pensez-vous de la présence d'acteurs camerounais sur le web ?

N.T : D'acteurs ?

M : Quand je dis d'acteurs, c'est vous par exemple, c'est vrai vous avez créé un site internet au départ... voilà mais, des gens y vont, vous y véhiculés des messages. Donc, Il y' en a pleins, il ya des sites, de tout ordre. Si je vous demandais donc, qu'est-ce que vous pensez de la présence de ces acteurs camerounais là sur le web, que me diriez-vous ?

N.T : ben, je dirai que c'est comme un peu pour tout hein ! Il y'a toute une panoplie, et puis il y'a justes quelques éléments qui sont... il faut faire le tri. Il y'a des bons grains, il y'a des mauvais grains. Et même les bons grains, du fait que , parce que c'est une réalité ins... on a eu l'impression que... c'est internet, on a eu l'impression que tout est facile sur internet. Créer un site sur internet, au fond c'est facile, mais après pour que le site soit fiable, il faut de l'argent. S'il continue à tourner, soit il faut des apports propres, soit il faut euh...modifier sa façon de travailler. Donc, ce que je veux dire par là c'est qu'il y'a quelques acteurs qui ont entre guillemets réussis mais qui, dont la réussite n'a pas duré ou ne durera pas longtemps pas longtemps ; tout simplement parce qu'il va falloir trouver un modèle économique pour rendre viable ces sites. Et qu'après à ce moment là, ce n'est plus la rigolade, donc si vous avez commencé dans la rigolade, après ça, il faut pouvoir suivre. Donc aujourd'hui, finalement il y'a très peu qui sont sérieux. Voilà, c'est peut-être des confrères mais comme je sais comment ça se passe et que nous on a pas. En tout cas, chez nous on n'a pas la même vision, nous sommes vraiment bénévoles. Des bénévoles, et on se limite à ça. Mais la plupart ont des grosses ambitions, des ambitions pouvoir modifier l'opinion publique. Mais eux, pour la plupart ils sont plus sérieux, parce qu'il faut qu'ils vivent de leur travail. Mais, il y'a pleins de sites qui sont présents mais parfois il y'a un peu du n'importe quoi, ça c'est clair hein ! Mais on ne se rend pas compte que ce n'est pas parce qu'on est sur le net qu'on est exempté de toute attitude correcte.

M : est-ce que vous considérez votre site web comme un média ou pas ?

N.T : oui, c'est entièrement un média. Euh non, qu'est-ce qu'un média ? Nous diffusons de l'information, nous influençons les lecteurs, ça c'est clair et net, nous médiatisons des personnes, oui nous sommes un média.

M : et est-ce que vous pensez que votre site en tant que média contribue au développement de la société camerounaise ?

N.T : complètement. Parce que tout développement part de l'esprit. Euh... une population ignorante va se développer de manière anarchique à l'image de son ... des connaissances de son peuple, c'est pour ça que ça fait aussi parti... j'estime aussi que nous on a aussi un rôle d'éducateur... euh, c'était quoi votre question (rire)

M : est-ce que vous pensez que votre site internet en tant que média contribue au développement de la société camerounaise ?

N.T : Mais voilà ! Donc, voilà nous sommes dans une démarche de valorisation de l'Africain, dans une démarche de réappropriation de nos propres destins et pour cela, celui qui se désinforme, et qui avant essaie de comprendre pourquoi nous sommes dans, dans ... parce que ça c'est le début du sous-développement, c'est comprendre d'abord pourquoi nous sommes sous-développé. Et qui a dit que nous sommes sous-développé et c'est finalement quoi le sous-développement ? Voilà, c'est cela. Après en lisant des articles chez nous, en essayant de comprendre, voila il n'y'a pas que nous, il y'a d'autres, je veux dire nous on n'est pas non plus des extras, et ça... (rire) mais ça, ça contribue à l'éducation et donc au développement. Moi je préfère tellement ... voila, c'est vrai mais il vaut mieux aller lire un article chez nous que de passer 02 heures sur Facebook à commenter des photos du poisson braisé.

M : donc si je comprends bien, votre apport se serait l'éducation ?

N.T : oui ce serait l'éducation par l'information

M : D'accord ! Et ça, est-ce que vous pensez que vous pouvez le mesurer ?

N.T : malheureusement non, on ne peut pas le mesurer. Mais une fois quand on est, quand nous on réussit à mesurer notre audience, on suppose que notre audience est liée donc à des personnes qui ont lu nos articles ; qu'ils aient pu partager, que cela ait pu même euh... venu créer le doute dans leur façon de penser qui a été déjà préconstruite par tout ce qui tourne autour d'eux. On ne peut pas mesurer ; mais savoir qu'on a des visiteurs, et savoir qu'il y'a des gens qui lisent, c'est suffisant, après ça chacun fait son rôle hein ! (rire). Après, on ne peut pas faire mieux que ça.

Annexe 2.3 : Entretien, rédacteur en chef (Cyrille Ekwalla), *njangui press*, 28 décembre 2013

Durée : 1h05 min

Présentation personnelle

M : Déjà, j'aimerais savoir si vous êtes le promoteur de *njangui press* ou vous êtes juste un acteur à *njangui press* ?

C.E : Non, j'en suis le promoteur.

M : Pouvez-vous me faire s'il vous plait un bref historique descriptif de *njangui press* ? (vision, création, acteurs)

C.E : heureusement que vous avez dit bref parce que c'est une longue histoire. Euh, *njangui press* est né de quoi ? Il est né du fait que je suis quelqu'un, qui euh... est journaliste ; j'aime beaucoup l'analyse, j'aime beaucoup l'opinion. Euh... Le factuel, j'avoue que c'est pas trop ma force ; donc je suis plutôt analyste, pour bien dire « opinioniste ». Et c'est comme ça que j'ai commencé à publier diverses analyses dans différents sites. Bon je laisse le parcours que j'ai eu ailleurs (hein) dans les médias qu'on appelle internationaux et tout. Euh, lorsque j'ai commencé à écrire sur le Cameroun, j'ai donc commencé à écrire sur divers sites camerounais. Et plus j'écrivais, plus j'avais les gens qui, avec lesquels je changeais. Et je me suis dit à un moment donné pourquoi pas... c'est ça qui regroupe un peu tout ça...

J'ai été contacté, je ne rappelle plus, par une web radio que vous devez probablement connaître « *cameroon voice* ». J'ai animé une émission qui donnait la parole aux auditeurs, voilà sur des thèmes bien précis. Ensuite au sein de « *camerouninfo.net* », euh...où j'ai ... je dirais dans une certaine mesure, je fais encore partie de l'équipe éditoriale, je m'occupe beaucoup plus de la partie opinion ; sauf que euh... « *camerouninfo.net* », les gens viennent beaucoup lire le factuel. Donc ne pouvant pas avoir un espace particulier dédié à l'analyse, à l'opinion, parce que on va retrouver sur la même page ; vous savez comment sont faits les sites internet ; on retrouve dans le même fil de presse, on va retrouver du football, on va retrouver faits divers, on va retrouver la

politique, on va retrouver l'opinion ; j'ai donc décidé de lancer ce qui se voulait d'abord... et au fil de la construction je me suis dit bon je vais pour un site internet et voilà comment j'ai contacté un web designer... (à réécouter à ce niveau ???) après quelque chose m'est venu en tête, j'ai dit c'est euh... un site internet exclusivement dédié à l'analyse et à l'opinion. Ce qui n'est pas courant dans le paysage de la presse qu'elle soit en ligne ou de la presse print, n'est pas coutume, n'est pas de tradition au pays, je vais quand même lancé ça ; voila comment est né *njangui press*. J'espère que j'ai été court.

M : oui, vous avez été court. Seulement j'ai un souci, parce que je ne me repère pas très très bien en terme de date, déjà quand ça est-ce que ça été créé, est-ce que ça évolué

C.E : Ok. Donc ça c'est la naissance, ça été créé en 2... nous sommes en quoi ? On va en passé en 2014... euh (silence + hésitation). Le dv c'est...2010... ça fait 3 ans que *njangui press* existe, en 2010. C'est à ce moment là que ça été créé. Oui, euh... évidemment que ça a évolué que ce soit au niveau de la forme ou même au niveau du fond; parce que la forme que vous voyez maintenant ce n'est pas la forme n'est pas la forme identique ; le web en plus, ça évolue. Puis au niveau de la forme, disons que les choses se sont un peu plus affinées. Il y'avait une grosse équipe de chroniqueurs, des gens qui étaient capables de fournir peut-être un papier à la semaine. Malheureusement, la fréquence n'étant pas euh... suivie, il a fallu enlever ça ; parce que c'était donner de faux rendez-vous à ceux qui nous lisaient. Donc voila, voila à peu près l'évolution, je ne sais pas ... sauf s'il y'a des questions plus en détails, voila plus ou moins l'évolution.

M : Donc si je comprends bien, au jour d'aujourd'hui vous êtes le promoteur principal de njangui press et vous travaillez...

C.E : le promoteur dans le sens... allez-y, allez-y

M : Bon promoteur dans le sens de vraiment la création du site en lui-même, en fait je ne sais pas s'il y'a d'autres acteurs ; parce que par exemple, j'ai mené des études parallèles sur d'autres sites ; et ils disent qu'au départ j'étais seul amis aujourd'hui nous sommes aujourd'hui 04 acteurs, 04 actionnaires dans notre, c'est dans ce sens là en fait.

C.E : ah d'accord, je restais encore sur le plan purement journalistique, sur le plan purement rédactionnel. C'est simple, sur le plan euh... [Comment on appelle ça ?] Globalement administratif, j'ai commencé seul, j'avais un webmaster ; aujourd'hui nous sommes 04. Ça c'est sur le plan purement administratif ; c'est à-dire, il y'a quelqu'un qui va aller s'occuper de la partie technique, il y'a quelqu'un qui s'occupe du marketing si on peut appeler ça comme ça et puis il y'a quelqu'un qui s'occupe des finances. C'est ça que moi j'appelle les actionnaires. Oui au début j'étais seul, mais de vous à moi, euh... à l'heure actuelle, *njangui press* nécessite pas une grosse euh... ce n'est pas une multinationale pour qu'il y'ait 40 personnes qui y travaillent. Euh... je n'ai pas de rédaction propre, parce que *njangui press* sollicite plus des gens dans la mesure où il n'ya pas une équipe de journalistes qui travaille sur les textes ; puisque la plupart des textes qui nous parviennent sont des textes écrits par des gens qui font des analyses, des opinions. C'est-à-dire vous Manuella vous avez, notamment là, vous êtes entrain de terminer votre doctorat en sciences de l'information, je ne sais pas dans quelle spécialité. Mais demain par exemple, un pant de votre étude que vous estimez important, que moi je peux tomber sur ce pant de votre étude et le publier. Est-ce que vous comprenez ce que je veux dire.

M : Oui c'est purement des analyses, je comprends parfaitement

C.E : donc... euh... globalement, c'est ça.

M : Quelles sont les raisons du choix de votre système d'identification visuelle (nom, couleurs, logotype, signature) ?

C.E : Alors (rire). Ce que j'aurais dû vous dire dès le début, c'est que j'ai beaucoup été...je n'en n'ai pas parlé de mes expériences internationales, du moins dans les médias internationaux. C'est parce que j'ai eu des expériences en France, notamment à Radio France Internationale... je suis au Canada maintenant comme Serge a dû vous le dire ou comme vous le voyez. Euh... j'ai travaillé à Radio Canada avant de me lancer dans mon propre business comme on dit ici. Je suis un vieux, vieux lecteur de la presse. J'ai beaucoup été influencé par le monde, le journal le monde. Euh... et...euh *njangui press* que ce soit au niveau de l'identité visuelle ou de la forme est la synthèse de 03 principaux journaux en ligne, il s'agit du : monde.fr, qui a une rubrique bien

spéciale qu'on appelle « le monde » des idées. Le deuxième c'est le « heartington post », qu'on retrouve aujourd'hui le fr. il y'a la version française aujourd'hui, à l'époque il n'y'avait que la version anglaise. Et le troisième c'est « mariane », un magazine français. Ce sont ces 03 web magazines, ce sont ces 03 plutôt journaux en ligne qui m'ont permis de faire une de *njangui press* à travers ce que je voulais que ce soit au niveau de la forme globale du site, de l'identité visuelle comme vous dites. Le logo, il vient, le logo *njangui press* comme vous voyez ; je voudrais retrouver alors, il y'a deux d'identifications ; je voulais retrouver l'ancienne écriture de la presse ça c'est dans les années 40, comment on écrivait, quand vous voyez un peu la police du « monde » ou alors du « *newyork times* ». C'était un peu d'aller retrouver ça ; c'est comme ça que j'écris le *njangui press* sur le fond noir. « Le débat camerounais » oui, parce qu'il existe également le débat africain que mon ami Foka a pris ces dernières années sur RFI. Je me suis dit, comme je focalise sur le débat camerounais, je vais intituler ça le débat camerounais. Je dois vous dire débat camerounais parce que je vous ai dit j'animais une émission radio qui donnait la parole aux Camerounais beaucoup de la diaspora. Et ça débattait, comme on a un gêne en nous qui est celui du débat, les Camerounais ça débat, ça débat, du matin au soir. J'ai donc dit c'est le débat camerounais, quels sont les thèmes on va débattre, c'est le débat camerounais. Le rouge que j'ai choisi, euh... vous êtes en sciences de l'info donc on a dû vous le dire, le rouge est une des couleurs fondamentales de l'édition. Donc voilà pourquoi j'ai choisi le rouge (forte expression gestuelle des mains). J'aurais pu choisir une autre... Je suis très tradition dans certains types de choses. Le rouge va attirer plus que le jaune, vous êtes d'accord avec moi là-dessus... il est évident que c'était ça. Et puis on décline le *Njangui press* en NP, euh... puis... voilà. Ça fait un logo très basique. Je l'ai sur mon coin de table, je dis NP dans un carré rouge, en lettres blanches, terminé, on le fait comme ça. Au début, tout le monde l'a trouvé très banal, finalement c'est parvenu à s'exprimer.

Pourquoi avoir choisi le nom de NJANGUI ? C'est peut-être la question qui serait venue à la suite, j'aurais pu choisir un autre titre ; parce que personnellement je pense que nous avons des termes chez nous, même si on dit qu'au Cameroun on dit que nous avons 220 langues. Lorsque je dis *Njangui*, le Camerounais qui est à Tcholééré comprend ce que ça veut dire, celui qui est à Ambong Mbang comprend ce que ça veut dire, celui qui est à Mamfé comprend ce que ça veut dire. Et donc j'ai appelé ça *njangui press*. Et dans *njangui press* vous comprenez ce que ça veut dire. C'est pour ça que je vous ai dit que *njangui* est plutôt la somme de toutes les analyses qui

viennent à gauche et à droite. On les rassemble et on les met sur un site internet. D'où Njangui et c'est parti comme ça.

M : j'ai une question encore dans ce sens là, il me semble avoir vu plusieurs déclinaisons de votre logo : le petit carré rouge avec l'initiale Np et le *njangui press* en carré gris...

C.E : Oui oui, parce que le petit onglet que vous voyez [comment on appelle ?] le NP lettre blanche sur le carré rouge, effectivement, c'est ça le logo. Le *njangui press* que vous voyez là l'autre bout en carré gris, je pense avec des lettres blanches, écrits en entier *njangui press* ; c'est ça... [comment on dit ça?] si on était dans une formule de média print c'est ça qu'on allait voir un peu comme le gros titre. Pour vous dire, c'est d'une erreur que ceci nait c'est que le *njangui press* en entier il est fait au début. Et puis lorsqu'on fait le site notamment à travers joomla, il vous demande à un moment donné, lorsque vous faites [je ne suis pas un expert de la chose mais je commence à comprendre la chose] dans la barre d'adresse, il vous demande l'identifiant visuel ; et il s'avère qu'il me sortait un genre de sigle, de dessin bizarre qui appartient je pense euh... à joomla, parce que je travaille sur joomla. Et là j'ai dit non, il me faut un genre de logo, un identifiant visuel. C'est là où dans ma tête donc, j'ai dessiné ce truc NP là et j'ai demandé à quelqu'un de me le faire de manière graphique. C'est comme ça qu'on l'a installé et c'est devenu, pour vous dire la vérité, c'est ça qui est devenu la véritable identité visuelle de *njangui*. Ce que vous trouvez maintenant sur le site, que j'utilise comme visuel de skype, que j'utilise sur le Facebook ; de telle manière que le *njangui* en gris et tout, il est même très peu connu. C'est bon ?

M : c'est très bon, c'est très très clair...

C.E : Non, non vous me rassurez. S'il y'a des détails à mentionner, n'hésitez pas

M : Quels sont les objectifs de *Njangui Press* ? Quand vous avez créé *Njangui Press*, quels sont les publics que vous avez voulu toucher ? Et pourquoi ?

C.E : Oh la la la la !!! Alors là, Ça c'est la question qui tue. (rire). Les objectifs, je vais vous dire, je voulais et je continue à le vouloir, faire de *njangui press* l'une, pas la référence, mais l'une des références en matières d'analyses, en matière d'idées de la presse camerounaise, qu'elle soit web ou print ; de toute manière tout le monde est obligé aujourd'hui de passer un peu par le web. Je veux toujours en faire l'une des références. Ça veut dire qu'il y'a telle impression ; on vient voir dans *njangui press* ce que les gens en pensent, l'analyse, l'opinion. Voilà quel est le véritable objectif. Le public que je visais, le tout premier public est celui qui s'intéresse à la haute participation au débat camerounais. Le public recherché il est simple, il est cette classe de Camerounais qui s'intéressent aux débats de société, qui portent sur la politique, sur l'économie, sur les faits sociaux en tant que tels mais aux débats de sociétés. Ce public c'est lequel ? Ce sont les décideurs politiques, les décideurs économiques, c'est vous, vous Manuella, ça veut dire quoi ces étudiants en fin de cycle notamment en deuxième, troisième cycle. Ce sont évidemment les professeurs d'université. C'est ce public là. *Njangui press* n'a jamais voulu être un généraliste et ne sera jamais un généraliste. Et ne sera jamais un généraliste de toute façon. Le public est vraiment très précis. C'est ceux qui savent, qui vivent pour les idées et pour l'analyse. Je ne pense pas que je puisse être plus euh... [je dirai quoi] plus détaillé que celui là. Ce sont les étudiants, les étudiants en fin de cycle, c'est je ne dirai pas les cadres administratifs, parce que il y'a des cadres administratifs que le débat n'intéressent pas. Ce sont les décideurs politiques, les décideurs économiques, les penseurs, les journalistes, élites voilà un peu.

M : et ces élites, ces penseurs là, je suppose que ce sont des Camerounais. Bon maintenant...

C.E : oui bien sûr ! Alors, excusez-moi ! Ce sont des Camerounais au début parce que comme je vous ai dit, le site a énormément évolué. Parce que comme je vous ai dit, nous avons privilégié à un moment donné une rubrique que j'appelle notamment VISAFRICA qui traite de problèmes, de problématiques africaines. Mais que je dirai, qui sont même des problématiques transafricaines ; parce que je vais vous prendre un exemple, même si ce n'est que la guerre ; mais que ce soit la crise ivoirienne, je pense même que les Camerounais en ont plus parlé que les Ivoiriens, que ce soit ce qui se passe en république centrafricaine qui est quand même une de nos frontières, que ce soit ce qui se passe aujourd'hui au Sud Soudan ce sont des problématiques qui nous intéressent. Euh... le problème de mine dans le Congo, c'est aussi des problèmes qui

peuvent nous intéresser. Donc ce n'est pas essentiellement camerounais mais majoritairement camerounais.

M : là c'est vu de manière globale, si je vous demandais maintenant quel est votre cœur de cible ? Ok, d'accord, vous m'avez dit que vous voulez toucher tous ces gens là ; je suis parfaitement d'accord. Mais si je vous demandais quel est votre cœur de cible, est-ce que ce sont les Camerounais en général [bon je parle de la majorité, c'est pour cela que j'insiste sur la majorité] de partout ou ce sont les Camerounais de la diaspora en particulier ?

C.E : je souhaitais, je préfère le dire comme ça, je souhaitais toucher les Camerounais en général. Et évidemment les Camerounais qui sont au pays ; dans la mesure où il constitue la majorité. Et que euh... ces analyses là, étant donné qu'une analyse a pour objectif d'amener quelqu'un de se faire sa propre idée euh... je pense que s'il ya des changements à faire que ce soit dans la mentalité, dans la manière de manager les entreprises, tout un tas de choses de ce genre là ; c'est très ambitieux, je sais que mais ; s'il ya des changements à faire, c'est cette majorité là qui est sur place au pays, qui devrait être pionnière de ce type de mouvement là. Donc mon souhait était de la toucher en premier. Mais vous et moi connaissons euh... je dirais la faiblesse de la pénétration d'internet dans notre pays ; donc il est évident que je les toucherai moins. Donc inévitablement, ou je dirai à contrario ça plutôt intéresser beaucoup plus les Camerounais de la diaspora. Donc le cœur de cible, comme vous dites, il vient par défaut. Même si, maintenant je sais que dans le protocole j'ai cru voir ça, lorsque j'analyse la provenance de ceux que j'appelle aujourd'hui les « njanguinautes », je peux vous dire que le Cameroun est en deuxième position après les USA... Donc vous voyez c'est un peu un cœur de cible que je n'ai pas... comment je peux dire ça..., il y'a le cœur de cible que le promoteur, ou du moins ça peut être un banquier donc je préfère dire, il y'a des cœurs de cibles que le directeur éditorial peut avoir, peut souhaiter dans sa tête et il y'a une réalité après.

M : D'accord, comment est-ce que vous pouvez positionner *njangui press* par rapport aux autres sites d'informations générales qui existent sur la toile ?

C.E : Oh j'adore cette question ! Pourquoi, j'adore cette question parce que nous avons beaucoup de ce type de débats, quand je dis parmi nous, c'est-à-dire dans l'espèce de petit... dans l'espèce d'environnement journalistique camerounais, il y'a toujours ces espèces de débats que j'appelle un faux débat parce que nous n'arrivons pas à classifier la presse et pourtant Manuella, vous êtes doctorante en sciences de l'information ; vous vous le savez, il n'existe pas la presse ; il y'a des segments dans la presse. Mais nous au Cameroun, nous n'avons pas euh... encore, je ne sais pas si c'est un manque de volonté, de le faire. Je vous l'ai dit dès le début, que *njangui press* se présente comme, comment dire ça, comme un webzine d'analyse et d'opinion. Vous comprenez ? Donc ça n'est pas... alors, si je veux..., bon je vais même... je ne vais pas vous faire un cours là-dessus ce serait vous insulter parce que vous le savez déjà, il y'a la presse écrite, il y'a la presse web, euh... nous n'arrivons même pas déjà à faire la différence entre ces deux formes là chez nous. Bon, il y'a des journaux écrits, des journaux imprimés qui sont supposés avoir des sites internet. Ils n'y arrivent pas encore tous malheureusement. Et pourtant il faut qu'ils aient des sites internet dont le contenu est probablement, doit être différent de ce qu'on a dans la presse écrite. Mais en plus de ça, ce sont des généralistes c'est-à-dire qu'ils vont vous parler de politique, de politique internationale, de social, de sport, du train qui a cogné quelqu'un à la montée anne- rouge, et voilà, ça va vous parler de tout ça. Et il y'a la presse sportive qui ne vous parle que de sport ; il y'a la presse qui ne vous parle que de science et il y'a la presse scientifique qui ne vous parle que de science et il y'a une presse qui vient et qui ne fait que de l'analyse. Dans d'autres pays, vous aurez même des revues scientifiques, vous vous êtes universitaire, il y'a même des revues scientifiques. Ok ? Et il y'a une autre presse qui elle, ne fait que et quand on dit qui ne fait que, il est évident que lorsque on a un hard news comme je ne sais pas moi, « Mandela est mort », ce n'est pas parce que on fait de l'analyse, qu'on ne va pas parler de ça. Mais disons qu'essentiellement le contenu est un contenu analyses, opinions, idées. Par conséquent je ne me classifie pas euh... auprès des autres sites internet. Mais comme nous n'arrivons pas à le faire... on est toujours obligé... évidemment on va comparer *njangui press* à *camerouninfo.net* on va comparer *njangui press* à *camer.be*, on va comparer *njangui press* à *237online*, on va comparer *njangui press* à *je wanda magazine*. On va même nous comparer à des blogs personnels. Pourtant nous ne faisons pas la même chose ; moi je vous dis, moi je n'ai pas l'équipe rédactionnelle, j'ai 02 personnes globalement... bon la chance que j'ai, c'est que je suis et nous ne sommes pas nombreux, l'un des rares promoteurs de la presse web camerounaise

qui soit d'abord journaliste. Ça je peux vous le dire, vous avez peut-être discuté avec certains, euh... je vous dis, vous me citez aujourd'hui des journalistes qui sont promoteurs de la presse web camerounaise, je peux vous dire celui-ci vous a menti ; tel autre vous a dit la vérité. Celui-ci vous a dit la vérité. Bon, donc ça fait que avant de prendre des articles et de les mettre à la pelle sur le site (sourire) ; moi j'ai la capacité de lire un article, de le corriger, de rééditer avant de le publier. Donc me classer par rapport à eux... il est évident qu'en termes de euh... de nombres de clics je suis parmi les derniers de la classe; parce chez moi je ne suis pas limité par l'espace, par le nombre de si on prenait ... je ne demande pas un article du genre, voilà fait moi un 250 mots; parce que en 250 mots lorsque tu veux véritablement exprimer vraiment quelque chose ce serait du mal. Les gens m'envoient des articles parce qu'ils savent que ça va passer ; parce que c'est des analyses à n'en plus finir tellement c'est long. Mais c'est fait pour ça, voilà donc je vous réponds tout en ne vous répondant pas. Mais juste parce que vous me demandez l'occasion de marquer le... (trou ???)

M : Donc si je comprends bien votre ligne d'éditoriale à vous est centrée sur l'analyse, l'd'opinions, le débat d'idées.

C.E : Oui je l'affirme haut et fort. Voilà la ligne éditoriale, [euh... comment on dit ça ?] là c'est définit, voilà celle qui est établit, c'est celle que nous voulons, c'est celle qui est l'essence de *njangui press*. Euh... Maintenant dans la réalité, est-ce que nous arrivons vraiment à le faire, et à maintenir ça comme... c'est là peut-être la particularité que, du moins le point comment que, j'ai avec les autres sites internet dans une certaine mesure. Il y'a des choses qu'on veut, encore une fois, mais qu'on n'atteint pas nécessairement, qu'on n'atteint pas nécessairement... je vais vous raconter une petite anecdote, qui peut être va vous aider à comprendre un peu mieux ce qu'il ya dans une certaine mesure derrière *njangui press*, en partie, parce que ce n'est pas seulement ça le fondement de *njangui press*. Euh... tout à l'heure je pense même que j'ai fait une erreur parce que, parce que le premier, le jour où on met *njangui press* en ligne, c'est euh... (C'était même quel jour du mois de février 2011... euh), parce qu'on avait loupé certaines choses dont on ne pouvait pas sortir au moment où on le voulait. Donc en fait c'est en fait en février 2011 qu'on sort, février nous commémorons (on va dire ça comme ça) les évènements de février 2008 qui ont eu lieu au Cameroun dans le sens où... (Vous savez de quoi je parle ?)...

Je suis journaliste, je suis promoteur de *njangui press* ; mais il faut que vous sachiez que je m'intéresse aussi beaucoup à la politique évidemment. Donc Il est évident que ce sont des évènements qui ne pouvaient pas me laisser indifférent. Mais au-delà de ça, n'oubliez pas qu'au mois d'octobre 2011 on prévoit des élections présidentielles. Donc il y'a tout un bouillonnement d'idées parfois, pas beaucoup mais d'idées, d'analyses un peu, d'opinions beaucoup dans la sphère, je dirai politico-médiatique du Cameroun, essentiellement en diaspora. Chacun veut s'exprimer, chacun va s'exprimer bien, mal. Ce n'est pas grave. Chacun y va. Et comme je vous dis, je reçois toutes ces informations là, c'est chacun qui veut publier, évidemment étant à ce moment là en charge de..., du moins faisons parti de l'équipe éditoriale de camerouninfo.net. Tout le monde m'envoie son papier parce qu'on se dit on va aller dans le site du numéro 1 camerounais. Il faut que mon papier sorte. Donc je dis, tout ce bouillonnement là ; mais pourquoi on ne va pas faire comme dans les grandes démocraties ; on va mettre ça dans ce qu'on appelle dans un site analyses-idées. Et puis voilà, les idées se confrontent mais pour les clubs ainsi de suite... au-delà de ça je fais parti d'un certains nombres de forums parmi lesquels les forums politiques, les forums sociaux... mais qui sont en même temps des forums de mélange d'un peu de tout. Et au contraire ça brasse, beaucoup de gens écrivent anonymement derrière des claviers ; dites voila je m'appelle Cyrille Ekwalla, voici ce que je pense, je l'écris et on va le publier. Voila comment naît *njangui press*. Donc comme je vous dis, la ligne éditoriale, elle est là. Elle est placée en se disant tout ça varie. Mais je dois malheureusement Manuella vous dire que euh..., quand je vous ai parlé tantôt de la réalité, je dois vous dire quand même que à un moment donné ; je ne dirai jamais que j'ai eu une désillusion, non il ne faut jamais être désillusionné si non on ne fait pas ce métier là, euh... je l'ai été parce que tout ce qui disaient oui on va écrire, oui on va faire ceci, oui on va faire cela... lorsqu'il a fallu faire cela beaucoup sont entrés dans les « sissonghos » comme on dit , vous voyez ? Ça fait que ça réduit considérablement ce qui aurait pu faire la source d'informations de *njangui press*. Donc je suis allé solliciter d'autres personnes. Pousser des gens qui d'habitude n'écrivaient pas, et qui se sont dits ah beh... mais tient on nous offre un espace où écrire ; donc voila on va écrire. C'est un peu ça ; donc voilà c'est un peu ça *njangui press*. Donc voilà, je vous dit oui, voila la ligne éditoriale, nous n'en demandons pas mais on tient aussi compte de la réalité.

Je sais que je suis trop bavard, je sors peut-être du sujet que vous voulez, mais voila quoi !

M : Non, Non vous êtes dans le sujet...

C.E : Ok ! Allons y ...

M : là je vais passer à la deuxième partie qui porte sur le fonctionnement et le financement ; Bon, vous m'avez plus ou moins parlé de votre équipe actuelle ; mais je préfère reposer la question pour savoir si j'ai bien compris : comment se compose votre équipe actuelle au jour d'aujourd'hui ? Est-ce que vous pensez l'élargir et pourquoi?

C.E : euh... alors... euh... comment elle se compose ? Je vous ai dit, je suis euh... promoteur qui dit promoteur dit principal « argentier ». Je suis sur fonds propres, sur fonds propres euh en diamant, pour vous dire très honnêtement. *Njangui press* n'est pas tellement un site qui ne rapporte pas ; dans le sens où la publicité sur *Njangui press*... Les gens ne viennent pas beaucoup sur *Njangui press* parce que j'ai du faire face à certains refus du fait que ; premièrement nous n'étions pas populaire ; mais de deux c'était beaucoup politique. Donc ça réduit énormément le nombre de potentiels d'annonceurs. Mais je n'en déments pas puisque j'essaie d'aller chercher des annonceurs, je dirai, institutionnels des gens qui ne serait-que parce que 'il y'a une conférence euh... à tel endroit, lui il essaie de faire cette annonce. il estime que dans *Njangui Press* il a un public, donc voilà un peu globalement. J'ai quelqu'un depuis un moment qui va m'aider dans cette tâche ; c'est là où je vous ai parlé de la personne en marketing. J'ai euh... 01 collaborateur web, pour le côté web un peu quoi, je vais dire le côté technique. Et puis j'ai, je dirai que j'ai 02, 03 collaborateurs mystérieux, informels qui ne sont pas dans la structure en elle-même ; parce que ce sont des gens qui sont... avec qui je discute un peu plus sur la ligne éditoriale, voyez-vous ? Encore ce que je vous ai dit que le fait que nous ne soyons pas un généraliste...

Donc concernant la composition de l'équipe l'actuelle ; je vous disais, nous étions à peu près 04 personnes, je dirai, de manière formelle. Et puis que j'avais peut-être 02 autres personnes de manière informelle qui m'aidaient plus sur le plan éditorial, avec lesquels je discutais un peu des choix éditoriaux. Maintenant quant à la question, est-ce que je compte élargir l'équipe euh... je vous dirais... dans l'idéal je compte élargir l'équipe. Mais si je dois l'élargir ; ce serait beaucoup plus pas sur le plan technique, pas sur le plan financier ; ce serait beaucoup plus pas sur le plan

technique, pas sur le plan rédactionnel, pas sur le plan financier, ce serait beaucoup plus sur le plan marketing ; parce que on beau être un site d'information analytique, d'informations d'idées ; on a besoin quand même de justement de se faire connaître pour avoir le maximum de gens qui sont susceptibles de nous faire parvenir leurs articles quoi !

M : D'accord ! Et...

C.E : Vous voyez là par exemple, on a eu la chance de discuter aujourd'hui. Vous êtes entrain de faire votre travail, il est évident que euh... je sais que je n'ai même pas besoin de vous le demander, je m'attends à le recevoir ne serait-ce que pour ma propre lecture. Hein ! Et comme j'ai souvent fait, je prends souvent des extraits justement soient des thèses, de mémoires, des choses comme ça que je publie sur des angles bien précis parce que j'estime que voilà, il y'a aussi un public pour ça.

M : et, est-ce qu'il vous arrive de travailler en collaboration avec d'autres organismes ou organes de presse ?

C.E : Alors oui ! J'ai travaillé avec euh... en collaboration avec d'autres organes de presse essentiellement du Cameroun. Certains sur une base formelle ; d'autres sur une base évidemment (rire) informelle mais que j'ai arrêté c'est-à-dire que, si je prends un journal comme le journal euh... la nouvelle expression qui a une page « rebonds », c'est une page dans laquelle on retrouve des idées, de l'analyse c'est un peu leur page, voilà, un peu comme je vous disais la page idée du *Monde* . J'ai eu, je dirai quoi, une lettre de protocole avec leur directeur de publication Valentin Zinga ; pour lui dire qu'à chaque fois que je verrai un la page « rebonds » article intéressant, je le reprendrai sur mon site. Il s'avère que à chaque fois que euh... il y'a un article publié dans cette page ; l'auteur généralement, comme c'est quelqu'un qui vient très souvent de ce qu'on appelle la société civile ; bon ça peut être un universitaire, ou quelqu'un du milieu économique ou même un politique ; très souvent, en dessous de l'article, de leur nom ils mettent leur adresse internet parce que ils souhaitent par exemple des réactions. Il s'avère que moi je rentre en contact avec gens. Et finalement chaque fois qu'ils ont des tributs ils me les envoient et je n'ai plus besoin de passer par *la nouvelle expression*. Ça c'est ça comme je vous

dis... d'autres choses que j'ai eu à faire, c'est que je voyais un article dans *le jour* je prenais ou... Et puis récemment j'ai arrêté ça parce que c'était... on a eu un petit débat sur un forum de journalistes camerounais ou ça passait pour être du vol d'article ; même si moi j'ai toujours mentionné... il faisait allusion à d'autres sites ; mais étant donné que ça faisait un débat, j'ai arrêté ça parce que je mentionne toujours la source de l'article. Je mentionne toujours la source de l'article, je prends un article ; je vais mettre voilà, il est signé de Manuella, et je mets source *le jour*. Ça veut dire qu'il vient de *le jour*. Mais j'ai arrêté de faire ça, premièrement parce que je trouvais de moins en moins d'articles intéressants, du moins qui m'intéressent par rapport à *Njangui press*, j'en trouvais de moins en moins. Et je suis allé vers d'autres magazines, vous devez connaître mondialisation ?

M : Non

C.E : Bon, ok. C'est un magazine international *mondialisation.ca* qui a aussi une version anglaise avec lequel j'ai un partenariat correct ; voilà je prends des articles chez eux. J'ai une amie qui est à la tête de *journalducameroun*, c'est *journalducameroun.com* ; voilà, avec elle il n'y'a pas problème, c'est-à-dire que, je viens je prends ce que je veux ; du moins sa page opinion aussi, voilà je publie aussi. Oui voilà, j'ai quelques comme ça quelques relations, des partenariats aussi avec des organes de presse. J'ai aussi des collaborations avec des radios parce que il n'ya pas que la partie écrite ; il peut avoir des trucs avec des radios parce que il y'a des émissions comme sur *kalak fm*. Une émission qui va m'intéresser ; je peux la reprendre pour la remettre sur le site normalement. Voilà un peu en gros ! Evidemment, bon je vous ai parlé de *camerouninfo.net* et ça c'est parce que comme on dit, j'ai aussi le pied dedans. Donc à priori avec *cemrouninfo.net*, je viens je prends, eux ils prennent ainsi de suite quoi.

M : Est-ce que vous pensez que votre site internet peut être considéré comme un média commercial ou pas du tout ?

C.E : Pas du tout. Mais peut-être que vous allez m'aider. C'est quoi un média commercial.

M : parce qu'en fait quand je dis media commercial, ça veut dire que bien qu'il donne des informations, il a aussi pour but de rapporter des sous pour la survie de l'entreprise ou du groupe.

C.E : ah Ok ! Bon, d'accord ! Peut-être c'est la question qui m'a trompée. Est-ce que le fait qu'il donne des informations, *Njangui press*... oui *Njangui press* euh... aujourd'hui ça fait parti d'un groupe. Mais *Njangui press* c'est une entreprise. Ça doit rapporter. Je ne fais pas de mère Theresa de l'information. Non ! L'idée comme je vous ai dit, c'est que ça doit rapporter des sous. Autant mettre tout de suite, je dirai quoi une alerte. Je ne fais pas payer le moindre article dans *Njangui press* ; ça vous permettez Manuella, je souhaite que ce soit bien mis en avant parce que je sais que c'est une pratique qui existe chez nous. Peut-être que là où vous êtes, ça va vous surprendre, mais sachez-le dans notre pays de vous et moi, et même dans certains de nos médias qui sont à l'extérieur mais qui sont entre les mains de Camerounais... c'est pour ça je vous disais, que je me vante beaucoup d'être l'un des rares journalistes camerounais d'un media web en diaspora. Il y'a cette pratique, moi je ne fais pas vendre pas d'articles. Je ne vends d'articles. Ok ! Je ne vends pas d'articles. On ne me paie pas pour dire ; ah tiens mets moi ça sur ton site ! Non ! Ou si tu veux mettre ton... Non ! C'est pour ça je ne fais pas de publi, je ne fais pas de publi-reportage. Si tu veux un publi-reportage, moi je détourne ça en article, pas en faisant semblant. Je te dis écoute, je préfère que tu prennes de la pub et quoi je fasse un article normal de journaliste où éventuellement s'il y'a des choses que je peux critiquer, je critique ; mais je ne vends pas d'articles. Bon ça c'est une chose Maintenant *Njangui press*, *Njangui press* est une entreprise, il faut bien qu'il paie ne serait-ce que mon abonnement, mon hébergement. Vous êtes bien d'accord avec ça. Bon c'est pour ça que je vous dis, euh...comment on dit ça, *Njangui* ça fait partie d'un groupe. En fait j'ai un groupe que j'ai créé qui s'appelle CYRCOM images et sons. Alors, CYRCOM aujourd'hui qui est, c'est la société qui édite *Njangui press* ; c'est la société qui édite, vous n'avez pas peut-être entendu parler de ça, *Njangui Tv*...

M : Dans ce cas donc, pensez-vous que votre site internet soit économiquement rentable ? Et pourquoi ?

C.E : Pour le moment, il ne l'est pas. Pour le moment il ne l'est encore puisque qu'il ne rapporte pas encore de l'argent. Mais je pense, j'ai bon espoir qu'à la fin il va être rentable. J'ai bon

espoir parce que je pense, j'ai l'espoir qu'à la fin il va être rentable. Euh... pourquoi ? Tout simplement parce que je pense qu'au fil du temps je suis entrain de trouver véritablement ; on parlait tantôt de la... Vous me posiez la question sur le cœur de cible. Je pense que véritablement je suis entrain de l'atteindre. Je pense que l'intérêt pour le contenu du site aujourd'hui il est là ; c'est-à-dire qu'on a passé la phase de la curiosité. Euh... vous faites paraître un magazine, je ne sais pas trop quoi, un nouveau media ; Il y'a toujours un esprit curiosité qui attire la masse et après ça retombe. Puis vous stabilisez les choses. Donc on est dans la phase où, je dirai que c'est stabilisé et ceux qui viennent maintenant, viennent parce qu'ils savent ce qu'ils viennent chercher. Il s'agit aussi bien de lecteurs que de certains des annonceurs qui sont entrain de m'a.... [du moins pas de m'approcher parce que je ne vais pas non plus me prendre pour le pape], avec lesquels je suis entrain de discuter et qui me font comprendre qu'ils veulent annoncer plutôt dans *Njangui press* tout simplement parce que ils trouvent que... ils pensent que le public de *Njangui press* ... qu'ils imaginent à travers ce qui est publié est le public qui les intéressent. Bon je pense que oui ; ça va être rentable, ne me demandez pas dans quel délai, je ne saurais vous répondre ; mais je pense que euh... oui, ça va être rentable (hésitation) dans une certaine façon, même si dans ce domaine là oulalallala on sait dans ce milieu là, être rentable économiquement mon Dieu; il faut se lever tôt le matin quoi!

M : Vu que le site n'est donc pas économiquement rentable au jour d'aujourd'hui, comment donc vous le financez : est-ce que c'est vous qui le prenez en charge entièrement ? Ou existent-t-il des services payants sur le site ? Ou est-ce qu'il y'a d'autres sources de financements de bénévoles

C.E : Non, non... voila, c'est ce que je vous ai dit tantôt. Je vous ai dit que euh... comment on dit ça ? Pour le moment, du moins, dès le départ il a été en fonds propres. Il continue à être majoritairement, c'est moi qui suis le principal argentier. Maintenant, il y'a d'autres formes de financements qui sont plutôt du financement de bénévole ; dans la mesure où j'ai, je vous dis, [comment on dit ça ?] j'ai des espèces de gens qui vont venir, qui vont me dire écoute, on voit comment tu es entrain de pousser, on veut te donner un coup de main, on va te donner une aide, des choses comme ça. Mais le financement commercial, le financement issu de la pub, euh... non, on ne l'a pas encore.

Présentation de la troisième partie de l'entretien

M : Concernant votre politique éditoriale, comment est-ce que vous définissez la stratégie ? Est-ce que c'est vous ? Est-ce que vous définissez avec votre équipe ?

C.E : Euh ... ok ! Au risque d'être redondant, c'est un peu ce que je vous ai dit tantôt quand on discutait la ligne éditoriale, elle a été dès la base principalement définie par moi. Ensuite, je me suis attaché les... je ne dis pas les services parce que je ne les paie pas, c'est l'amitié de 02 personnes comme ça à travers... notamment une qui est en France, qui est plutôt dans le droit, et puis une qui est aux USA ; qui est oui dans le droit aussi. Je dirai plutôt une universitaire qui est proche du politique, qui, avec lesquels j'ai des discussions. Ce qu'on appelle régulièrement (rire), dans les autres journaux normaux, je dirais dans les des conférences normales, des conférences de rédactions. Moi avec eux, c'est plutôt des discussions que nous avons comme ça : des espèces de conférences skype de tout et de rien. Nous refaisons le monde, et évidemment on commente ce qui se passe dans *Njangui*. Bon voilà il y'a ça, il y'a ci. Depuis un moment, voilà je suis entrain de constater et ainsi de suite. Je dirai qu'aujourd'hui on la définit plus ou moins à trois. On va dire qu'on a une équipe de 03 personnes qui définit un peu la ligne éditoriale mais je reste effectivement le maître d'œuvres.

M : d'accord, mais je vais un peu pousser encore plus dans cette question là. Comment est-ce que vous effectué la sélection des informations que vous allez diffuser ? Je m'explique : lorsque vous vous rassemblez à trois pour décider de votre stratégie éditoriale, quel type d'informations vous vous considérez comment fait d'actualité ? Est-ce que ce sont des affaires d'ordre sociales, politiques, économiques, culturelles ? Ou juste, vous mettez une thématique pour une semaine, et des gens vous proposent des articles ? Ou vous prenez des articles comme ça sur le tas ?

C.E : euh... j'allais vous... dès le début de la question comment vous sélectionnez... j'allais vous répondre de manière très laconique en vous disant de manière arbitraire, subjective. Euh... je vais même peut-être vous faire sourire, je vais vous dirait même de manière dictatoriale. Je voulais... non, non je le dis en souriant un peu mais derrière ça il y'a une cohérence. Lorsque on se lève un matin et qu'on décide de mettre sur pied un magazine d'informations, d'analyses, d'idées et d'opinions ; vous imaginez bien que la personne qui a l'idée, est aussi quelqu'un qui a

aussi peut-être certaines opinions. Si non on ne le fait pas ; je ne me lève pas comme ça et je me dis, ah ben tiens, ça me tente de faire un truc d'analyses et d'opinion alors que je n'en ai rien à faire si vous me permettez la vulgarité. Non, c'est parce que à la base déjà, je suis quelqu'un qui plutôt a des opinions pas nécessairement tranchées, mais qui a un certains nombre d'opinions. C'est pourquoi je vous dis, je ne suis pas un journaliste pour l'information factuelle. Je l'ai fait comme tout le monde, mais avec l'expérience et les années, je suis plutôt passée dans la phase... euh... je vous dirais même j'ai un peu fait tous ces sujets là, ça veut dire que la chronique, l'éditorial, l'analyse et beaucoup plus penché pour l'analyse politique. Donc vous imaginez que le choix des articles il est aussi d'une certaine façon influencé quoi que j'en dise. Quoi que j'en dise, il est influencé. Mais pour vous dire que tout ceci découle d'une certaine logique, lorsque je vous ai parlé tantot de l'expérience que j'ai eue à... avec une web radio du nom de *cameroonvoice* où j'animais une émission qui s'appelait « antenne libre » ; où je choisissais une thématique et je disais maintenant je vais vous écoutez là-dessus ; je faisais intervenir un expert sur le thème et ensuite je donnais la parole aux auditeurs. Je peux vous dire que l'une des satisfactions si je peux appeler ça comme ça , que j'ai a été de voir le nombre d'auditeurs qui me disaient « ah ! Cyrille on a été très surpris, parce que connaissant vos opinions, on a été surpris que vous traitiez ce sujet de la sorte. Ça veut dire que vous ne mettez pas vos opinions en avant, vous nous laissez nous exprimer... » et là, vous comprenez que je parle plus d'opinions politiques. Par conséquent quand j'arrive à *Njangui press*, l'information notamment politique sur le Cameroun, est une information d'abord critique envers, (comment on appelle ça) envers la situation actuelle. Mais ce n'est pas pour autant que je ne mets pas le contre-poids. Je reste journaliste avec un minimum, je n'aime pas (rire), je dis toujours qu'il n'ya pas de journaliste objectif ! je dis il y'a un minimum d'honnêteté dans mon travail. Ça veut donc dire que lorsque je suis sur des thèmes politiques, je mets aussi des tribunes qui dans une certaine mesures encensent ce qui se fait actuellement. Si on estime, il y'en a qui estiment, je vais utiliser des choses concrètes ; s'ils y'en a qui estiment que l'émergence 2035 au Cameroun n'est pas une utopie, je vais dire voila tel pense que l'émergence 2035 au Cameroun n'est pas est une utopie. Voici pourquoi il le dit. De l'autre côté, il y'a quelqu'un qui ne dit pas. Donc je vous ai dit au début que je le fais de manière subjective, de manière dictatoriale. Non, il y'a quand même un minimum d'honnêteté intellectuel. Nous ne travaillons pas sur une thématique à la semaine, mais plutôt des sujets, j'ai bien aimé votre expression, des sujets pris sur le tas. Ce d'autant plus que

dans ce milieu là (je vais finir avec ça sur cette question là), l'information que vous allez voir sur *Njangui*. Il arrive qu'une information qu'on publie reste une semaine, parce que elle peut être tellement longue ; que nous la laissons. Nous ne sommes pas [je reviens encore là dessus], nous n'avons l'épée de Damoclès au dessus de la tête de... donner de la gnose comme ça toutes les 30 minutes. Non ! Moi je suis... *Njangui press* c'est de l'analyse ; tu prends ton temps, tu viens tu lis peut-être la première page ou la deuxième page ; tu repars parce que tu as discuté avec des amis. Tu reviens pour relire, pour discuter encore, bien affiner ton opinion. Voilà globalement *Njangui press*. c'est pour ça que la ligne éditoriale est une ligne... comment dire ça, nous ne sommes pas contre quelqu'un, nous ne sommes pas pour quelqu'un ; mais euh... nous sommes pour l'analyse, l'analyse argumentée...

M : Et si je vous demandais de faire une évaluation de votre site depuis sa naissance ? Et quelles sont vos perspectives d'avenir ?

C.E : Permettez-moi Manuella, de ne pas répondre à la première partie de la question. Quand je vous dis ça, c'est parce que je suis mal placé pour répondre à cette question. Euh... et Je vais euh...même expliciter un peu cette réponse là, ou cette non-réponse. Euh... je vous ai dit, (silence) c'est très difficile de sortir, ça il faut déjà que vous le sachiez, comment on dit ça, de sortir du lot de notre (on va dire ça de)l'environnement de la presse, de sortir du lot. Je ne vais même pas parler du marché de la presse ou le marché publicitaire... bref le monde de la presse, on n'a pas encore ; je sais que je ne fais pas des amis dans le... chez les confrères et consœurs de la presse mais nous n'avons même pas encore ce que j'appelle un paysage de presse. Donc je suis très mal placé pour vous donner un avis quant à son évaluation...

Njangui press a sa place dans le milieu de la presse au Cameroun, parce que il y'a un public qui est très intéressé par le type d'informations et la formes qu'utilise *Njangui press* pour donner ces informations là. Donc il a sa place. L'évaluation depuis 3 ans, non, j'en suis encore à mes... parce que j'en suis encore, [ça vraiment je vous ai dit que je vous réponds pas mais je vais vous faire une confidence] j'en suis encore à mes balbutiements. Là où je rêve *Njangui press*, j'en suis encore très loin, ça je vous dis honnêtement. J'en suis encore très loin, parce que je rêve d'un *Njangui press* où vous Manuella doctorante en sciences de l'information, vous pouvez vous levez et dire ok, je vais regarder *Njangui press* et j'ouvre sa rubrique médias. Mais quand j'ouvre sa rubrique médias qui n'existe pas encore parce que vous le voyez. C'est parce que je veux voir

par exemple quelles sont les nouvelles tendances dans le traitement de l'information aujourd'hui. Voilà le genre de rêves que j'ai pour *Njangui press* ... qui ne... je ne remplace le cours que vous avez à l'université mais c'est parce que un expert comme Bizani vient de découvrir qu'il y'a une nouvelle façon... j'avais fait un travail sur la nouvelle tendance nord-américaine qui était que les journalistes devenaient de plus en plus des... c'est-à-dire que quand on faisait un papier aujourd'hui, on ne devait plus juste répondre aux 05 questions basiques mais maintenant on leur demandait aussi d'expliquer. Voilà on vient, on regarde ça dans la rubrique médias. Voilà mes rêves pour *Njangui press* donc j'en suis très loin. Ça m'amène à faire la transition avec la deuxième partie, elles sont les mêmes que celles établies depuis le début qui sont celles de dire que je souhaite avec les quelques personnes qui m'accompagnent et celles qui m'accompagneront au fil du temps, faire de *Njangui press*, là pour la première fois je vais parler en terme de, aujourd'hui je vous dirai dans un délai de 03 ans. Je souhaite de faire de *Njangui press* comme je vous l'ai dit depuis le début une des références dans la presse camerounaise en termes d'analyses. Vraiment je préfère parce que vous savez dans l'analyse on va retrouver l'idée, on va retrouver l'opinion ; donc comme globalement on se place comme un web... un magazine d'analyse. Je souhaite en faire l'une des références. Je sais que je suis un peu redondant mais c'est que quand je parle de Njangui, je deviens passionné. Euh... levez-vous un matin, ouvrez une rubrique média ; c'est parce que j'aurai pompé des pants entiers de votre mémoire mais que je mettrai parce que j'estime que ça peut aider d'autres. C'est ce que j'ai fait avec un nombre de, comment ça s'appelle, dont une fille au Cameroun qui a travaillé avec moi un peu, je ne sais pas si vous connaissez, peut-être de nom, Carole Yemelong, qui est aujourd'hui rédactrice en chef de Sweet fm.

M : oui, je connais Carole Yémelong, c'est une camarade de promotion à l'université de Douala

C.E : Bon voilà Carole Yemelong, quand j'ai fais *Njangui press radio*, Carole Yemelong était correspondante à Douala. Elle est passée à *Sweet*. Son mémoire euh... elle a fait un mémoire récemment, j'ai eu à faire une mouture là-dessus. Je lui ai dit ok, regarde il y'a ici des aspects qui m'intéresse que je publie parce que ça va aider les plus jeunes qui vont venir lire ou même ça peut aider à un certain point, les directeurs de rédaction ou des directeur de publication qui se rendent compte que vous leur parler des choses internes qu'ils peuvent améliorer. C'est la même

chose que vous et moi Manuella, on est entrain de faire aujourd'hui. J'aimerais avoir ce genre de rubriques. Voila je vais me taire, si non on va y passer la journée. Globalement, moi je ne mettrais pas en avant euh... les perspectives financières ; parce que ça c'est secondaire, les finances ne sont que la conséquence du produit que vous présentez aux gens. Vous pouvez présenter un produit moche et vous faire de l'argent là-dessus, bon écoutez, tant mieux, il y'en a des gens qui le font. Moi ce n'est pas mon truc. Je préfère avoir quelque chose de crédible, de solide. Et je suis sûr que l'argent, donc la perspective financière, *Njangui* être rentable économiquement, comme vous me posiez la question ça va venir. Avant d'être rentable économiquement, je voudrais déjà retrouver l'équilibre zéro. Pour le moment, je ne vais pas dire que je perds véritablement de l'argent parce que je ne touche pas une masse salariale énorme hein ! Mais ce qui m'intéresse en termes de perspectives c'est d'abord la perspective en termes d'impact ; dans le sens où, on veut des analyses on va dans *Njangui*. Et puis après on aura la partie financière, voilà un tel qui, demain vous allez publier un livre, je ne vous donnerai pas pour annoncer votre livre avec sa couverture dans *Njangui*, je ne vous donnerai pas le prix d'une annonce normale, ce d'autant plus qu'aujourd'hui grâce à ce petit entretien on est entrain d'établir une relation. Donc voilà, c'est un peu ça *Njangui*.

M : Et si je vous demandais de me parler de votre lectorat. Qui est-il ? Est-ce que vous savez des outils qui vous permettent de connaître leur profil ? Est-ce que vous savez à peu près combien de personnes peuvent visiter votre site par mois, par semaine ? D'où viennent-ils ?

C.E : d'accord, OK ! Il aurait fallu que j'aie dans le background, dans le back office, pour chercher les dernières stats de *Njangui*. Je sais que euh... nous étions entrain de faire à un moment donné, ça c'est, je vous parle là globalement, juste pendant la période sénatoriale au Cameroun, nous étions dans... il y'a à peu près 04 mois ; nous étions entrain de faire des pics euh... autour de 300 jours. Oui voila, mais comme le renouvellement, par exemple d'articles, n'est pas quotidien comme on le fait par exemple sur camerouninfo.net. je vais prendre sur la semaine où là ça tombe un peu et où je vous dirai que, sur une durée d'une semaine on va faire à peu près faire dans 200 personnes, du moins 200 clics je ne sais pas si ce sont des personnes, à peu près. [J'aimerais que quand je vous parle je ne sais pas si j'aurais la possibilité d'aller

derrière pour regarder] c'est à peu près ça [espérant que je ne dis pas trop de bêtises]. Autre chose sur le... [comment vous avez-appelé ça ?]

M : le profil des internautes.

C.E : l'autre chose sur le profil des internautes... non je n'ai pas encore euh... je n'ai pas encore véritablement des outils sur le profil. Donc je sais par contre, nous avons, nous sommes à peu près à 64% d'hommes ce qui veut dire que le reste ce sont des femmes. Que je vous ai dit, il y'a un trio de tête, le trio de tête c'est USA, Cameroun, France en termes de provenance des auditeurs, des « njanguinautes » plutôt. Et puis après, bon voilà il y'a beaucoup de pays ; je sais que nous ne sommes pas très bien... nous n'avons pas beaucoup de connexion venant par exemple de la Belgique ; et ça ça vient probablement de la confusion que je vous dirai que l'on n'arrive pas encore à faire... c'est-à-dire que quand un journal est basé quelque part ; il est évident que les gens de ce pays on tendance à aller vers ce site là qu'un autre. Par solidarité comme ça, ils vont y aller beaucoup plus facilement. Vous voyez nous on est au Canada, mais par exemple le Canada est cinquième sur les gens qui nous suivent... bon alors, depuis un moment, nous avons des gens qui viennent, [ça aussi, ça m'a beaucoup intéressé] des gens qui découvrent en fait à partir de facebook ; [je ne sais pas si c'est pertinent dans le cadre de votre étude]. Mais qui à partir de facebook aussi, nous découvrent et c'est comme ça qu'ils viennent dans le site.

M : Est-ce que vous pouvez savoir s'ils sont plus ou moins abonnés ?

C.E : Oui. Alors oui... là ils sont abonnés. Il y'a beaucoup, beaucoup d'abonnés. Ça je le vois. J'avais un instrument qu'on m'avait mis qui me permettait de voir les abonnés. Euh... [Où est-ce que se trouve ce truc là], attendez, donnez moi juste une petite seconde. Il y'a beaucoup d'abonnés parce que à un moment donné j'avais ouvert un espace blog pour ceux qui étaient intéressés. Et donc il y'a eu beaucoup d'abonnés [alors stat ?... (silence)]. C'est le nombre d'abonnés toujours que vous voulez ?

M : Non, en fait je voulais savoir juste savoir si vous disposez d'outils qui vous permettent de connaître savoir : ça c'est un passager juste ponctuel, là c'est un abonné qui vient au moins chaque deux mois ?

C.E : oui, oui, je vois ce que vous avez... je vois le nombre de gens qui viennent par [comment on appelle], des gens qui viennent...

M : à une certaine fréquence par exemple.

C.E : tout à fait, je vois ce que vous demandez. Euh... (silence)

M : là c'est tout bon, si il n'est pas là... c'était juste pour savoir. C'était une question que je me posais...

C.E : Oui. Non, non... on a des gens qui viennent de manière ponctuelle, et on des gens qui viennent quand même pas mal, qui viennent très régulièrement. On le retrouve tout de suite. On voit les gens qui viennent tout le temps... et ça aussi c'est... moi c'est ça qui me permet de vous dire que nous sommes entrain de stabiliser notre cible, notre lectorat. C'est-à-dire qu'au-delà... je pense quand même qu'après quoi ! Je vous avais dit tout à l'heure 03 ans. Oui 03 ans ; ça va être au mois de février. Après l'effet curiosité, aujourd'hui on a quand même, voila quoi ! Une certaine stabilisation. Des gens qui viennent... non, non ça c'est quelque chose qui est fait.

M : et si je vous demandais à tout hasard, est-ce que vous connaissez ceux qui pourraient constituer votre audience en termes de lectorat ?

C.E : si je les connais dans quel sens ?

M : parce qu'en amont vous m'avez dit que vous ciblez les étudiants par exemple, les personnes qui susceptibles d'aider dans les prises de décisions au Cameroun. Mais si je vous demandais donc... est-ce que vous connaissez à tout hasard les personnes qui constituent votre audience ou c'est vraiment anonyme et vous ne pouvez pas...

C.E : Non, c'est vraiment anonyme. J'ai pas d'instruments particuliers. Je vais vous dire, les seuls que je connaisse d'une certaine façon sont les gens qui se sont abonnés. Et dans l'abonnement, ils y'a beaucoup qui utilisent des pseudos et d'autres qui ont leurs noms normaux et je reconnais un tel, un tel, ainsi de suite. Si vous suivez très régulièrement les...

Vous êtes sur Facebook ?

M : oui je suis sur Facebook ?

C.E : si vous êtes sur Facebook, vous connaissez... il y'a quand même un certain nombre de gens qui sont, ce qu'on appelle sur Facebook des leaders ; qu'on va retrouver, que je vais retrouver très facilement, qui sont des gens qui viennent très souvent sur Facebook. C'est des gens qui sont très régulièrement entrain de commenter l'actualité. Vous comprenez un peu? Et je vais les retrouver là, je vous parle des Camerounais ; je vais les retrouver très souvent ; ils sont tous souvent sur des sites, ils viennent de manière régulière sur des sites. Euh, il y'en a ; je les reconnais parce que dès que je vais publier un article, dans la foulée boum (claquement des doigts), je sais tel l'a vu, tel l'a vu, tel l'a vu. Comme je vous l'ai dit, c'est des gens qui sont vraiment abonnés. Après il y'a des gens qui viennent comme ça... je connais, j'ai idée de un peu qui vient sur *Njangui* pour vous dire très honnêtement... comme je disais, c'est à peu près les mêmes. C'est cette classe au jour d'aujourd'hui comme les leaders actuels ou passés par exemple de l'ADEC, vous voyez ? C'est euh...

M : ADEC c'est l'association des étudiants du Cameroun, c'est ça ?

C.E : Oui, voilà. Des gens qui sont très actifs. C'est des gens de la société civile au Cameroun. C'est des gens notamment des médias c'est-à-dire que des confrères, journalistes et tout ça qui vont venir là dedans. Ce sont beaucoup, beaucoup, ça je peux vous le dire, C'est beaucoup de politique. Pas des ministres, je n'en connais pas qui ce soient abonnés. Je connais des anciens, même à titre personnels qui sont des lecteurs de *Njangui press* . Euh... je connais dans le milieu économique, le milieu des assurances, je connais des gens qui sont là dedans. Non, comme je vous disais au début, c'est cette classe de... oui l'élite ! On a souvent peur d'utiliser les mots

parce que quand ils sont galvaudés parfois ça change tout. Mais c'est l'élite en fait, une partie de l'élite. Une partie de l'élite voilà. Je ne dirais pas toute l'élite. Mais effectivement à la base... l'idée c'est d'aller chercher cette élite entière et de faire de *Njangui* un de leur site favori en termes de lectures.

M : Comment est-ce que vous gérez les retours de vos audiences ? Par exemple, est-ce que vous disposez d'outils...y'a-t-il possibilité de réagir aux articles ? Ou est-ce-que vous répondez aux mails des internautes ? Disposez-vous de forums ?

C.E : Je n'ai pas encore fait euh...de forum... j'ai fait euh... il y'avait euh ... un outil euh... un module sondage qu'on avait installé dans le site, je ne l'ai plus retrouvé à un moment donné... donnez-moi une seconde juste une seconde (silence, parasite)...

Oui, je vous disais, j'avais fait installer un module de sondage dans le site, des questions qu'on lançait pour voir comment les gens réagissaient. Ça pas marché. Très peu de gens ont été intéressé par ça ; donc je l'ai enlevé.

Des réactions sur les articles oui, il y'a différents modules pour que les gens réagissent aux articles. Euh... la chance que j'ai aujourd'hui c'est qu'avec Twitter et Facebook, les gens nous suivent beaucoup plus. Donc, les débats ont très peu lieu sur ou en dessus des articles pour avoir lieu par exemple sur Facebook. L'autre chose, c'est quoi, lorsque je reçois des mails personnels je me fais un devoir d'y répondre. Comme je vous ai déjà dit, comme moi déjà je suis déjà je suis journaliste... c'est vrai que les gens... je vais avoir une question très banale : «pourquoi avoir publié cet article ? » ; « oui mais, moi je pense que ce type il a tord, il a machin, mais Cyrille tu ne peux pas dire ça. » bon après il y'a aussi ... je dis souvent c'est dans l'enthousiasme, des gens qui oublient que ce n'est pas moi qui écrit l'article. Ça ils ne vont même pas voir le nom, mais dans leur tête oh ah c'est *Njangui press*... ah on écrit à Cyrille Ekwalla hop ! On écrit à Cyrille. Parfois, je réponds en disant, ok, je vais vous faire un plaisir de transmettre à l'auteur votre réponse Je le fais aussi, je mets très souvent les réactions des gens... je les mets en rapport avec l'auteur ou du moins j'envoie à l'auteur en lui disant, voilà des réactions à ton article si tu veux y en discuter ou pas.

M : donc si je comprends très bien, en dehors des réponses on va dire internes en rapport avec les mails , vous utilisez... en fait les réseaux sociaux tels Facebook et Twitter sont pour vous des moyens d'avoir des retours de votre lectorat ?

C.E : Ce n'est pas à vous que je vais le dire (rire). Je sais que la question, quand vous la posez c'est parce que du moins vous avez même déjà la réponse.

M : je voudrais me rassurer...

C.E : est-ce qu'on peut se passer de Facebook ou de Twitter aujourd'hui ? Tout media responsable ne peut ne pas avoir une page Facebook. Tout media responsable ne peut ne pas avoir Twitter aujourd'hui pour communiquer ; on est... c'est ce que je vous disais, du moins peut être pas en utilisant le même terme, mais l'information aujourd'hui, elle est interactive. C'est plus du journalisme, je donne de l'information, puis je reste dans mon coin. Non ! Le lecteur est devenu un lecteur-citoyen, un lecteur-acteur, donc il va automatiquement réagir ; et si vous ne lui donnez pas la possibilité de réagir à l'instant, il ne reviendra pas vers vous. Moi c'est un combat de tous les jours. Le site en lui-même, les gens peuvent ne pas y aller de manière régulière mais tout article publié sur *Njangui press* est immédiatement publié, dans la foulée publié sur Facebook et sur Twitter. Et donc les gens réagissent tout de suite à l'article. C'est-à-dire que eux, ils vont cliquer sur l'article et ils vont le lire. Ils ne vont pas aller regarder autre chose. Ça, ça peut arriver que quelqu'un se dise, puisque j'y suis et qu'en bas on m'a encore mis un ou deux articles je vais voir ce qu'il y'a mais si non, non on ne peut pas faire autrement ; vous êtes d'accord avec moi.

M : Sans plus tarder, je vais passer à la dernière partie qui porte sur vos représentations et vos logiques d'actions en tant que rédacteurs en chef.

C.E : voilà !

M : Euh... si je vous demandais, face à l'existence de l'audiovisuel, de la radio diffusion et la presse écrite, comment est-ce que vous, vous situez l'insertion d'Internet dans le champ médiatique camerounais ?

CE : On ne parle pas de *Njangui* hein ! C'est ça ?

M : là c'est une question globale, je reviendrai sur *Njangui*.

C.E : je vous ai dit que, il y'a des études qui le montre tous les jours, notre pays est le dernier de la classe, en matière de pénétration d'internet. On se dit qu'on a euh... Internet et que tout le monde a un I-phone, un téléphone intelligent et que dès lors qu'ils ont facebook... ça y est, on a internet, c'est terminé ; et pourtant Dieu seul sait que ça c'est 0,000 pourcent, qu'est que je dis vers les moins l'infini potentialité de l'internet. En ce qui concerne les medias, la radio, c'est difficile, je vais aller à l'essentiel ; je vais garder mes commentaires personnels pour moi. C'est difficile pourquoi? Parce que, je prends ne serait-que le cas de la presse écrite, la presse print, de vous à moi, il n'est même donné à tout le monde, la possibilité de prendre un journal papier et de le lire. La radio encore ça va. Aujourd'hui avec les câblodistributeurs, tout le monde a la télé mais on vous regarde *France24* plus que nos propres chaînes de télévisions. Internet qui arrive, ou du moins les web medias qui arrivent, il faut déjà que les personnes aient la possibilité d'avoir un ordinateur pour vous lire. Et celui qui a son I-phone, écoutez ! Il a déjà la possibilité d'avoir son Facebook là-dessus, qui lui permet de chatter de faire ses trucs, vous n'allez pas aller lui demander d'ouvrir un site là-dessus et de lire. Donc qu'est-ce que je pense la pénétration de... ou de la place c'était ça la question...

M : de l'insertion d'Internet dans le champ médiatique compte tenu qu'il existe déjà l'audiovisuel, la radio diffusion et la presse écrite

C.E : c'est le vieux débat ! C'est le vieux débat... Internet.... On n'a pas le choix que d'y aller. On va ... on va... c'est un medium comme tous les autres, on n'a pas le choix que d'y arriver aujourd'hui. On n'a pas le choix que d'y arriver. C'est tellement bien, c'est tellement une bonne chose que.... Euh, Quand je vous disais que j'avais arrêté, par exemple, de fonctionner avec certains journaux au pays c'est aussi parce que on nous avait accusé par exemple, de faire en sorte que les journaux ne se vendent plus au pays. Parce que le gars qui était à Douala ne se cassait plus la tête, il attendait carrément que *Camerouninfo* mette et publie le papier de *le Jour*.

Et il avait le journal, même si on ne publiait pas tous les articles de *le Jour*... bref d'une manière ou d'une autre, on n'a pas trop le choix.

M : qu'est-ce que vous, vous pensez de la présence d'acteurs camerounais sur le web ?

C.E : ce que je pense de la présence d'acteurs camerounais ?

M : quand je dis la présence d'acteurs camerounais sur le web, c'est vraiment dans tout ordre. Je prends par exemple, vous, M. Cyrille Ekwalla , au travers de *Njangui press*, *Njangui Tv* , vous essayez d'informer, de passer des analyses pour le grand public, en vue de toucher par exemple les élites, peut-être en vue de changement de prises décisionnelles... le gouvernement par exemple, pourrait vous lire et voir qu'ils font des erreurs sur X ou Y pants... donc quand je dis acteurs camerounais sur le web c'est vraiment global.

C.E : ce que je... bon déjà évacuons un préalable sur lequel, je suis sûr que vous et moi nous sommes d'accord. Euh...la présence camerounaise sur le web, elle est... nous ne sommes même pas présents. Ça, évacuons ça. Nous ne sommes même pas présents. Je veux dire, au vu de l'étendu du web, ce qu'il y'a sur le web, l'Afrique même, n'est même pas encore présente comme il le faut, combien de fois le Cameroun. Maintenant, le peu de présence du Cameroun sur le web, c'est déjà une bonne chose. C'est une bonne chose en ce qui nous concerne, ça a permis quoi qu'on dise ; le web a beaucoup de défauts mais ça a aussi beaucoup de qualité , mine de rien, ça a permis à des gens comme notamment les Camerounais ; ça leur a donné des espaces de paroles. Et là c'est le journaliste que je suis qui revient à la charge, Manuella je voudrais vraiment que vous le comprenez. C'est le journaliste.... Et je dirais un peu.... L'acteur de société civile [j'aime pas beaucoup dire ça] que je suis, qui revient à la charge. Euh ... les espaces de paroles qui font que... la parole c'est ce qui fait de quelqu'un un citoyen ; parce qu'il peut prendre la parole pour dire ce qu'il pense de son environnement, c'est chez-vous, c'est votre quartier, c'est votre ville, mais au moins vous dites à un moment donné ce que vous pensez, vous vous sentez partie prenante de ce qui se passe... c'est ça qui fait de vous un citoyen. Mais pour exprimer ça, il faut qu'on vous laisse parler, il faut qu'on vous donne des espaces pour parler et dans une certaine mesure, à défaut d'avoir ses espaces dans les diffuseurs traditionnels, il me

semble sauf si je me trompe, que Internet a apporté ça. Maintenant, il y'en a qui s'en servent pour dire voici ce que j'ai fait, voici comment je suis habillé, euh voici... Non ! Ça c'est comme toute chose, il y'a du bon et du mauvais. Mais ça a apporté au moins quelque chose. Dans ce qui vous concerne vous, ce qui me concerne moi, ça veut dire : discuter, informer, lire sur les choses de société ; de s'intéresser, vous l'avez dit, à la chose publique. Je pense qu'internet a apporté, parce que je suis ici et je sais ce que pense tel qui est à Garoua mais qui a écrit sur Internet. Alors qu'avant je ne pouvais pas savoir. Donc lorsque je veux parler de lui ou de ce qui se passe à Garoua ; je sais déjà, j'ai une vague idée, je ne dis pas au hasard ; oui vous savez, les populations, elles souffrent à Garoua, alors que tu n'as jamais été à Garoua ; tu ne sais même pas ce qui s'y passe. Mais grâce à ça, je pense que, le fameux mot interactivité, la communication d'une certaine mesure, c'est un tout petit peu amplifié. Je ne sais pas si c'était ça le sens de votre question mais c'est ce que moi je vois, je ne sais pas si je réponds exactement à la question.

M : oui, oui, c'est le sens de ma question...

C.E : Regardez depuis qu'existe..., c'est vrai qu'Internet existe depuis, mais grâce à Internet aujourd'hui, du fait que justement il y'ait eu des médias sur le net, grâce au fait que facebook soit venu, regardez on n'a jamais eu autant de connaissances entre nous, c'est-à-dire nous ; entre ceux de la diaspora et ceux du pays il n'y a jamais eu autant de connexion entre Camerounais que depuis que ça existe. Lorsqu'avec *cameroonvoice* nous commençons à diffuser les émissions *équinoxe* et de *radio Siantou* Nous sommes les premiers à le faire, et les gens disent waouhhh, on écoute les émissions de chez nous, on écoute les présentateurs, on écoute les gens de chez nous parler. Lorsque, nous venons avec antenne libre et que nous donnons la parole à des Camerounais..., il y'a des gens qui, je me rappelle au début, des gens au lieu de répondre à la thématique s'ils prenaient la parole pour 03 minutes de parole c'était 02 minutes pour me dire : « *je suis à Kuala Lumpur, je n'ai vraiment aucune connexion, je suis content d'entendre mes frères camerounais, je suis...* ». Ça créé ça. Donc on ne peut pas dire que ça n'a que créé du négatif, non !

M : et si je vous demandais en toute dernière question, est-ce que vous pensez que votre média *Njangui Press* contribue au développement de la société camerounaise ? Si oui, quels en seraient les apports ? Et comment est-ce que vous pouvez les mesurer ?

C.E (rire). Bon, vous êtes décidé quoi ! (rire). C'est pareil là pour tout le monde ou c'est juste pour *Njangui press* ?

M : Oui. En fait, il y'a un protocole et en fonction des réponses je réadapte

C.E : Non, c'est pour vous taquiner (rire). Est-ce que je pense que *Njangui press* contribue au développement je pense que oui ; parce que *Njangui press* offre juste un modeste, un très modeste espace dans lequel les Camerounais avertis ou non avertis donnent leur façon de voir sur certains problèmes, pas nécessairement certains problèmes, sur certains domaines de la vie humaine de chez nous en politique, en économie, euh.. Société, sport, je n'en fais pas beaucoup parce que je pense qu'il y'en a assez en sport. Voilà, ça donne juste cette façon de voir. Si un article publié dans *Njangui press* permet à Manuella d'avoir un regard différent de celui qu'elle avait sur par exemple l'exploitation des terres agricoles dans le Sud-ouest du Cameroun, l'impact que ça a sur l'environnement, l'impact que ça a sur les populations et de constater que mais ça ne va pas et qu'on peut peut-être changer les choses. Si *Njangui press* a réussi ça, si un article publié sur *Njangui press* réussit ça sur une personne, cette personne là c'est qui, c'est Manuella, qui en prend juste conscience ; je dis, j'ai accompli la mission que je me suis assignée en mettant à la disposition des gens *Njangui press*. C'est la seule réponse que je peux vous donner.

M : donc les apports sont, je dirais, sont d'ordre...

C.E : les apports sont d'ordre, [je ne devrais pas utiliser les grands mots], je ne dirai pas intellectuel, je vais me permettre de parler à la personne en la tutoyant... je te dis lis *Njangui press*, il y'a un article, où tu te dis celui qui a écrit cet article, écrit n'importe quoi ; le fait de lire ça et de te dire qu'il écrit n'importe quoi, tu viens de te faire ta propre opinion sur un problème bien précis. *Njangui press*, veut amener juste les gens, parce que je ne veux pas que ce ne soit que ça qui soit gardé parce que on va dire « quelle prétention ! ». *Njangui press* veut amener les

gens à être citoyens. Et on est un vrai citoyen lorsqu'on est informé. Je dis, vous le savez Manuella, on est citoyen lorsqu'on est informé. Mais vous vous allez venir et dire, « il pleut », c'est ça l'information. Un autre vient et il dit : « il ne pleut pas », c'est ça mon information. Il y'a débat entre les deux, et on arrive finalement à trouver... et celui qui lit les deux, sort de là et se dit, en fait je sais ce qui se passe. C'est juste ça, faire des Camerounais... vraiment, chacun son domaine, je dis. Moi c'est à travers l'information, d'autres c'est à travers d'autres gens. C'est juste d'informer les gens. Là où on a toujours réussi à maintenir les peuples dans l'obscurantisme, c'est là où la dictature s'est de plus installée ; il n'ya rien de mieux qu'un peuple éveillé, un peuple informé. C'est pas plus compliqué que ça ; parce qu'on va vous parler de votre pays parce qu'on veut vous parler de votre pays, on veut aussi vous parler des expériences d'ailleurs et qui peuvent aussi vous inspirer. Ce n'est que ça. *Njangui* c'est apporter sa part en informations. Vous savez les trucs qu'on apprenait à l'école de journalisme la presse a pour objectif d'informer, d'éduquer, de divertir... ça c'était les histoires de parti unique ; ça n'existe pas, c'est des trucs qu'on nous enseignait dans les écoles de journalisms du Cameroun. C'est vraiment des trucs aujourd'hui, vous dites ça où vous êtes à l'université là bas aujourd'hui là, tout le monde va se foudre de votre gueule... mais dans une certaine mesure, elle a pour rôle d'informer ; même divertir, c'est informer les gens. Donc elle a pour mission d'informer ; mais je pense vous êtes en mesure de prendre les décisions qui correspondent à vos aspirations. Si vous n'êtes pas informé qu'en vous levant le matin et en allant toquer à telle porte peut-être vous allés trouver le travail ; vous allez toujours rester chez vous et vous plaindre qu'il n'y a pas de travail. Si vous n'êtes pas informé qu'en prenant votre panier, et là, j'utilise les images de chez moi, si vous n'êtes pas informés que vos tomates que vous cultivés derrière votre maison, mais vous pouvez les prendre par vous-mêmes et vous déplacer de 10 kilomètres, pour et les vendre vous-mêmes de les donner au chef du village... ... si vous n'êtes pas informés de ça, mais vous allez toujours rester dans votre petit état de misère peut-être. Donc je prends des images caricaturales mais c'est ça, c'est ce que *Njangui Press* pense pouvoir apporter.

M : c'est claire.

C.E : Merci

M : C'est claire et je vous remercie pour le temps que vous m'avez accordé.

Annexe 2.4 : Entretien avec Ingrid Ngounou, rédactrice en chef de *journalducameroun*, 28 décembre 2013

Durée : 1h05 min.

M : Pouvez-vous me faire un historique descriptif de votre portail web ? (vision, création, acteur(s)...)

I.N : euh... En 2008 euh..., j'étais stagiaire dans une entreprise qui édite des sites internet à destination de l'Afrique et... euhhh. L'idée a muri de mettre sur pied un site d'internet d'information à destination des marchés de niches c'est-à-dire au lieu d'avoir un site d'internet généraliste sur l'Afrique comme *Afrik.com* ; l'idée c'était plutôt de fragmenter et d'avoir pour chaque pays. Euh...étant ressortissante du Cameroun, c'était plus facile pour moi (...) et ayant travaillé comme journaliste au Cameroun, c'était plus facile pour moi, de concevoir le projet en partant sur la base d'un pays comme le Cameroun. C'est pour ça qu'en novembre 2008 on a mis sur pieds *journalducameroun*. L'entreprise s'appelle yogam, Cédric Nono est le directeur. J'ai accompagné le projet. *Journalducameroun* date de novembre 2008... entre temps on a eu euh... on doit avoir une douzaine de sites aujourd'hui sur *journaldutchad*, des deux congo : brazzaville, Kin, euh *journaldugabon*, *journaldumali*, *journaldugabon*, *journaldemalabo*, *journaldefaso*... je crois qu'on a une douzaine de sites aujourd'hui , avec encore... et plutard par rapport à l'évolution... parce que il y'a deux types d'évolution pour ce genre de projet. En fait, j'ai une évolution qui peut être verticale et une évolution horizontale. On a commencé par l'évolution horizontale en touchant plusieurs pays. Maintenant par rapport à l'évolution verticale c'est que dans un pays on se rend compte que tout le monde ne consomme pas de l'information générale ; on peut encore fragmenter le marché. Et donc on a mis en place *cameréchos* qui est un site écho sur le Cameroun et *237sport* qui est un site sport sur le Cameroun. Ça nous permet de développer la notion de niche. Et en fait sur un plan purement commercial, ça a une explication, c'est que quand on se place du point de vue de la diaspora, euh... contrairement à l'idée qui peut être répandue ; toutes les diasporas africaines ne se ressemblent pas. Tous les pays ne sont pas les mêmes. Et donc euh... quand Moneygram a envie de faire une publicité et qu'il choisit d'appeler le Monsieur qui va faire la pub Mamadou qui va rentrer en Afrique ; un Sénégalais peut se

retrouver, un Camerounais du Nord peut se retrouver mais pas forcément un Camerounais du Sud. Donc c'était donc important de pouvoir proposer des espaces où ils tiennent compte des spécificités de chaque pays pour communiquer. Et donc le modèle économique a été basé sur cette déf... cette redéfinition de ce concept de diaspora là. Donc aujourd'hui euh... *journalducameroun* c'est la plus grosse rédaction. On a un bureau à Yaoundé, on a des correspondants dans tout le pays. A Yaoundé, je crois qu'il doit avoir une dizaine de journalistes. À Paris on a (...) moi je travaille à Paris mais les autres directrices s'occupent des autres sites et les rédactions sont dans les autres pays ; parce que c'est des quotidiens en fait, c'est géré au jour le jour par des journalistes propres. En ce moment, on teste un modèle de fournitures de contenus par les agences de presse ; ça doit faire 03 mois parce qu'on est entrain de réfléchir à faire évoluer le modèle d'information. Donc voilà !

M : et... Donc si je comprends bien, c'était un projet de Yogam,

I.N : c'est ça !

M :... ensuite vous, vous avez proposé quelque chose et...

I.N : en fait la réflexion s'est faite quand même... je ne suis pas dissociable ... fin ma présence n'est pas complètement dissociable du montage du projet parce que le promoteur avait l'idée mais sans avoir l'esprit parce que ce n'était pas sa formation. Il n'est pas journaliste. Moi j'avais fait journalisme et une formation de journaliste web. Donc euh...j'ai donc mis mes compétences en œuvres pour développer l'idée en concertation avec lui. Et j'ai été recruté pour porter le projet du *journalducameroun* à la base, évidemment avec l'idée de pouvoir développer très rapidement sur d'autres pays africains en fait.

M : ...Ma deuxième question sera en rapport avec votre identité visuelle, j'entends par là le choix du logo, la signature, les couleurs...

I.N : alors *journalducameroun*, le site internet on parle de base lines qui sont les petits textes qui accompagnent le logo. *Journalducameroun* c'est le Cameroun dans le web. En fait, au départ on a essayé de monter le projet à l'époque où c'était la notion des..., la mode des portails. Et donc on s'était dit qu'au-delà de l'information il faut qu'on soit capable, qu'on se réserve le droit d'être capable de proposer les bonnes adresses, les galeries photos, les bons plans mais en

mettant d'abord en avant l'information. C'est pourquoi on a intitulé ça le Cameroun dans le web sans spécifier forcément l'information du Cameroun dans le web. Et les bases line ont évolué avec les autres sites parce qu'on s'est rendu compte qu'on ne pouvait pas tout faire à la fois et qu'il y'en avait qui faisait ça mieux que nous. Donc c'est plutôt pour les baselines des autres sites. On est plutôt dans l'information (de je ne sais pas), de la Côte d'ivoire dans la web par exemple. Mais *journalducameroun* c'est resté le Cameroun dans le web. On propose d'autres éléments des informations en dehors de l'information pure mais l'ADN du site reste l'information...

M : et comment s'est effectué le choix de votre logo, parce que c'est écrit je crois c'est du marron *journalducameroun*...

I.N : D'accord ! Tous les sites ont la même ergonomie premièrement, cela est dû à un problème purement technique. C'est que euh... quand on monte un projet web, on a deux possibilités ; soit on utilise les CMS existants du genre wordpress, soit on conçoit un CMS propre. On est parti sur l'idée de concevoir un CMS propre, et donc euh... pour le back office et même, en dessinant l'ergonomie, on a cherché à avoir une personnalité qui pouvait sied à l'ensemble des sites. Et il y'a des couleurs dominantes en dehors des couleurs des drapeaux on a des couleurs comme le marron qui rappelle la terre, on a des couleurs comme le gris sable qui rappelle le sable et euh... les couleurs chaudes. Et puis on a un peu la couleur orange qui nous rappelle le soleil. Donc l'ensemble des sites et *journalducameroun* ne déroge pas à la règle... essaient de rappeler on va dire un peu l'Afrique finalement. Et après on a choisi du gris pour les bords et un peu bleu parce que ça impactent un peu plus de sérieux par rapport à si on avait choisi une couleur un peu plus chaude.

M : et ce choix de... toute cette ergonomie qui va tout autour était des choix personnels, de vous, de votre structure ...

I.N : c'est ça, exactement !

M : ...ou de professionnels à qui vous aviez fait appel?

I.N : ce sont les professionnels qui font des propositions, parce que ce sont des graphistes, des designers qui proposent mais évidemment ils orientent leurs choix par rapport aux besoins qu'on

énonce au départ ; donc finalement c'est notre besoin qu'ils ont traduit. Mais c'est pas nous qui avons fait le travail jusqu'à la fin parce que ce n'est pas de notre compétence.

M : en créant ce portail, quel type de public vous visiez au départ ?

I.N : Alors euh... très clairement c'était la diaspora camerounaise à l'étranger. C'était la diaspora camerounaise je veux dire, parce qu'elle est à l'étranger. Euh... et on espérait pouvoir toucher un public jeune au Cameroun. Parce que le modèle économique qui soutendait le projet c'était de pouvoir, comme j'ai dit au début, de pouvoir fournir un espace aux annonceurs qui communiquent vers l'Afrique sachant que le pouvoir d'achat et la notion de... commercial est beaucoup plus importants de notre côté que du côté de voilà... on a plus de consommateurs potentiels à l'étranger notamment en Occident qu' en Afrique. Et donc tout de suite, dans les choix éditoriaux on s'est orienté vers la mise en avant des profils de Camerounais qui vivaient à l'extérieur. On a plutôt cherché à entrer dans les communautés de vie des Camerounais de l'extérieur, sans pour autant laisser l'actualité du Cameroun ; parce qu'au fond s'ils viennent aussi sur Internet c'est pour savoir ce qui se passe au Cameroun. Et c'est pour cela qu'on était obligé d'avoir une rédaction propre au Cameroun. Donc on faisait de l'information pure, et la valeur ajoutée, c'était justement cette information venant des Camerounais de l'extérieur. On a beaucoup fait de portraits et on fait beaucoup de portraits de personnalités et on relate les événements de vies communautaires dans plusieurs où il y'a des Camerounais en fait.

M : Comment vous positionnez *journalducameroun* aujourd'hui par rapport aux autres sites web camerounais d'informations générales ? Qu'est-ce qui peut par exemple vous différencier...

I.N : principalement c'est le manque de polémiques. Tout de suite on a fait ce choix... on a fait ce choix parce qu'il y'avait beaucoup d'évènements politiques au Cameroun qui euh... notamment les élections euh... présidentielles, sénatoriales, municipales, législatives... il y'avait la débâcle des lions avant leur qualification ; qui ouvraient des espaces pour la polémique. Nous on a matérialisé cela par la fermeture de notre forum. On n'a pas de forum sur le site ; les gens peuvent réagir mais on n'a pas de forum. Et euh... on a un espace qui s'appelle débat-opinion où les gens nous envoient des textes ; mais on se réserve de les publier s'ils ne sont pas insultants. Donc contrairement aux autres sites, où le lecteur peut avoir la latitude de se répandre... nous on veut se concentrer sur notre métier et prendre nos responsabilités par rapport à ce que nous

disons, sans donner la possibilité aux gens de dire tout ce qu'ils pensent en fait, ça c'est la première chose. Et ensuite la deuxième chose, euh... cela se traduit aussi par l'attrait des annonceurs. C'est que euh... on a toujours voulu un site professionnel. C'est-à-dire, faire du vrai journalisme, c'est pas un blog en fait. C'est vraiment un site avec un rédacteur en chef, des journalistes qui vont en reportages, des correspondants. Sur le plan des chiffres, après pour les retours, malheureusement euh... c'est une politique qui peut nous donner forcément raison ; parce que les gens ont besoin parfois de plus d'espaces où ils peuvent polémiquer. Mais nous euh... ça nous permet de soutenir le modèle commercial parce qu'on a des annonceurs qui veulent aller vers des sites sérieux tout court, qui font de l'information sans forcément entrer dans les polémiques ou laisser le plaisir ou le loisir aux gens de dire tout ce qu'ils pensent.

M : et bon dans ce cas, j'approfondis un peu dans cette question... quelle est donc votre ligne éditoriale.

I.N : la ligne éditoriale c'est faire de l'information tout court, sans polémiquer. Euh... c'est vraiment d'essayer juste de donner de l'information. C'est-à-dire que, quand un journaliste va en reportage, il fait des comptes rendus du reportage. Après si on veut faire des enquêtes, on fait des enquêtes. On donne beaucoup, beaucoup la parole aux gens ; mais c'est des gens que nous avons choisis, comme je vous le disais, dans la haute personnalité ; parce que on veut mettre en avant des profils. Nous euh..., l'idée derrière c'était de montrer un Cameroun différent. Donc euh...non seulement on essaie au mieux d'être sérieux, mais surtout éviter les polémiques ; ça c'est vraiment la carte d'identité du site en fait.

M : sans plus tarder je vais passer au fonctionnement et au financement de votre site. Déjà est-ce que vous pouvez me donner une appréciation globale de la composition de votre équipe de travail à *journalducameroun*

I.N : pour *journalducameroun* seulement, on a une directrice de rédaction, on a un chef de bureau pour la rédaction du Cameroun, et on a des journalistes. On a peu près une dizaine de journalistes qui gravitent autour du site, plus le chef de bureau et la directrice ça fait une douzaine de personnes qui travaillent pour le site ; dont la moitié que pour le site et l'autre moitié qui fait autre chose à côté. Parce que dans les autres villes, on n'a pas toujours besoin d'avoir un journaliste....déjà qu'on n'a pas de bureau, et puis on n'a pas besoin... il n'y a pas d'actualité

régulière au point d'avoir besoin de quelqu'un qui ne se lèvera que le matin pour faire que du *journalducameroun*. Du coup on prend seulement des correspondants qui font déjà quelque chose à coté.

M : D'accord, donc euh... mais et est-ce que à l'avenir vous pensez élargir vos bureaux ?

I.N : On pense créer un bureau à Douala cette année et euh... continuer à garder des correspondants dans les autres villes. Parce qu'on n'a vraiment pas besoin d'avoir un bureau à Garoua par exemple, d'avoir un bureau à Bafoussam ou à Dschang, voilà. On préfère plutôt travailler de manière ponctuelle avec des gens. Euh après dans la ponctualité, il y'en a qui sont plus réguliers que d'autres ; il y'a plus d'évènements à par exemple Garoua par exemple que dans des petites villes comme Figuil fin machin et tout ça et tout ça. Et nous ça nous permet nous, d'avoir recours à des correspondants ponctuels. Et puis sur le plan financier ça pèse moins d'avoir un correspondant que d'avoir un journaliste à temps plein en fait.

M : et ces correspondants là... est-ce qu'ils résident tous au Cameroun ou vous en avez d'autres dans d'autres pays ?

IN : On a... Non, au Cameroun. Parce que le pari de l'information pure, c'est de l'information venant du Cameroun c'est-à-dire qu'on n'image pas que.....on va chercher à couvrir ce qui se passe à l'étranger. Nous c'est plutôt de chercher à informer notre public qui à l'extérieur du Cameroun de ce qui se passe dans Cameroun. Du coup, pour nous c'est important d'avoir un maillage fort du pays. Si on devait se développer, on chercherait plutôt à multiplier les correspondants dans le maximum de villes possibles en fait, pour avoir une couverture un peu plus large de l'actualité du Cameroun.

M : Est-ce qu'il vous arrive des fois de travailler en collaboration avec d'autres organismes de presse ? Par exemple, est-ce qu'il peut vous arriver de relayer une information qui a déjà été publiée peut-être dans le Cameroon tribune, dans le jour ?

I.N : On a des contrats de partenariats clairs, avec plusieurs organismes de presses. Euh... On privilégie les hebdomadaires au minimum en terme de fréquence de parution, si non au mieux les mensuels ; tout simplement parce qu'ils font un travail de profondeur par rapport à l'information que nous on ne peut pas faire parce que nous on est dans l'immédiateté et la

gestion quotidienne de m'information. Et donc, il y'a des échanges de services où on met en avant le sommaire du numéro en kiosque, ou bien on publie la une. Et puis derrière on peut récupérer les articles appropriés. Mais généralement on privilégie les articles magazines parce que si non ça n'a pas d'intérêt pour nous. Vu qu'eux, ils sont des hebdomadaires, l'information est déjà passée. Du coup c'est plutôt les grandes enquêtes, les interviews intéressantes qu'on publie. A coté de ça, euh... il ya une démarche contraire qui consiste quand on n'a vraiment pas de choix, à reprendre l'information qui a été publiée par un journal confrère. C'est-à-dire que euh...si *Cameroon Tribune*, parce que c'est souvent le cas, est seul à avoir l'information sur un sujet parce que ils ont eu accès à ce sujet, du fait que c'était une presse gouvernementale. On ne peut pas refuser d'informer nos lecteurs tout simplement parce que ce n'est pas nous qui avons publié l'information. Et donc on peut reprendre à notre compté évidemment l'information en respectant les règles du copyright. C'est-à-dire bien signifier clairement que l'information n'émane pas de nous. Même pour la responsabilité c'est important.

M : Vous m'avez parlé tantôt d'annonceurs, et est-ce que vous considérez *journalducameroun* comme un média commercial? Par média commercial, j'entends un média qui vit de ses productions et...

I.N : essentiellement oui. En fait euh... que pour le modèle économique, on n'a pas des pages publicitaires mais des espaces publicitaires. On a les espaces publicitaires mais aussi, on fait de la fourniture de contenus à l'intention des organismes. C'est-à-dire que les informations que nous récupérons chez nos journalistes et que nous traitons sur les sites ; il arrive que ces même informations soient vendues à des organismes. C'est une source de financement. Eh puis sous forme d'alertes, de dépêches, sous formes de textes, d'articles, de magazines, ajouter au fait qu'effectivement on a réussi à fidéliser, on va dire, une clientèle d'habitues pour ce qui est des annonces diaspora vers l'Afrique par exemple les compagnies aériennes comme air France, Brussels ou encore des compagnies d'envoi d'argent comme western union, moneygramm ou encore même Guinness, euh Orange.... Fin ce qui on besoin de communiquer et toucher les deux publics. C'est ce type d'espace qu'ils recherchent en fait.

M : Et au jour d'aujourd'hui pensez-vous que *journalducameroun* soit économiquement indépendant, ou est-ce qu'il vous arrive des fois de réinjecter des fonds venant d'ailleurs ?

I.N : le modèle est viable. Il est supposé s'améliorer parce que ça n'a rien à voir avec *journalducameroun*. C'est juste qu'on est dans un environnement qui est nouveau et donc aucune école de journalisme n'enseigne..., de management n'enseigne le modèle économique fonctionnel 100 pourcent pour ce qui est de ce type de produit. Tout est entrain de s'écrire et donc on écrit notre propre histoire en même temps que les autres. Euh, et du coup, on est obligé régulièrement de se réajuster. Comme je l'ai évoqué tout à l'heure, on teste la gestion des informations émanant des dépêches parce que c'est une autre façon de gérer l'information. Euh, parce qu'il faut faire évoluer le modèle ; même s'il est viable, il faut pouvoir continuer à...parce qu'on n'est pas sûr qu'il sera viable sur le long terme parce que tout est nouveau. On est obligé de tester de nouvelles formules pour améliorer sur le plan économique, j'entends euh... le modèle sur lequel on a bâti le projet.

M : donc euh...grossomodo, si je comprends bien, votre principale source de financements de ce site ça émane plus ou moins du site, des espaces que le site offre...

I.N : c'est ça oui, des espaces que le site offre...

M : des espaces, des contenus d'informations...

I.N : oui c'est ça ; on appelle ça la rentabilité économique de l'information.

M : la rentabilité économique de l'information, c'est ça le terme !

D'accord ! Là, je vais parler du site en lui-même *journalducameroun*. Je reviendrai encore sur sa ligne éditoriale, son positionnement, comment est-ce que *journalducameroun* est perçu par le public, et son lectorat ? Concernant sa ligne éditoriale, vous m'aviez dit que c'est de l'information, pure, telle qu'elle est, sans polémique....

I.N : Sans polémique au mieux !

M : Qui décide de votre stratégie éditoriale ?

I.N : Nous (sourire), c'est mon boulot !

M : et comment s'effectue la sélection des articles que vous publiés ?

I.N : Alors, la sélection des articles euh... est la dernière étape dans la production de l'information ; c'est plutôt la sélection des sujets qui est importante. Donc euh... en conférence de rédaction virtuelle, on choisit les sujets... euh les journalistes font des propositions et on choisit les sujets, et le plus dur ce n'est pas souvent la sélection des sujets c'est plutôt trouver l'angle. Parce que comme je disais tout à l'heure ; deux journalistes peuvent aller en reportages et ne reviennent pas avec le même papier. Pendant qu'un autre raconte que la première dame a fait ci, ci, ci-ça ; l'autre va raconter que en fait sur sa jupe il y'avait, ben fin, donc voilà. Donc en fait, c'est plutôt de réussir à canaliser l'esprit des journalistes vers ce qui semble important pour nous et pour nos lecteurs. C'est le plus dur. Ce qui fait donc que les articles sont systématiquement plus avant d'être publiés. Parce que le sujet ne pose pas problème, ce n'est que le traitement qui pose problème par rapport à ce que je disais tout à l'heure, essayer d'éviter les polémiques et essayer de se concentrer sur l'information. Après, elle n'a pas beaucoup évolué la ligne éditoriale, euh.... Parce que finalement (silence), je pense que c'est un peu lié à la personne qui gère le projet à ce moment là. Je pense que si plus tard, il y'a quelqu'un qui devrait me remplacer, il aurait une sensibilité peut-être différente, et ça se sentirait sur la façon par laquelle on gère les sujet en fait. Donc je pense que euh...; encore pire, parce que je suis là depuis le début ; je suis imprégnée de l'idée que je me suis faite depuis le début. Et c'est comme une espèce de garantie morale que ce sera respecté. Mais après je pense que ça peut être amené à évoluer !

M : et, est-ce qu'il arrive que n'importe qui, un quidam, si par exemple moi, je rédige un article je vous l'envoie, même si je ne suis pas un correspondant et que vous trouvez l'article par exemple intéressant vous le publiez ?

I.N : c'est très rare ! Parce que comme on a un espace euh... débats et opinions, on préfère le mettre dans débats et opinions, pour bien rappeler ce qui est diffusé par notre réseau de journalistes, et les autres. Et d'ailleurs, il y'a une mention à droite qui rappelle que ce contenu, n'est pas la responsabilité de *journalducameroun* parce que ces gens ont le droit de s'exprimer. Mais euh... vu qu'on a fermé le forum, il faut qu'on permette aux gens de s'exprimer sur un espace. Sauf que là encore, on le fait sous forme d'articles parce que pour y rentrer un article, il faut qu'il soit lu avant. C'est-à-dire qu'on se donne la peine d'être sur qu'on est dans notre canevas. Parce que le problème avec le forum, quelqu'un viendra écrire euh... tu aurais presque

de la difficulté à contrôler. Alors que là quand même, quelqu'un prend le temps de la construction par un article et ainsi de suite. Après il arrive que d'autres gens nous envoient des articles ; surtout les gens d'autres pays où on n'a pas de correspondants, ça peut être la chargée de communication de l'ambassade du Cameroun à Montréal qui veut nous dire qu'il y'a 03 Camerounais ont eu des médailles. Si le texte est bien, on le réécrit et on le publie ; c'est à notre honneur en fait.

M : étant donné que vous êtes rédactrice en Chef et que c'est vous qui êtes là, qu'est-ce que vous vous considérez comme sujets d'actualité, est-ce que c'est plus le pan économique, ou social, ou politique, ou culturel... où ça va vraiment dans tous les sens, dans tout d'ordre de tout type d'information ?

I.N : Tout dépend vraiment, vraiment, vraiment, vraiment de l'air du temps. Il y'a des périodes au Cameroun où l'actualité est dominée par les lions et évidemment de toutes les rubriques sportives. Et en périodes de campagnes pré-électorales, on parle davantage de politique; même quand on fait des portraits, on fait des portraits à sensibilité politique et puis ça dépend vraiment, j'aurais dit de l'actualité ; mais ça dépend des faits. On n'a pas d'orientations spécifiques en termes de rubriques ; c'est-à-dire qu'on ne se dit pas qu'on ferait plus de sport, plus d'économie ou plus de politique. Vu qu'on essaie au mieux d'être journal d'informations générales ; donc on traite de ces sujets là. Après, je pense qu'on a peut-être moins tendance à traiter des faits divers ; là encore c'est parce que c'est l'esprit du site par rapport aux autres par exemple. Mais c'est la seule chose qui me vient à l'esprit par rapport cela.

M : et donc que... en dehors du fait que votre site internet ne marque pas un temps d'arrêt sur la polémique, qu'est qui vous différencie davantage des autres sites camerounais ?

I.N : ah ils font beaucoup de polémiques !

M : donc si je vous comprends bien, l'objectif central majeur c'est de ne pas faire de polémiques comme les autres...

I.N : non, non ! On ne peut pas se positionner par rapport aux autres, on se positionne d'abord par rapport à soi. J'expliquais que pour un projet web, on est obligé de garder à l'esprit la dimension commerciale. Et la vérité c'est que ; ne pas faire de polémique c'est ne pas répondre

au voisin d'en face. C'est plutôt de se rassurer qu'on pourrait fidéliser un certains types d'annonceurs qui auront besoin d'espaces sérieux tout court, sans que les gens n'aient la possibilité de venir déverser leur haine. Parce que dans polémique.... Le problème avec la polémique, c'est qu'il faut être capable de la contenir. Et donc se donner des moyens supplémentaires par rapport à ça. Ça fait que si on a un forum, il faut un administrateur de forum, des administrateurs de forums parce que ça fonctionne jour et nuit. Et nous, au lieu d'investir dans deux administrateurs de forums, on préfère dans deux correspondants, deux journalistes. Donc après, c'est très personnel. Pour dire qu'il y'a tellement d'éléments concrets et financiers qui font que on ne peut pas seulement prendre des décisions par rapport à la personne d'en face. C'est plutôt d'une réflexion propre au projet. Après quand on lance son projet sur le marché, on se dit ah tient ; enfin en tout cas, nous on en fait pas. Mais nous on a nos raisons qui n'ont rien à voir avec les autres. Et si on arrive à bien se positionner, c'est-à-dire avoir les annonceurs comme je disais, à ne pas dépenser d'argent pour le modérateur mais pouvoir recruter d'autres journalistes, c'est le plus important !

M : Et si je vous demandais de faire une évaluation depuis la création de votre site depuis 2009

I.N : 2008 !

M : 2008

I.N : euh... sur le plan purement journalistique, on a évolué parce que quand un projet est nouveau, on a beau définir une ligne éditoriale mais c'est avec le temps qu'on l'éprouve et qu'on arrive à se dire quand on parle de ligne éditoriale telle ça signifie telle chose, telle chose et pas telle chose, telle chose. Mais sur le plan technique, je trouve que le site a énormément de lacunes, dû au fait que il y'a eu des évolutions techniques notamment par rapport à l'index, euh... l'index des articles sur le net par rapport à l'actualité. Et puis il y'a eu les notions de référencements naturels qui se sont accentuées et euh... les réseaux sociaux . Ça, ce se sont les éléments sur lesquels on n'a pas beaucoup porté notre attention. Euh...parce que on se concentrait sur les contenus et je pense que c'est une lacune, parce que on aurait dû embrasser l'ensemble des évolutions techniques et avec l'évolution des contenus qu'on voulait avoir. On essaye de réfléchir à rattraper le tir. Du coup, je pense que les autres sont suffisamment avancés sur euh... l'émancipation par rapport aux réseaux contrairement à nous. Et puis euh, Maintenant

sur de le plan de l'image et de la notoriété, on s'est dit c'est pas mal d'avoir fait le choix qu'on avait fait sur le plan éditorial ; parce que finalement, les gens arrivent à faire la différence entre nous sur ; notamment *camer.be* qui est notre concurrent direct sur le plan des annonceurs bien sûr, parce que les gens se disent que euh... je peux aller discuter sur leur site, mais si je veux une information je peux aller sur *journalducameroun*. Et pour nous, c'est une satisfaction car c'est ce qu'on voulait depuis le début.

M : et, est-ce que vous avez des perspectives pour l'avenir ?

I.N. : on est entrain d'éprouver de nouveaux modèles, de traitement de l'information ; de réfléchir à améliorer le modèle économique et surtout d'essayer rattraper les retards que j'ai évoqué tout à l'heure par rapport aux réseaux sociaux ; notamment à défaut du fait qu'on n'avait pas de forum, on avait plus d'obligations à toucher les réseaux sociaux que les autres. Mais je pense que comme ils avaient déjà des forums, c'était plus facile pour eux. Mais aussi de retravailler l'aspect technique et arrière du site pour l'adapter aux nouvelles normes d'indexations des informations sur internet.

M : là je passerais à une série de trois questions qui portent sur votre lectorat. Déjà est-ce que vous pouvez identifier votre lectorat ? Pourriez-vous le catégoriser ? Ses profils ?

I.N. : oui ! Alors on a environ la moitié de nos lecteurs qui sont hors du Cameroun, l'autre moitié au Cameroun. Pour la moitié qui est hors du Cameroun, la moitié de cette moitié est là en France. Donc on va dire que 25% de notre lectorat est en France. Cela doit être dû sans doute aux effets de lobbying, de proximité qu'on mène pour le site. Et après euh... viennent l'ensemble des pays de l'union européenne. Je ne pense que c'est la circonférence qui s'étend par rapport aux actions de lobbying direct. Si non, on a une cinquantaine de pays. Après on compte peu ou presque pas de lecteurs ; mais où on a quand même des gens qui nous lisent de temps en temps. Et pour la moitié qui est au Cameroun, euh... on a les 25 – 45 ans environ. On suppose que c'est des gens qui travaillent et donc qui ont accès à un ordinateur de manière régulière. Parce que pour avoir envi de consommer de l'information sur Internet, il faut avoir accès à Internet de manière régulière. C'est-à-dire ne pas y aller seulement pour regarder sa boîte mail. Parce que ce qu'on fait en premier, c'est d'abord ça. C'est quand on a déjà regardé sa boîte mail qu'on

commence à regarder autre chose. Donc on suppose que c'est des gens qui travaillent, qui sont étudiants, qui ont un contact régulier avec l'ordinateur.

M : est-ce qu'ils peuvent s'y abonner ?

I.N : on n'a pas besoin de toute façon ! Ils peuvent être abonnés à la newsletter. On a une lettre d'information qu'on envoie à 15.000 personnes. Les gens peuvent s'abonner à cette lettre d'information mais le site est gratuit et on n'a pas besoin d'être abonné pour y accéder.

M : bon, en fait quand je dis abonné, ce n'est pas dans le terme financier. C'était abonné, dans le sens où des gens peuvent ... un individu X peut venir régulièrement sur le site, des fois il peut faire des commentaires en bas d'articles. Et peut-être qu'il a mis un pseudo, individu X, et on sait que l'individu X est venu peut-être tel nombre de fois ou à partir de là, on décompte le nombre de visite par jour, par mois...

I.N : ah non ! La CNIL (commission nationale d'informatique et des libertés) interdit de faire ça en France. On n'a pas le droit d'indexer les visiteurs au fur et à mesure de la journée. C'est un peu comme si Mc do décidait de cibler tous les gens qui entraient dans sa boutique. On n'a pas le droit de le faire. Par contre on a des outils, on a des outils qui nous permettent de mesurer à base des adresses IP des ordinateurs, et donc de leur localisation géographique, de cibler ; on va dire ; d'avoir une grossière vue d'ensemble, mais vraiment une grossière ... du public. Sur le plan géographique, on est sûr parce que c'est une localisation géographique. Mais maintenant où les chiffres peuvent être biaisés, c'est par rapport à la catégorisation. Par exemple, je parlais de 25 – 45 ans, les informations qu'ils rentrent par ailleurs pour rechercher d'autres types d'informations sur internet sont récupérées par des cookies qui essaient de catégoriser. Mais je peux utiliser l'ordinateur de mon père pour aller faire du shopping chez H et M. et on croit que mon père est une jeune fille qui fait du shopping chez H et M. il y'a rien qui nous prouve que.... Donc ça reste global. Mais comme on n'a pas un besoin pressant d'avoir ces chiffres de manière claire ; parce que ça ne renvoie à une réalité commerciale chez nous. Nous on s'en fout à peu près. Par contre là, où Les informations qui sont très importantes pour nous, c'est la catégorisation géographique. Comme je l'expliquais, puisque pour nous, ce qui était important, c'est que l'on rassure les annonceurs que vous avez vraiment du lectorat dans tel pays et vous pouvez communiquer de ce pays là pour aller vers tel autre pays. Pour nous, pour ce dont on a besoin ;

ça nous suffit. Après maintenant, en termes d'améliorations de contenus, c'est toujours bien de savoir qui nous lit et qu'est-ce qui les intéresse. Et même jusque là encore... nous ce qui nous intéresse davantage c'est de savoir qu'est ce qui intéresse notre lectorat quel que soit. Et donc ce qui intéresse notre lectorat, il y'a des outils qui nous permettent d'avoir des coûts par sujets par articles, par groupe et donc on sait si Eto'o est plus intéressant en termes de mots clés, que Paul Biya au Cameroun ou Chantal Biya ou ainsi de suite. Ça c'est pour l'amélioration de contenu on va dire.

M : et d'après ce point de vue là, ces outils là, vous pensez que c'est quel type de sujet qui intéresse plus les gens ?

I.N : globalement les gens sont intéressés par la politique et le sport. Là encore je prends ces chiffres avec des pincettes ; comme derrière je fais un travail de veille sociale sur l'outil internet au Cameroun, je ne m'avancerai pas aussi vite qu'une simple directrice de rédaction d'un journal à me dire que ça correspond à une réalité parce que je vois très bien tout ce qui peut y avoir derrière comme... l'environnement est très particulier au Cameroun, du fait que les connexions, ne sont pas... les gens n'ont pas d'accès personnels aux ordinateurs. C'est-à-dire que c'est très rare de voir quelqu'un qui a son PC. C'est plutôt familial ou alors d'un cyber café donc alors communautaire. Et du coup, moi le sachant, je prends les chiffres d'analyses de ce type d'informations avec beaucoup de pincettes. Parce que l'IP d'un ordinateur d'un cyber café sera enregistré de même façon qu'un ordinateur d'utilisation personnel et donc...; sauf que l'IP d'un cyber café peut voir passer 10, 15 voire 20 personnes de journée. Et ça veut dire que ça biaise le profil que je voudrais établir de l'internaute par rapport à quelqu'un qui a un ordinateur personnel. En France, on peut se rapprocher de la réalité des faits avec ce genre de chiffre parce qu'on arrive presque souvent à voir chacun avec son ordinateur. Mais au Cameroun, ce n'est vraiment pas la réalité. Du coup, je ne peux même pas vouloir mettre en avant ces chiffres là pour concevoir mon projet personnel commercial parce que je risque de me gourer complètement. Il vaut mieux voir faire du porte à porte pour voir ce que les gens font ; c'est-à-dire un travail de terrain que d'attendre les chiffres pour les analyser.

M : et, étant donné que vous avez fermé le forum, il y'a quand même toujours cette possibilité de réagir au bas des articles...

I.N : oui

M : et comment donc vous gérez les retours ?

I.N : Nous, il n'ya pas de problème. On permet aux gens de réagir et on ne les ssss..... Par contre là, on ne modère pas. les gens peuvent vraiment réagir à chaud au bas des articles. Ce qui n'est pas un forum ; parce que le forum, les gens discutent sur un sujet. Tu donnes ton avis, quelqu'un d'autre donne son avis, ainsi de suite et voilà. Mais là c'est que quelqu'un dit cet article ci, il y'a telle chose qui est faux. Ça peut renvoyer à une réalité qui a été décrite par le journaliste. Et donc on corrige l'article. Donc, pour nous c'est plutôt comme quelqu'un qui lirait un journal et qui dit « j'étais là et ça ne s'est pas passé comme ça ». c'est plutôt comme ça qu'on le voit et qui est complètement différent d'un forum. Et là, c'est pas censuré.

M : est-ce qu'il peut arriver des fois qu'un internaute ait réagit au bas d'un article et que l'administrateur du site de *journalducameroun* réagisse (...) ?

I.N : ... réagisse à sa réaction. Bien souvent ça arrive ! Si quelqu'un réagit que « ce que vous avez dit est faux ! ». Et qu'on pense que ce qu'on a dit est vrai, bon... puisque c'est la seule façon de communiquer avec lui, on lui redit que.... Et a partir du moment où c'est pas censuré, il ne faut pas qu'on laisse le : « ce que vous avez dit est faux ! » sur le site. Il faut qu'on revienne réagir pour dire que : « on pense que c'est vrai parce ce que, parce que » ou bien même si l'article a été modifié, de dire que l'article a été modifié. Si non, quelqu'un qui vient après , ne comprendrait pas pourquoi il a dit que telle chose était fausse, pourtant c'est corriger dans l'article.

M : et est-ce que *journalducameroun* est présent sur les réseaux sociaux ?

I.N : très peu !

M : euh..., je peux savoir lesquels ?

I.N : euh.. pôle plus, Facebook. Twitter, on démarre. Mais je dis très peu parce qu' on a pris du retard par rapport aux autres et par rapport à ce qu'on aurait pu faire.

M : Face à l'existence

I.N : humm... Internet a un double profil par rapport à l'environnement médiatique. C'est que c'est un support mais c'est aussi un média. Ça veut dire que je peux faire du pure player ..., n'exister que sur Internet et comme *journalducameroun*, n'exister que sur Internet. Donc je l'utiliserai comme média. Mais ça peut être un support supplémentaire, pour une radio, pour une télévision, pour une presse... et donc ça peut avoir une dimension d'accompagnement pour ce type là. Après le modèle est tellement récent que les journaux camerounais n'ont pas encore réussi à trouver comment utiliser internet comme support. Dans les années euh 2000 à 2007-2008, 2010 même, une dizaine d'années, beaucoup de sites camerounais se sont mis sur la toile. On avait le messenger en ligne, mutations en ligne, le jour en ligne... fin ainsi de suite, la nouvelle expression en ligne parce que pour eux, c'était un gage de prestige. Très vite, ils se sont rendus compte que déjà la presse au Cameroun, souffrait de l'érosion du lectorat. Vu qu'ils avaient un nouveau support et que les gens avaient un nouveau support, et en plus offrait de l'information gratuite ; bah les gens n'achetaient plus. Parce que pour eux, ils ne voient pas pourquoi ils vont acheter pour consommer ce qu'ils peuvent consommer gratuitement. et ils ont tous fermé leur sites. Comme je l'expliquais tout à l'heure, quand quelque chose est naissant, on façonne, on réfléchit à ... donc passée l'euphorie, il y'a que très peu de journaux qui ont leur site internet. Ça c'est pour ceux qui pourraient l'exploiter comme support.

Nous *journalducameroun*, le positionnement était clair depuis le début. C'est-à-dire pure player. C'est-à-dire que pour nous, internet est notre média comme aurait pu être la radio pour une radio ou la presse pour une presse. Du coup on n'a pas le problème des autres, parce que dès le début on l'a utilisé comme média et donc on a accepté le fait que l'information devait être gratuite, accessible, déterritorialisée. Parce que ça implique d'autres obligations, quand tu dois publier une information déterritorialisée, et surtout consommable dans le temps. Tu ne peux pas avoir la même posture, même dans la rédaction. C'est pourquoi, c'est important d'avoir des journalistes formés à ce type de média là. Je prends un exemple simple. Je prends un exemple simple... euh, Quand j'achète le *Mutations* du vendredi, du lundi d'aujourd'hui ; je le lis, c'est un quotidien. Vendredi si je veux lire un quotidien, je vais lire le *Mutations* de vendredi et donc le gars qui a écrit son article va dire « hier il y'a eu ceci.... ». Dans le quotidien de Vendredi, je ne vais pas chercher parce que je vais dire que s'il dit hier c'est que c'était jeudi. Alors que moi si j'écris un article sur *journalducameroun* et que je mets hier... le problème c'est que quelqu'un peut taper l'information sur Google et tomber sur l'article 3 mois plus tard. Il tombe sur cet article parce

qu'il tape un mot clé et l'index l'a renvoyé à cet article ; il ne comprendra pas pourquoi tu as dit hier. Vu que ce n'est pas hier par rapport à lui. Premièrement, il y'a ça. Deuxièmement, il a déterritorialisation. Par exemple quand je veux euh... parler de Bafia, si je ne précise pas dans le centre du Cameroun et qu'il ya quand même un petit village quelque part dans un coin obscur de l'Est Cameroun, qui s'appelle Bafia, on s'égare. Donc c'est important de se comporter comme si les gens qui allaient consommer mon information ne sont pas toujours camerounais. Même s'ils sont camerounais, tous ne sont pas camerounais en connaissant le Cameroun. Alors que Mutations du fait qu'il publie dans un espace clos, géographiquement parce que son journal est distribuer à Douala, Yaoundé, ... enfin dans quelques villes. Forcément le public est supposé bien connaître puisque on ne va pas au-delà. Donc nous on a des obligations qu'on a pris en compte dès le début ; que eux ils n'avaient pas pris en compte parce que euh ils faisaient du copier-coller de ce qu'ils publiaient sur le papier, sur internet ; ajouté au fait que c'était gratuit. Euh... le modèle n'a pas fonctionné. Ce que je pense, que c'est un modèle qui peut fonctionner si on réfléchit différemment la rentabilité des informations à mettre en ligne. Mais après bon, ça c'est notre réflexion. Du coup nous on ne souffre pas du fait qu'il y'ait internet au contraire, nous... le business est né du fait qu'il y'a internet. Et même pour ceux qui ont les autres médias au Cameroun, c'est parce que on manque de professionnels. C'est un métier en fait, c'est à-dire qu'il faut connaitre, maitriser les codes, maitriser les évolutions. Enfin... parce que si non, on fait ce qu'ils ont fait au Cameroun. On crée un site internet, on met tout, après on se rend compte que ça sert à rien. On arrête tout, enfin.... Alors qu'il y'a une matière à réflexion et surtout beaucoup de choses à exploiter à côté. Et puis on peut rendre payant un site internet. C'est un modèle qui fonctionne aussi. Mais on ne rend pas payant l'information parce que c'est un espace ouvert. Tu rends payant l'information, personne ne vas acheter ; il ira chez le voisin. Du coup tu réfléchis à rendre payant les informations que tu as seul. *Cameroun tribune* fait les annonces classées : les offres d'emplois, des éléments du journal officiel. Il y'a des gens qui achètent *Cameroun tribune* au Cameroun que pour ça ; pour avoir les lancements de projets par exemple. C'est-à-dire que dès qu'ils achètent le journal, ils vont directement à la dernière page. Ça veut donc dire qu'il y'a des gens qui paieraient *Cameroun tribune* en ligne que pour ça. Encore faut-il réfléchir à mettre le système en place ! donc euh, le problème qu'ils ont c'est plutôt un problème de management global par rapport à cet environnement qui est nouveau. Et nous on n'a pas de ... (hésitation) problème par rapport à cela.

M : Et que pensez-vous de la présence d'acteurs camerounais sur le web ?

IN : euh... euh... l'espace est ouvert du coup chacun a le droit de faire ce qu'il veut. Mais moi je ne parlerai pas d'acteurs mais de professionnels. Vous savez le plus important n'est pas d'avoir un site internet mais d'avoir un site d'internet viable. Et donc fonctionnel sur le long terme. Parce que si c'est pour créer un site internet et que on est une ONG~

Annexe 2.5: Entretien écrit avec Tchepnkep Tokom, directeur de publication de 237online.com, 23 septembre 2014.

TCHEPNKEP TOKOM <DP@237online.com> a écrit :

« J'ai répondu à vos questions dans ce document.

Les deux fichiers attachés représentent la réponse à une question vers la fin.

Merci et bonne continuation.

Faite moi un mail si vous avez des préoccupations autres.

Bonne nuit Madame.»

1. Historique et évolution: création, objectifs

1.1) Pouvez-vous nous faire un historique descriptif de votre portail web ? (vision, création, acteur(s)...)

Créé en Septembre 2008 par TOKOM TCHEPNKEP et d'autres jeunes camerounais, 237online.com se veut une ouverture sur le Cameroun. 237online.com présente le Cameroun dans sa diversité et ses richesses culturelles, sociale et historique.

1.2) Quelles sont les raisons du choix de votre système d'identification visuelle (nom/dénomination, logotype, couleurs, signature) ?

237online.com ici représente le Cameroun sur internet, le Cameroun en ligne. Car sachant que chaque camerounais se retrouverait dans le « 237 » nous avons opté pour son utilisation comme pour signifier le Cameroun en ligne. Le logo représente le sceau, toujours un signe, une marque forte ou tous les camerounais se retrouvent car le remarque. Les couleurs il fallait abandonner les couleurs vives utilisées par les sites en occident. Nous sommes africains et avons opté pour une charte graphique qui nous ressemble. Le noir et le gris la signature est " *Ne cherchez plus l'information elle s'invite à vous sur 237online.com*"

Votre nouvelle fenêtre sur le Cameroun

Your new window on Cameroon

1.3) Quels sont vos objectifs ? En créant ce portail, quels publics visiez-vous et pourquoi ?

Le public initialement visé était la diaspora car 237online.com est né à un moment où l'image du Cameroun était de plus en plus ternie par des blogs et sites sur internet. Au début il était question de contrer ceux-là et de redorer l'image du Cameroun. De donner envie aux gens de venir au Cameroun. Cela a fonctionné ainsi purement pendant 3 ans tel un site de vente de la destination Cameroun. Mais très vite nous avons compris que nous étions media et que le devoir était aussi de donner de l'information aux camerounais de l'intérieur. Voilà alors comment nous avons ouvert nos publications aux informations locales et commencé à créer des partenariats avec des presses locales. Maintenant, nous croyons servir tout le monde. Notre trafic principal vient du Cameroun.

1.4) Comment vous positionnez-vous par rapport aux autres portails et sites web camerounais d'informations générales ? Disposez-vous d'une ligne éditoriale ? Si oui, quelle est-elle ?

Nous nous engageons à y intégrer toutes les ressources utiles se reliant au Cameroun. Ceci en contribution à l'effort de construction nationale qui à notre sens est un devoir de génération.

2) Fonctionnement et financement :

2.1) Comment se compose l'équipe actuelle de votre portail internet ? Pensez-vous l'élargir ? Pourquoi ?

Actuellement il y a un développeur, un graphiste, 3 rédacteurs permanents et moi (développeur et rédacteur) Nous comptons mettre en place une plate forme plus grande qui devrait avoir au moins 50 rédacteurs à travers le Cameroun. Ceci dans maximum 5 mois. Nous devons le faire car le besoin de rédacteurs se pose afin de nous positionner comme leader au Cameroun.

2.2) Travaillez-vous en collaboration avec d'autres organismes et/ou organes de presse ? Si oui, quels sont-ils ? Et pour quelles raisons ?

Oui nous avons un accord tacite avec Jeune Afrique pour l'échange de contenu et dans la presse locale un contrat avec le journal LA NOUVELLE VISION. Ils ont parfois des contenus intéressants pour nous surtout que nous sommes aussi agrégateur de contenus.

2.3) Votre portail web, est-il un média commercial ? Ou un média informationnel à but non lucratif ? Pourquoi ce choix ? Peut-on dire de votre site web qu'il soit économiquement rentable? Pour quelles raisons ?

Oui le portail est économiquement rentable. Pas encore, mais le sera quand les Camerounais et les entreprises comprendront la puissance et les ouvertures que internet propose. Nous sommes un média commercial et informationnel

2.4) Comment financez-vous ce portail web? De quelle autonomie budgétaire bénéficiez-vous de cette (ces) source(s) de financements? Existe-il des services payants sur votre site ? Pourquoi

Aucun service payant sur notre site. Le financement est pour le moment sur fond propre. Mais les revenus de Google arrivent aussi parfois mais sont encore assez minime par rapport aux besoins.

3) le portail web en question : politique éditoriale, positionnement, lectorat

3.1) Comment définiriez-vous votre politique éditoriale ? Qui décide de votre stratégie éditoriale ?

Personne Ne décide de la politique éditoriale car c'est connue par toute l'équipe. Nous nous engageons à y intégrer toutes les ressources utiles se reliant au Cameroun. Ceci en contribution à l'effort de construction nationale qui à notre sens est un devoir de génération.

3.2) Comment s'effectue la sélection des informations diffusées sur votre site internet ? Quel type d'information votre rédaction considère-t-elle plus comme fait d'actualité ? (les affaires : publiques, sociales, politiques, culturelles, économiques...) Et pour quelles raisons?

Nous sommes un site d'information générale, donc toutes les informations pour nous sont des faits d'actualités

3.3) Selon vous, quelles sont les caractéristiques des portails web camerounais informatifs ? Compte tenu de l'environnement concurrentiel dans lequel vous évoluez, comment vous démarquez-vous de la concurrence ?

237online.com sélectionne les articles qu'il publie. Et se rassure qu'ils sont de qualités. On ne ramasse pas tout ce qui arrivent

Et s'il vous était demandé de faire une évaluation de votre portail depuis sa naissance ? Quelles perspectives pour l'avenir ?

Depuis sa naissance on n'a pu se démarquer et pour l'avenir il question de devenir leader des sites d'informations camerounais

3.4) Merci de nous parler de votre lectorat :

- Qui est-il ? Quels sont les profils des internautes consultant votre portail? S'agit-il d'un public majoritairement camerounais? Sont-ils abonnés ?

25-34 ans 54,57 %

35-44 ans 48,40 %

45-54 ans 57,07 %

18-24 ans 70,97 %

65+ ans 73,66 %

55-64 ans 69,07 %

A votre avis, quel(s) autre(s) lectorat(s) pourrai(en)t constituer votre audience ? Disposez-vous de baromètres d'évaluation de votre audience ? Si oui, quels sont-ils ?

Oui, nous utilisons GOOGLE ANALYTICS et les STATS de l'hébergeur. Mais nos statistiques viennent de Google analytics car il est le plus fiable selon nous.

- Comment gérer-vous les retours (*feed-back*) de votre audience ? Quel(s) outil(s) adoptez-vous : réactions aux articles, Email, sondages et/ou enquêtes, forum de discussion, réseaux sociaux... ?

Nous adaptions les mails, mais aussi les articles mais encore plus les réseaux sociaux.

4) Représentations et logiques d'actions des promoteurs

4.1) Face à l'existence de l'audiovisuel, de la radio diffusion et de la presse écrite, comment situez-vous l'insertion d'Internet dans le champ médiatique camerounais?

Il est encore inconnue car plusieurs personnes ne touche pas de machine ni n'entre dans un navigateur mais progressivement les choses s'améliore et de plus en plus les gens vont sur internet. Car de plus en plus des informations sont données a la télévision ou à la radio en prenant pour source un site internet camerounais.

4.2) Que pensez-vous de la présence d'acteurs camerounais sur le web ?

4.2) Pensez-vous que votre média contribue au développement de la société camerounaise ? Si oui, quels en seraient les apports ? Comment les mesurez-vous?

Nous la mesurons tout d'abord par le nombre de fois ou un article est lu et par la suite par la réactivité sur Facebook ou sur les commentaires sur le site. Mais de plus les gens nous appelle directement sur le téléphone ou encore nous envoie des informations a recouper ou alors des appréciations.

Annexe 2.6: Entretien écrit avec le promoteur de cameroun24.net, en date du 12 juillet 2014, Augustin Timfang

Durée : 44 min 46 sec

M : Pouvez-vous me faire un historique descriptif de votre portail web ? (vision, création, acteur(s)...))

A : Disons que Cameroun 24 est né... c'est une idée personnelle que j'ai essayé d'implémenter avec un groupe de personnes, donc qui sont également dans le domaine de la communication et du journalisme en général. Nous avons donc (euh...) , le but pour moi était dans un premier temps, puisque nous avons remarqué, qu'étant à l'extérieur on était très sous-informé de ce qui se passait au pays, et parce que à l'intérieur des camarades, des amis qui avaient accès à certaines sources d'informations mais qui ne valorisaient pas beaucoup les informations qui venaient du pays comme vous pouvez toujours remarquer la plupart des informations qui viennent du pays sont toujours des informations péjoratives. Des informations de chiens écrasés, on a braqué ici, on a versé le sang la bas. En fait la règle des 3 S. sexe, sang, sous, donc nous avons voulu aller dans un ton différent, donc montrer aussi ce qui marche au pays, donc beaucoup de contributeurs (15 sec de conversation inaudible) de notre journal (je vais anticiper sur vos autres question) travaillent aussi dans d'autres organes de presse. Donc parfois, ils ont des articles qu'ils ne peuvent pas publier dans leurs organes de presse parce que la ligne éditoriale ne convient pas à ce type d'informations qu'ils souhaitent véhiculer

M : En terme de date... en quelle année, il a été effectif le site SVP ?

A : Nous l'avons officiellement ouvert en 2008, en septembre, en 2008.

M : D'accord Et maintenant...

A : Bon dit qu'il a été enregistré. C'est vrai que le Cameroun souffre un peu d'un vide juridique dans le domaine. C'est vrai qu'on a lancé le site même avant de l'avoir même enregistré. Donc on l'a lancé effectivement en Septembre 2008 mais il a été enregistré à la préfecture en 2009.

M : Maintenant, je vous poserai des questions en rapport avec votre identité visuelle. J'entends par là, votre nom, votre logo, couleurs et signature... Pourquoi est-ce que vous avez choisi cameroun24 comme dénomination ?

A : (silence) Bon nous avons choisi Cameroun 24. Pourquoi Cameroun ? Parce que ce n'est pas les informations que nous diffusons, sont des informations qui intéressent ceux qui s'adressent à ceux qui s'intéressent au Cameroun. Parce que c'est pas seulement les informations destinées aux Camerounais mais mêmes aux étrangers, aux personnes qui souhaitent visiter le Cameroun ou alors aux opérateurs économiques qui souhaitent avoir des informations. Comme vous le savez certainement dû le remarquer, la plupart des informations que nous diffusons sont des agrégations d'informations économiques. Donc ceux qui souhaitent investir au Cameroun. Donc on essaye de faire des agrégats d'informations avec des partenaires que nous diffusons chez nous en plus de nos propres interviews, notre propre recherche, les reportages que nous-mêmes nous faisons à travers le site internet et la version papier...

Et 24 parce que on a ce souci de diffuser les informations en permanence, que ce soit à la fois sur Twitter, sur Facebook et qui sont des agrégats que nous essayons de... je disais 24, parce que notre vocation est de diffuser l'information en permanence, des informations d'alerte, chaque fois que nous avons, des brèves, des scoops, donc on diffuse régulièrement.

M : Et est-ce que vous pouvez me justifier un peu le choix de votre logo, vous avez pris les couleurs jaunes et verte... pourquoi ?

A : notre logo symbolise la 1 parce que on veut avoir un regard sur le monde. La Couleur verte parce qu'en fait, disons que le but initial dans le choix des couleurs était de symboliser les couleurs du Cameroun donc sur notre logo vous allez retrouver ces couleurs.

M : Et pour votre choix de logo, avez-vous fait appel par exemple à un infographiste, à une agence de communication ou vous l'avez juste pensé vous-même.... Est-ce que vous avez fait appel a des services extérieurs ?

Comme nous avons une formation plurielle, on a cette latitude parfois de concevoir des choses nous-mêmes et demandez un avis de spécialiste et parfois faire des modifications.

M : D'accord, et ma toute dernière question en rapport avec votre identité visuelle était de savoir quelle était votre signature, parce que quand je suis directement sur le site, je ne l'aperçois pas.... Je ne sais pas si votre nom se confond avec Cameroun.24 ou bien ...

A : quand vous parlez de signature, il s'agit de slogan ou bien de visuel ?

M : bon non, non... il s'agit d'un slogan parce que le visuel je l'ai mis avec le logo, ça va de pair.

A : Notre slogan, si vous regardez... (silence). Oui, notre slogan il est le suivant : « le Cameroun comme il va en Afrique dans le monde ».

M : Et si l'on parlait de vos objectifs ?

A : Bon-là, je vais me répéter puisque j'ai essayé déjà d'élucider déjà ça en propos préliminaires... notre objectif, comme vous allez le remarquer dans notre site puisqu'on le fait très bien, on décrit très bien qui nous sommes, ce que nous faisons, ce que nous avons vocation de faire, c'est de porter un message différent, un regard différent des informations sur le Cameroun... nous avons donc pour objectif de montrer un autre regard sur le Cameroun, de montrer ce qui marche au Cameroun. Mais cela n'exclut naturellement pas, qu'on puisse de temps en temps diffuser des informations sur ce qui ne va pas. Et qu'on puisse critiquer aussi quand il faut critiquer

M : Donc, votre site ne donne que des informations sur le Cameroun ?

A : Si, nous n'avons pas la prétention (rire) et les moyens de couvrir des informations, de couvrir des évènements des manifestations qui se passent ailleurs qu'au Cameroun. Donc on ne peut que le faire ailleurs quand ça concerne du Cameroun.

M : Et...

A : Je voudrais aussi ajouter donc pour qu'il n'y ait pas de confusion, si vous avez visité le site, il arrive parfois qu'on diffuse des informations des agences de presse, le cas par exemple de l'agence aria qui diffuse parfois leurs informations sur notre site Parfois ce ne sont pas toujours les informations qui concernent le Cameroun mais a vocation internationale, qui parfois ne coïncident pas toujours avec la vision, avec le type d'informations comme nous avons l'habitude

de voir au quotidien. Nous avons des prises de positions sur les conflits internationaux, sur la politique internationale... les choses comme ça. Mais nous sommes parfois obligés d'inspecter les engagements que nous avons pris au départ, pour ne pas être pris ...

M : Et quand vous aviez créé votre site au départ... quel type de publics vous visiez ?

A : Principalement la diaspora : la diaspora estudiantine et la diaspora économique.

M : Et pour quelles raisons ?

A : Parce que nous estimons que le tissu technologique ou alors internet n'est pas suffisamment répandu à l'intérieur donc du coup ce serait prétentieux de croire qu'on puisse toucher le public cible à l'intérieur du pays alors que déjà les gens n'ont, la grande majorité n'a pas accès, ce qui n'est pas des Camerounais de la diaspora et qui s'informent principalement à travers internet.

M : Comment est-ce que je peux vous différencier votre site des autres sites qui existent comme *cameroun-info*, *camer.be*... comment vous positionnez-vous ?

A : Disons que (soupire) c'est difficile de se différencier des autres sites comme *camer.be* ou *cameroun-info.net* aussi sont des amis ailleurs que sur internet. Donc la philosophie avec ces sites, parfois semble la même. Mais si vous visitez régulièrement notre site, si vous regardez régulièrement les informations que nous diffusons, contrairement à d'autres qui diffusent tous, nous on s'intéresse plus aux informations économiques.

M : donc...

A : Ou bien notre grosse différence aussi, c'est qu'ils sont basés à l'extérieur alors que nous nous sommes à l'intérieur du pays.

M : Donc si je vous ai bien compris, pour résumer ça veut dire que votre ligne éditoriale serait de donner les informations telles qu'elles sont présentes au Cameroun et en Afrique

A : Exactement. En fait nous voulons présenter le regard de l'information tel que les Camerounais de l'intérieur la perçoivent.

M :... Comment se compose votre équipe actuelle de travail ... ?

A : Disons que il y'a, je ne vais pas donner des chiffres exhaustifs pour des raisons évidentes. Donc il y'a une demi- dizaine de personnes, qui sont permanentes, qui travaillent régulièrement pour le site. Les autres comme je les dis, pour des raisons évidentes, on travaille dans d'autres organes de presses, donc je ne vais pas les citer. Et ils envoient leurs contributions régulièrement. Les derniers, ils sont plutôt dans la diaspora. Donc eux parfois, ils envoient les infos sous forme de correspondance particulières ou alors lorsqu'ils couvrent un évènement bien précis pour lequel nous avons été sollicités. Ils peuvent faire un reportage qu'on diffuse sur notre site.

M : Et d'ici un avenir proche peut-être 5, 10 ans, pensez-vous élargir votre équipe, la diversifier davantage ou pas ?

A : Disons que nous avons pour vocation, comme je le disais, a pensons l'élargir au maximum. Donc nous avons deux projets qui sont difficiles à mettre en œuvre parce qu'ils y'a des contraintes technologiques disons une web radio et une web tv.

M : D'accord... vous m'avez dit tantôt un peu plus haut, qu'il vous arrive de travailler avec des organes de presse comme ria, mais est-ce qu'il vous arrive aussi de travailler en collaboration avec presse locale au Cameroun ou les radios locales... ?

A : Disons qu'il ne s'agit pas seulement du journal *le jour*, il s'agit aussi des journaux *le messenger*, *la nouvelle expression*, *la météo*... donc il arrive parfois donc que nous reprenons les informations qui sont diffusées dans leur journal. Disons qu'il n'existe pas une clause tacite. Disons que... euh... donc ils acceptent que nous diffusions parfois. Parfois, c'est eux qui nous proposer de diffuser certains articles, parce qu'ils estiment que notre portail est plus visitée que le leur. Et quand ils font ça chez nous, ils auraient beaucoup plus de visites guidées. Je dois quand même reconnaître qu'il y'a parfois des articles que nous reprenons sur notre site sans avoir demandé une autorisation préalable et nous citons la source. Donc pour ne pas égarer nos lecteurs et pour respecter la propriété intellectuelle.

M : Votre portail web est-il un media commercial, - par media commercial c'est-à-dire il peut vous rapporter de l'argent ou il est économiquement rentable ... ?

A : Disons que nous n'échappons à la tendance des medias camerounais. Très peu de medias camerounais peuvent prétendre être économiquement rentables. C'est la raison pour laquelle le

gouvernement parfois tombe une modique subvention dont nous avons jamais bénéficié. D'ailleurs nous n'avons jamais sollicité donc c'est les contributions de personnes passionnés comme nous, et celles qui nous entourent, qui permettent de faire vivre le portail.

M : D'accord ... mais...en fait très généralement je visite votre site, je vous souvent des synthés, des petits passages pour des annonces publicitaires...

A : Des bannières publicitaires

M : des bannières publicitaires. Oui c'est le mot, merci.

A : Si, nous diffusons aussi régulièrement des bannières publicitaires. C'est pour ça que je disais que nous prenons sont comme des contributions des personnes qui soutiennent le portail. Parce que très souvent, ces bannières, s'il fallait leur facturer sur les tarifs du marché ça ne représenterait pas ce que ces personnes contribuent pour faire vivre le portail. Donc considérons beaucoup plus ça comme un soutien que comme un service qu'ils nous paient pour survivre

M : Votre site n'a pas de service payant

A : Non il n'est pas rentable

M : Votre site est gratuit... pas besoin d'être abonné :

A : ...Aucune rubrique n'est payante. Même les blogs sont gratuits... c'est-à-dire les personnes qui créent leurs blogs et qui veulent diffuser eux-mêmes leurs propres informations sur notre site le fond gratuit. Donc il n'y a aucun service qui est payant.

M : Est-ce qu'il vous arrive à vous d'ingérer vos fonds personnels pour la bonne marche de votre site :

A : Ça arrive presque tout le temps, les stagiaires que nous prenons parfois par exemple, parfois on les paie sur des fonds propres

M : ... Je voudrais savoir, qui décide de votre stratégie éditoriale, du choix des articles... est-ce que c'est vous en amont qui le décider ? Est-ce vous avez un comité de personnes, une équipe ... -je veux dire – une équipe de rédaction... ou est-ce que les sujets, vous les prenez comme cela en fonction de l'actualité ?

A Comme dans un journal classique où les conférences de rédaction se font tous les jours, nous ne faisons pas des conférences de rédaction régulièrement, mais il y'a un conseil éditorial de la ligne à suivre et deux personnes qui ont été désignées pour valider tous les articles qui sont diffusés. C'est à dire les rédacteurs envoient leurs contribution, il y'a des personnes qui lisent et qui valident avant que ce ne soit affichée sur le site

M : Et est-ce que vous avez un type d'information précis que vous... vous m'avez dit tantôt que vous êtes plus intéressé a plus à l'économie...

A : Oui exactement....

M : En conclusion, si je présentais par exemple votre site a une conférence, je dirai que votre site est spécialisé dans la production de l'information économique au Cameroun ou ce serait mal transmettre vos propos.

A : Non, pas du tout... pas du tout. Donc principalement l'économie comme je disais tantôt c'est l'information générale mais l'accent est beaucoup plus ... car si on diffuse 10 informations, 8 seront peut-être économiques. C'est vrai que ça peut pas refléter la réalité parce on a beaucoup diffusé sur la coupe du monde, la participation... (bruit) à travers nos deux correspondant qui étaient là-bas.

M: Pourriez-vous me parler de votre lectorat ? Qui est-il ? Est-ce que vous disposez d'outils qui vous permettent d'identifier les profils ou pas

A : Disons qu'on a un outil qui nous permet de... d'identifier.... En fait d'avoir des informations macroscopiques, si je puis m'exprimer ainsi, sur des profils des personnes qui viennent sur le site. Donc nous avons remarqué que la majorité de nos visiteurs (silence). C'est vraiment paradoxal, la majorité de nos visiteurs viennent du Cameroun, ensuite de la France, ensuite des USA ensuite de l'Allemagne ... ce qui nous toujours parfois surpris c'est qu'on a des visiteurs qui viennent parfois du japon ... (silence)

M : Donc c'est vraiment diversifié

A : de visiteurs qui viennent parfois... c'est vraiment très diversifié... tous ces visiteurs qui viennent parfois d'Iran, d'Irak... on ne sait pas parfois comment ils font pour arriver là... mais les outils nous montre parfois qu'on montre les visiteurs qui viennent d'Irak

M : et comment vous gérez les routes ... par exemple si je lis un article... je vois par exemple que la semaine dernière vous avez parlé des émeutes après le match du Brésil.

A : Exactement...

M : Si par exemple j'ai un avis à donner ... il est vrai que je peux laisser un commentaire

A : voilà exactement, ... vous pouvez soit laisser un commentaire ou écrire à la rédaction. Parfois il est arrivé que des personnes sur des articles que nous avons écrits ou diffusés que certains se sentent diffamés, ou alors que l'information qu'on a diffusé n'était pas correcte. Je prends par exemple le cas d'un litige foncier qui avait eu lieu à Douala, on a reçu une réclamation de quelqu'un qui nous a produit une décision du tribunal. Après la production de la décision du tribunal, On était contraint de retirer l'article. Donc ça peut arriver qu'on diffuse une information qui ne soit pas correcte. Par la suite, on peut soit diffuser un droit de réponse, soit retirer carrément l'article.

M : D'accord, je me posais bien la question... déjà, si je me posais, je me disais ok on peut donner son point de vue au bas de l'article ... mais vu qu'il un administrateur je me disais que est-ce qu'il... l'administrateur est-ce qu'il tient compte de mon apport, de mon commentaire ou il le supprime juste ou par exemple, si on écrit un article et qu'il y'a quelque chose à recorriger est-ce qu'il prend en ... bon vous avez répondu à tout.

A : Ok

M : ... et si je vous demandais de faire une évaluation de votre site depuis sa création, (depuis 2008), est-ce que vous pourriez vous auto-évaluer ?

A : Euh disons 2008,... disons on ne peut pas prétendre être totalement satisfait de l'évolution du site. Mais au lancement du site par jour on avait parfois 20, 30, 40 visiteurs mais aujourd'hui on se retrouve à des pics de 5.000, 6000, 8.000 visiteurs par jour. Donc je pense qu'en 04 ans ça me semble être une bonne performance. C'est vrai qu'on souhaite aller au-delà. C'est vrai que quand

on essaye d'estimer le nombre de personnes qui s'intéresse au Cameroun susceptible de venir sur le site. On se dit qu'il y'a encore du chemin.

M : D'accord. Donc, en termes de perspectives pour l'amélioration de votre site, vous m'avez dit que vous avez pensée à une web radio et à une web tv à l'avenir.

A : Oui il y'a une web radio, une web tv... Ensuite je vais anticiper sur la questionne que vous avez posée tout à l'heure. Donc le site actuellement il n'est pas rentable. On se dit que le site actuellement il n'est pas rentable donc on se dit que peut être plus tard, il faudrait penser à intégrer des services payants. Donc qui peuvent intéresser le public, les annonces, l'agence du groupe, les choses comme ça... donc ce sont encore des projets qui sont en gestation chez nous ...

M : Compte tenu de l'environnement concurrentiel dans lequel vous évolué, comment est-ce que vous vous différenciez de la concurrence ? Comment est-ce que vous vous démarquez ?...

A : Disons que la concurrence, elle est saine, la concurrence elle est saine. On ne va pas se limiter uniquement à se mettre dans un secteur de niche économique notamment comme je le disais. Mais on se dit qu'il faut faire aussi le maximum d'effort possible pour actualiser régulièrement les informations de les maintenir et tout, le niveau de visiteurs qu'on a déjà. Et pourquoi pas accroître. Proposer de nouveaux services et s'arrimer un peu plus aussi à l'environnement. Donc il y'a aussi certaines études que nous n'avons pas commandées mais qui montre que demain la communication se fera... ou le gens vont beaucoup plus se connecter avec des tablettes, des téléphones. Donc nous pensons déjà aussi à des nouvelles versions mobiles du site et des nouveaux services que nous allons proposes.

M : Et aujourd'hui comme il existe des réseaux sociaux, que la population des fois utilise en tant comme forums de discussions... euh est-ce que vous êtes présents sur les réseaux sociaux ?

A : Disons que nous sommes présents mais pas massivement. Donc actuellement nous n'avons ciblé que Facebook et Twitter, qui nous semblent être les plus... populaires. Donc c'est sur eux que nous sommes présents. Maintenant il faut que nous nous arrimons aussi au métier, donc nous avons pas encore de team manager, donc quelqu'un qui maitrise les réseaux sociaux et qui peuvent facilement propulser le site à travers cet outil-là.

M : Sans plus tarder nous allons passer à la dernière partie qui porte sur vos représentations et logique d'action en tant que promoteur de cameroun24. La première question sera face à l'existence...

A : Internet est devenu aujourd'hui est devenu une réalité qui s'impose naturellement a tous. C'est vrai que dans les pays comme le nôtre où la couverture internet est encore limitée, ça limite aussi la cible que nous souhaitons atteindre. Donc du coup, les radios et les télévisions prospèrent encore. Mais on se dit, que dans un avenir proche, si les projets qui sont annonces un peu partout avec la couverture de la fibre optique, internet qui va arriver dans les ménages prennent vraiment corps. D'ici quelque années je pense que la tendance sera inversée. Donc il faut reconnaître pour le moment, les Camerounais ou alors... que la cible intérieure s'effondre par rapport à la radio et la télévision. Mais par contre la presse écrite en perte de vitesse. (silence) donc les gens lisent plus sur Internet que dans les journaux.

Et que pensez-vous de la présence de Camerounais sur le web ?

Euh... Disons que les Camerounais sont quand même présents sur Internet il faut le reconnaître. Mais que très peu vont sur Internet s'intéresse à l'actualité, très peu pour s'informer. Je parle de la majorité ...Généralement, c'est ça. Les étudiants, les opérateurs économiques vont s'intéresser à la chose, à ce que nous faisons.

Et en toute dernière question, pour clôturer... vous en tant que promoteur de cameroun24 est ce que votre site internet qui aujourd'hui est comme un media, puisse contribuer au développement de la société camerounaise. Si oui, comment et quels seraient les apports :

A : Disons que nous contribuons déjà... si vous consultez régulièrement notre site vous allez voir que de temps en temps on s'efforce à aller couvrir les manifestations, à aller couvrir euh... (silence) à amener à la face du public ce qui se fait dans le pays notamment dans les régions du Sud, Ebolowa, Dschang. Vous allez voir qu'il y'a beaucoup d'activités comme ça, donc de jeunes agriculteurs, de jeunes qui ont des produits et qui coulisent dans des contrées. Donc qui n'arrivent pas à trouver des partenaires, qui n'arrivent pas à faire connaître ce qu'ils font. Nous, régulièrement on le fait. On va faire des reportages dans les contrées. Parfois on a souvent eu des retours avons des retours notamment du ministère de l'économie qui nous en courage sur ce que

nous faisons. C'est un peu cette forme de contribution que nous apportons. Par ailleurs si vous sollicitez apporter une autre contribution qui était à notre portée nous n'hésiterions pas à le faire.

Parfois on reçoit des demandes provenant des personnes de l'extérieur, parfois même des touristes qui souhaitent avoir des informations sur le Cameroun. Il y'a parfois des personnes qui veulent visiter certains sites, parfois certains qui veulent vérifier un certain type d'informations, donc nous on le fait volontiers, d'aller vers ceux qui proposent ces services et de les mettre en contact. Il y'a parfois des personnes qui disent qu'ils veulent investir, ils veulent acheter, ils veulent faire importer les bananes dans la région du Moungo parce que ils ne connaissent personne là-bas. Mais ils ont quand même eu une information qui disait qu'ils peuvent trouver ce type de produit la bas. Donc nous faisons volontiers de servir de passerelle, donc nous allons sur place ou alors on contacte un correspondant sur place qui récolte l'information. Et On met les deux partis en contact pour aussi pour stimuler l'essor économique de ces zones-là.

Donc il arrive parfois que nous allons au ministère du tourisme récolter de l'information que qu'un touriste, que quelqu'un nous a demandé sur internet parce qu'il veut visiter le Cameroun. Donc nous faisons volontiers de leur donner ces informations... il arrive parfois que certains arrivent sur place après avoir obtenu cette information. On se dit que c'est toujours une manière ou d'une autre, - ces personnes qui visitent le Cameroun – parfois ils laissent des dividendes ici qui contribuent d'une manière ou d'une autre à l'échelle du groupe... donc c'est une modeste contribution

M : D'accord, donc si je vous comprends bien, vous avez apporté à votre niveau des contributions au niveau du développement de la société camerounaise. Cela peut se manifester par des retours, des correspondances que des individus pourraient vous adresser qu'ils soient présents ou pas au Cameroun.

A : Donc pour me résumer. Du Cameroun vers l'extérieur un exemple, on couvre parfois des manifestations, des cérémonies culturelles dans des régions qui sont parfois un peu reculées. On fait des petits reportages avec des photos qu'on diffuse. Ça permet à ces cultures d'être un peu connue, vue de l'extérieur de se valoriser et inversement les personnes qui voient ça peuvent avoir envie de venir visiter ces contrées locales là. Parfois ça se fait sous forme de réseaux. Donc

que ce soit d'un côté ou l'autre on essaie de bien transmettre ces informations, de manière à participer à l'essor de ces régions la.

M : Remerciements pour la participation pour l'entretien.

Annexe 2.6: Echangé écrit avec robert djingui, membre de camerpost.com, 4 février 2015. -

En date de : Mer 4.2.15, robert djingui <robertdjingui@yahoo.fr> a écrit :

- > De: robert djingui <robertdjingui@yahoo.fr>
- > Objet: réponses au questionnaire
- > À: "mheuchou@yahoo.fr" <mheuchou@yahoo.fr>
- > Date: Mercredi 4 février 2015, 3h34
- > Bjr nous vous envoyons en pièce jointe les réponses à quelques questions du formulaire. nous ne pouvons pas répondre à toutes les questions mais nous avons fais au mieux. Merci et bonne journée à vous.

REPONSES AUX QUESTIONS DU GUIDE D'ENTRETIEN

I-Historique et évolution

- 1-1 Le site www.camerpost.com est une idée de Monsieur Max Owono. Informaticien de formation, il a souhaité mettre en valeur ses connaissances dans le domaine. Pour cela il s'est entouré d'une équipe de jeunes journalistes diplômé des grandes écoles camerounaises et étrangères. Ces jeunes constituent l'équipe rédactionnelle. Ils sont répartis dans diverses villes du pays. Le site a été lancé en mars 2013. L'objectif initial était de donner aux camerounais de la diaspora des informations sûres et vérifiées, traitées par des professionnels. Un site qui ferait la part belle au genre d'information en restant le plus proche possible des faits.
- 1-2 Le nom *Camerpost* est inspiré de l'appellation courante et usuelle des camerounais à l'étranger notamment en Europe. Le site est destiné en premier aux « *camer* » camerounais de la diaspora. Pour *Post* il faut comprendre par là le souhait d'amener les informations du pays aux camerounais de l'étranger un peu comme la poste le fait avec le courrier. Le logotype est constitué de deux lettre le C et le P pour désigner Camerpost. Le choix de la couleur est symbolique. Le rouge est la couleur prépondérante, pour retenir l'attention. C'est également la couleur au centre du drapeau camerounais.
- 1-3 Le site www.camerpost.com se veut unique dans ce sens qu'il offre à la fois un visuel agréable et accompagne les articles des illustrations vérifiées. Cela confirme le caractère vrai et confirmé de ses informations. La ligne éditoriale est simple et se résume en quelques mots : « le plus proche possible des faits ». c'est la raison pour laquelle contrairement aux

autres sites, nous ne faisons quasiment pas de commentaires. L'objectif est de laisser le lecteur se faire sa propre idée d'une information.

2) Fonctionnement et financement :

2-1 l'équipe de www.camerpost.com est constituée d'une équipe rédactionnelle de cinq journalistes dont deux à Douala, deux à Yaoundé et un pour les régions du grand nord. Un web master assure la gestion courante du site. Le service commercial est assuré par une professionnelle. Soit un total de 8 personnes plus le directeur général. Notre souhait est d'élargir cette équipe notamment avec un service comptable et plus de reporter.

2-3 nous travaillons actuellement avec plusieurs agences de presse. Nous avons un abonnement avec l'Agence Française de Presse et l'Agence Africaine de Presse. Nous avons en outre des accords avec des organes de presse écrite camerounais : le Messenger ; le Jour ; Mutations...cette collaboration nous permet de diversifier nos informations et d'avoir

2-4 notre site est un média commercial puisque nous offrons des espaces publicitaires. La raison est toute simple nous devons rentabiliser notre investissement. Le site pour le moment n'est pas économiquement rentable. Nous savons que ce genre d'initiative devient rentable sur le long terme et sur la notoriété et la qualité du travail. Les charges financières sont assurées sur fonds propres par le Directeur Général.

3) le portail web en question : politique éditoriale, positionnement, lectorat

3.1 Les articles qui paraissent sur notre site ainsi que les angles de traitement sont retenus unanimement par la rédaction. Lorsqu'un article nous est envoyé par une agence de presse ou un journal, il est soumis à l'appréciation du coordonnateur de la rédaction qui est le seul habilité à donner le ok pour la publication.

3.2 Notre site est organisé en rubriques : sport, politique, économie, culture, société... les sujets en rapport avec ses secteurs sont traités.

3.3 De nombreux sites web spécialisés sur le Cameroun se contentent de relayer l'information de la presse écrite sans tenir compte des spécificités de l'écriture en ligne. Dans ces sites, une place prépondérante est accordée aux commentaires et autres articles d'opinion. Chez c'est tout le contraire nous essayons de rester proche des faits, d'adapter notre style à l'écriture en ligne, soit des textes pas très longs avec un vocabulaire simple et accessible.

Notre lectorat est très diversifié nous avons récemment constaté que de nombreux lecteurs ne sont pas des camerounais, mais de francophones de divers pays dont le Canada, la France...nous disposons d'outil de sondage en partenariat avec google qui nous fournissent des statistiques mensuels. Nous avons une page face book et il est possible pour nos lecteurs de nous contacter directement en cas de besoin.

4) Représentations et logiques d'actions des promoteurs

4.1- L'outil informatique est récent dans le contexte camerounais le taux de pénétration est néanmoins en constante évolution. La presse cybernétique ainsi que les médias sociaux entrent progressivement dans les mœurs. Face à la presse classique (audio-visuelle et écrite), la presse en ligne doit encore faire son chemin.

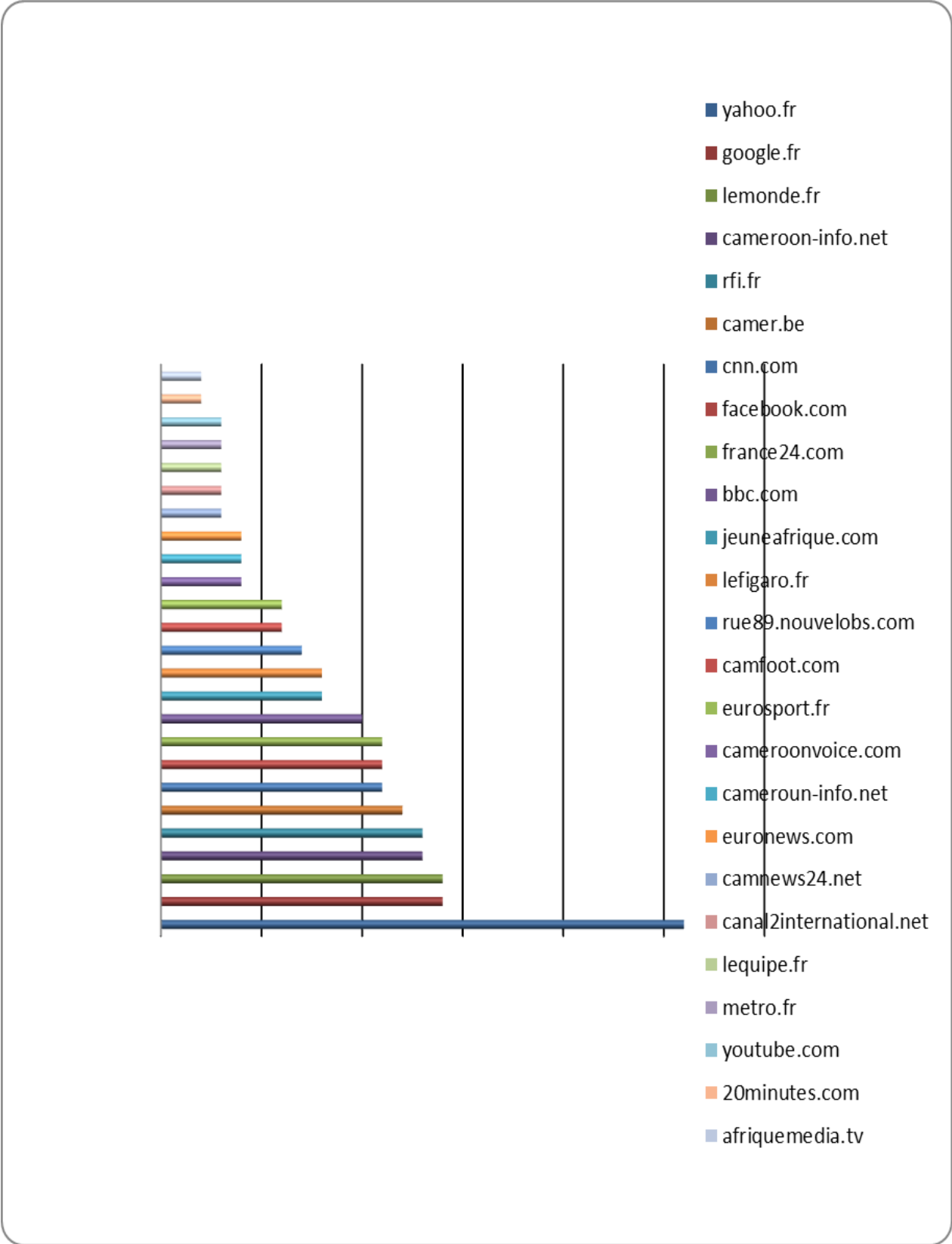
4.2 Les camerounais ont saisi l'opportunité qu'offre l'outil informatique. Le cyber journalisme est un secteur porteur un secteur avec lequel il faudra compter dans quelques années d'autant plus que les nouvelles technologies deviennent incontournables. Ce constat justifie l'implication de nombreux camerounais dans le domaine. Notre site ambitionne de devenir un pionnier voire une référence.

Annexe 3 : choix des lieux d'observation de l'enquête de terrain auprès des internautes

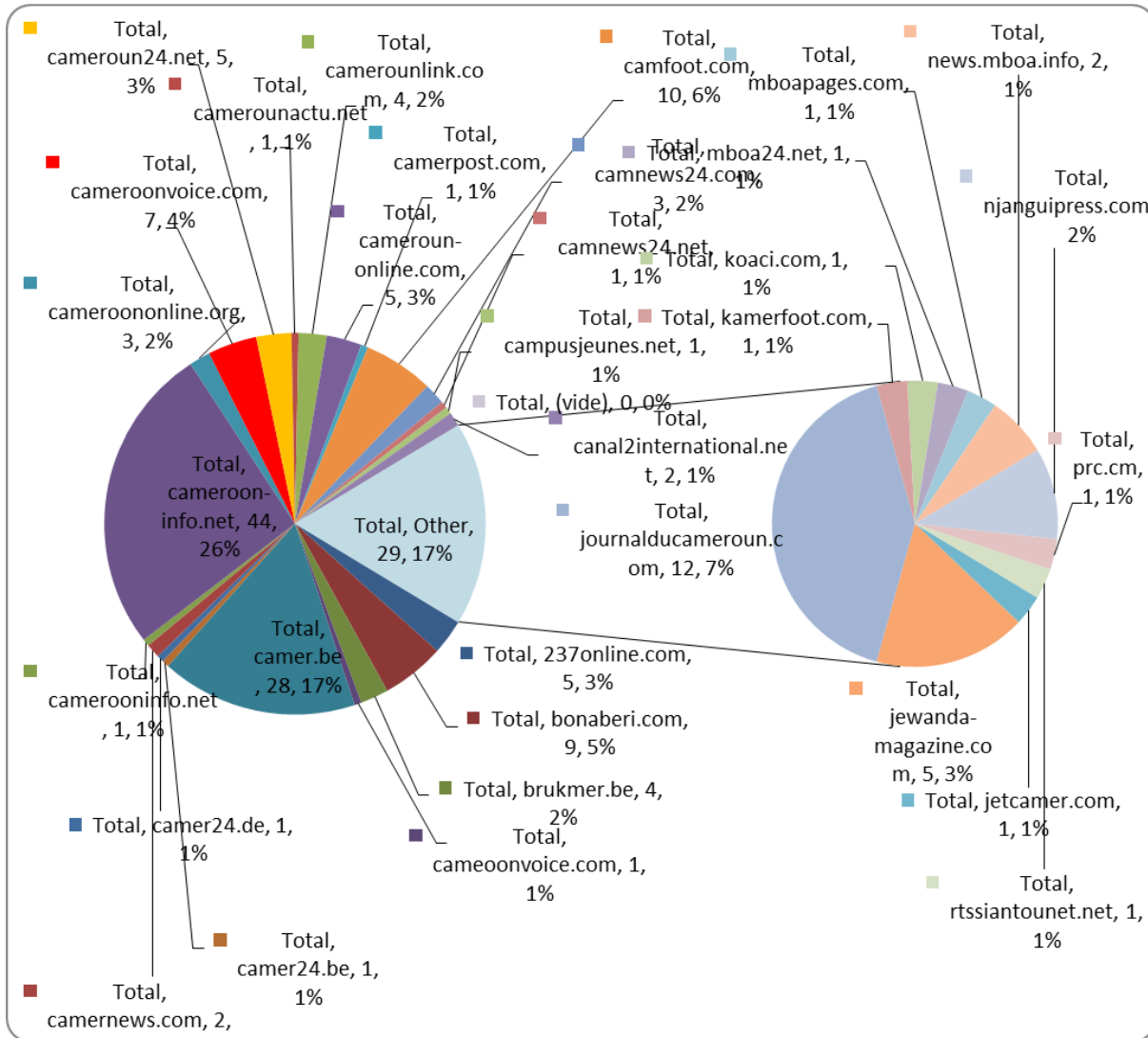
LIEUX	Pour quelles raisons	AVANTAGES	INCONVENIENTS
*Restaurants camerounais dans le 18 ^{ème} à “château rouge” et market poissonniers		- “Château rouge, lieu de forte concentration des populations noires africaines, centre d’activités (magasins exotiques, salons de coiffures...)	-Les gens s’y rendaient pour des besoins précis tels faire des courses, se coiffer... ce qui rendaient difficiles la prise de contact et même les échanges, qui très souvent étaient expéditifs (car se tenant pour la rue ou devant des stations de métro). - Restaurants camerounais
*Paris: gare du Nord et la Défense	-gare du Nord: Points de chute et de rencontre de plusieurs Africains noirs.	-Plusieurs africains et hypothétiquement les Camerounais résidents en Ile de France et cette gare est une des gares desservie par le réseau transilien. -le temps de flânerie des Noirs a la Gare du Nord n’est pas de moindre.(observation personnelle faite soit environ 10 à 12 min)	-questionnaires retournés avec des réponses incomplètes. (cas de la gare du Nord) - les personnes abordées à la Défense étaient toujours pressées. Je me devais de cheminer une bonne partie de leur trajet avec eux, pour obtenir d’eux des réponses
*Île de France, Grenoble, Lyon Lieux de rencontre : terrain de foot, barbecue,			

associations (lieux de réunion et/ou sièges sociaux), dans la rue...			
--	--	--	--

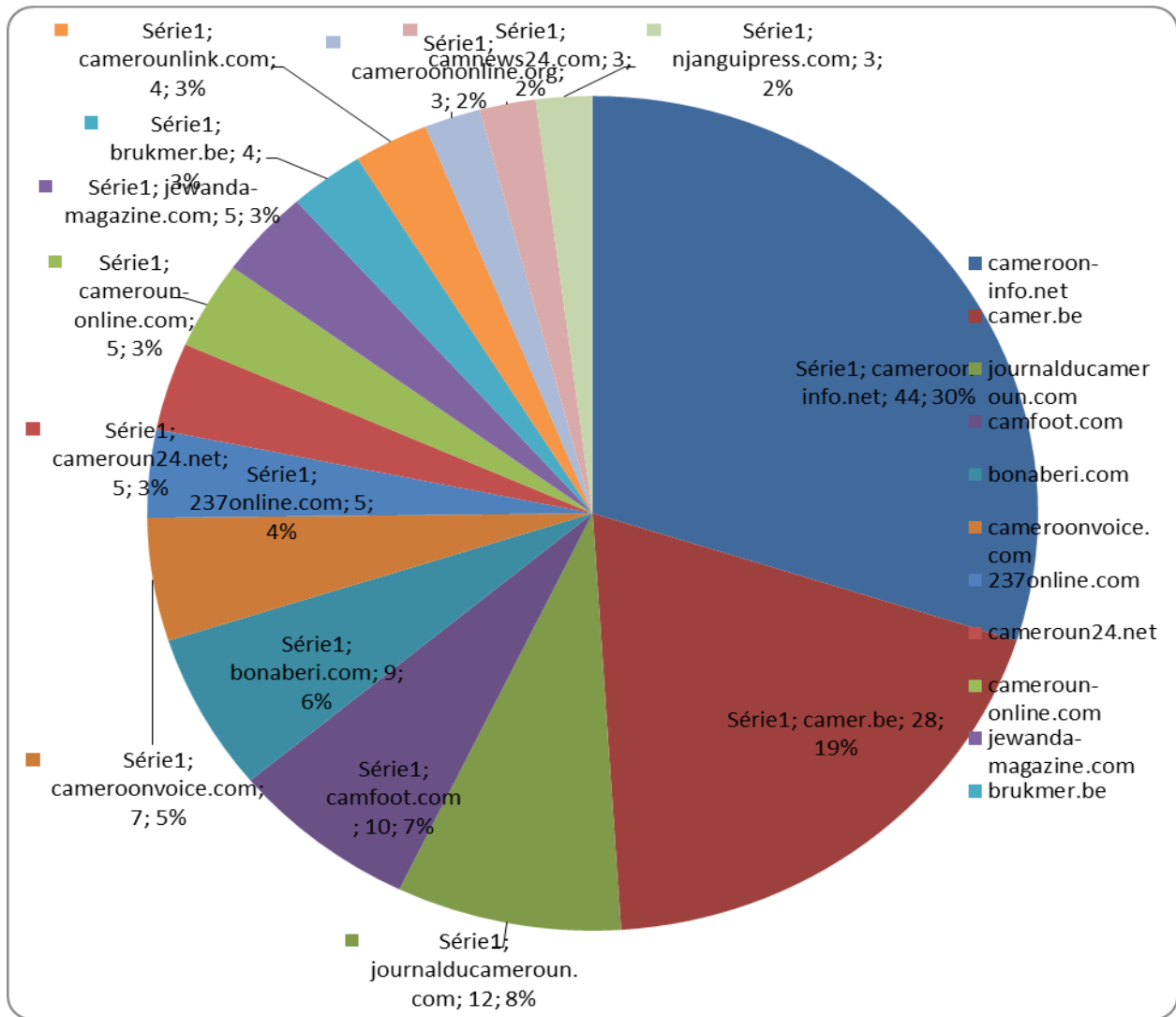
Annexe 4: sites consultés par les diasporés de France pour s'informer



Annexe 5 : sites camerounais consultés par les diasporés de France



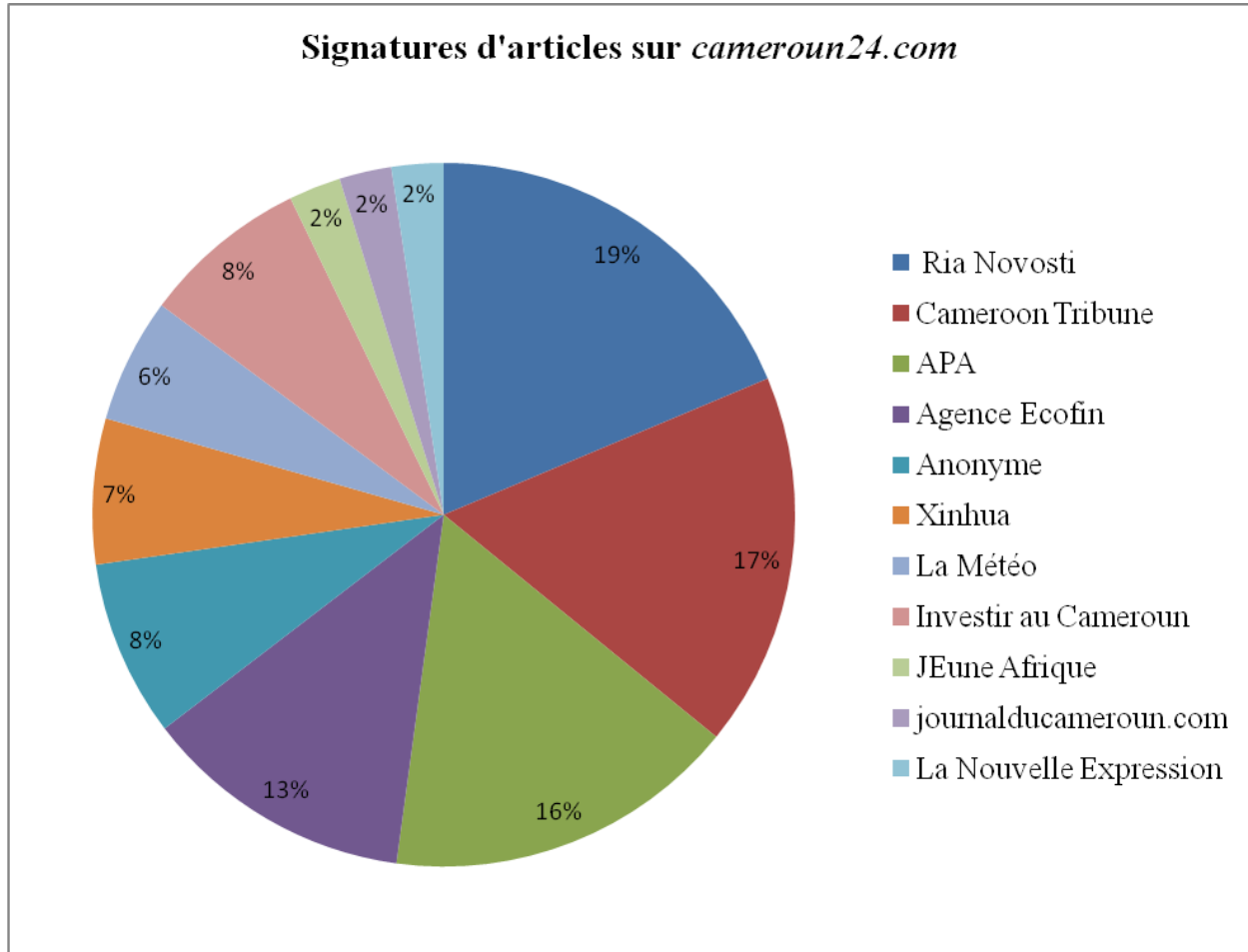
Annexe 6 : Liste des sites les plus visités par les diasporés camerounais de France



N.B : l'annexe 6 est une version simplifiée de l'annexe 5 afin d'en assurer une meilleure visibilité. Ce diagramme représente donc à cet effet les quinze sites camerounais les plus visités par les diasporas camerounaises de France.

Annexes 7 : Quelques représentations schématiques des signatures au bas des articles publiés sur les sites web camerounais d'informations générales

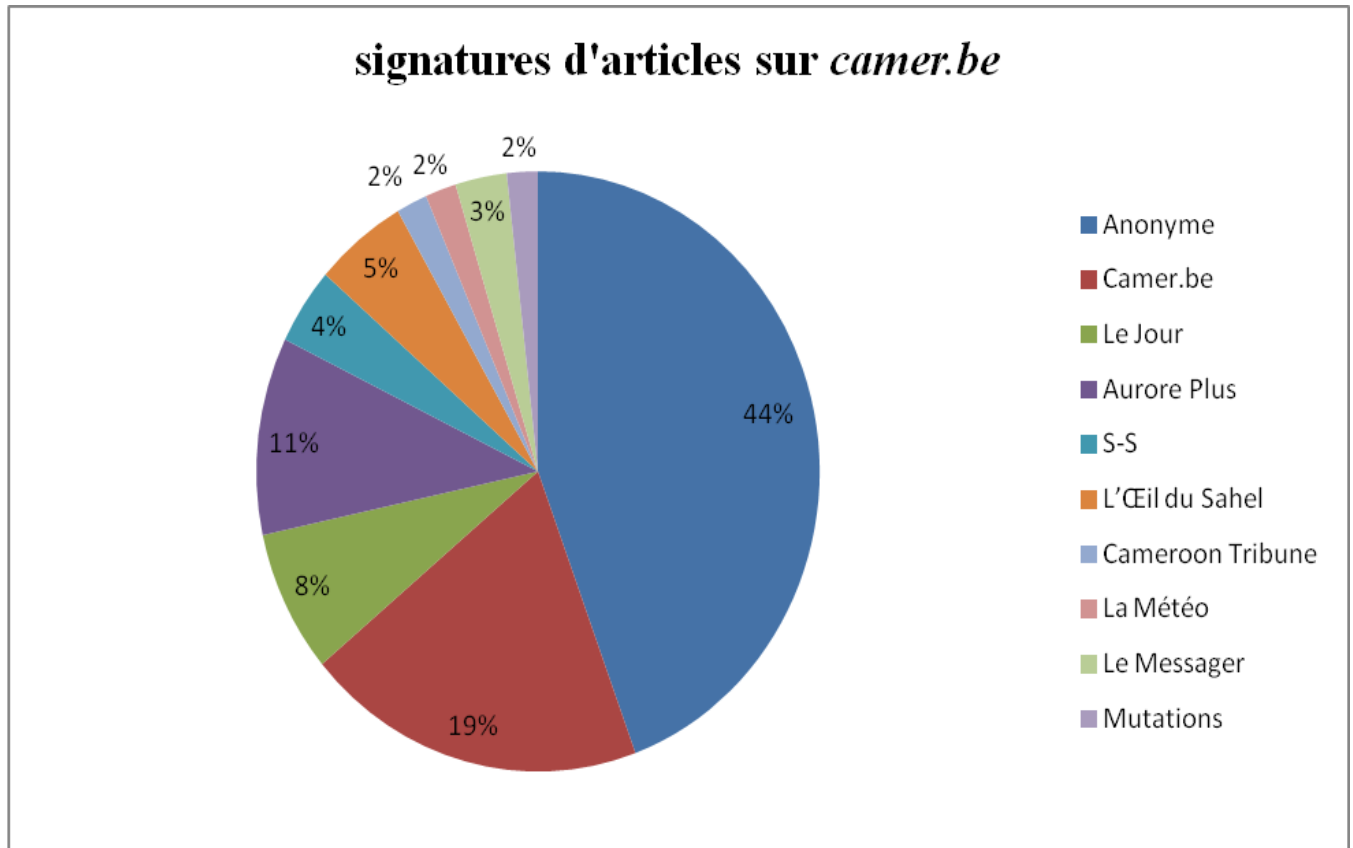
Annexe : 7-1 : Signatures d'articles sur *cameroun24.com*



Ce diagramme nous permet d'affirmer que du 15 janvier 2014 au 15 janvier 2015, les informations produites sur *cameroun24.com* provenaient majoritairement du quotidien national camerounais *Cameroon Tribune* (soit 17%), des agences de presses en l'occurrence l'agence de presse africaine (soit 16%), l'agence de presse russe *Ria Novosti* (soit 19%), l'agence Ecofin (soit 13%) et des anonymes (soit 8%).

La catégorie « anonymes » désigne ici aussi bien les personnages publics, les citoyens que des collectifs.

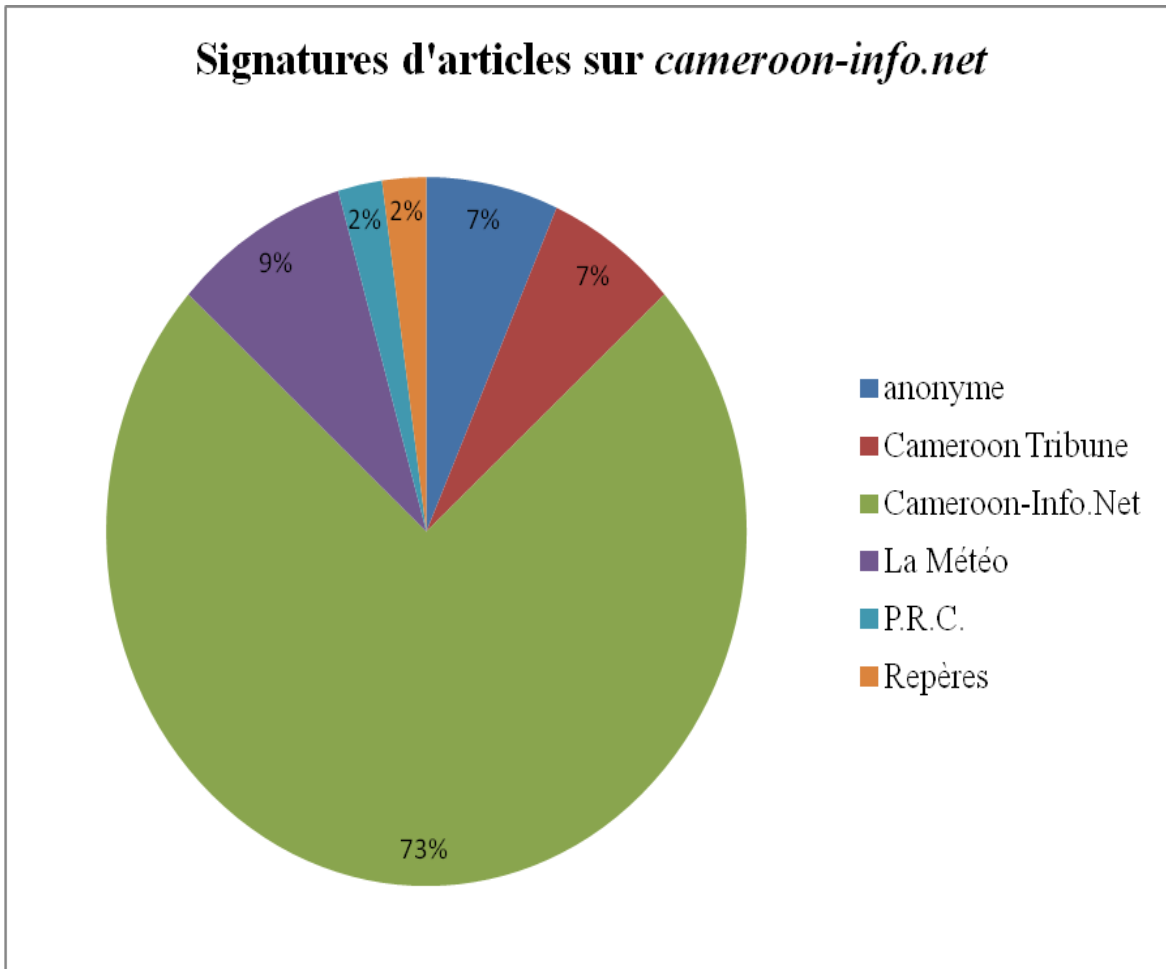
Annexe : 7-2 : Signatures d'articles sur *camer.be*



Légende : S-S : sans signatures. Ce sigle est utilisé pour désigner l'ensemble des articles qui n'a pas d'auteurs mentionnés.

44% des informations publiées sur *camer.be* est fourni par des anonymes, 19% par l'équipe rédactionnelle de *camer.be*, 11% pour le quotidien Aurore plus contre moins de 10% pour chacun des journaux suivant : *Le Jour*, *l'œil du Sahel*, *Cameroon-tribune*, *La Météo*, *Le Messenger*, *Mutations*.

Annexe : 7-3 : Signatures d'articles sur *cameroon-info.net*



Légende : P.R.C , sigle pour désigner le site web de la présidence de la république du Cameroun.

73% des contenus produits sur *Cameroon-info.net* sont produits par son équipe rédactionnelle et 9 autre pourcent par le journal *la Météo*.

7% d'articles publiées sur *Cameroon-info.net* , proviennent du quotidien national *Cameroon Tribune*, 7% autre produits par des anonymes.

Annexe 8: refus de mboa info

25/8/2015 Re: Demande d'entretien Boîte de réception '

Yahoo Mail'

<https://frmg42>.

mail.yahoo.com/neo/b/message?search=1&s=inCNmi9lNyA4y9yRmKZN0N5vylFexg&encryptQ=1&startMid=0&sort=date&order=down... 1/1

[Passez à la nouvelle version de Yahoo Mail](#)

contact@mboa.info Recherche Mail Recherche Web MELISSA Profil OK Déconnexion Accueil

Boîte de réception Contacts Blocnotes

Agenda

De:

À:

Écrire

[Entêtes](#)

[complets](#) [Vue imprimable](#)

Bonjour Melissa,

Nous avons bien reçu votre mail mais malgré toute notre bonne volonté, nous avons du mal à trouver le

temps de parcourir votre guide d'entretien.

Il est donc difficile de pouvoir convenir d'un rendez-vous.

Merci pour votre bonne compréhension.

Le 7 mai 2014 16:01, MELISSA HEUCHOU <mheuchou@yahoo.fr> a écrit :

Bonjour Monsieur, Madame

Je suis Manuella Heuchou, doctorante en Sciences de l'information et de la communication à l'université de Stendhal/ Grenoble 3.

Je mène une étude sur les stratégies de mobilisation des diasporas camerounaises autour d'Internet notamment sur les usages et appropriations des portails et/ou sites web d'informations générales Camerounais.

De part mon observation, vous y apparaissez comme des acteurs. Aussi, vous prierais-je bien

de vouloir me consacrer un peu de votre temps afin de vous interviewer dans le cadre de cette recherche.

Je viens donc par la présente correspondance solliciter un rendez-vous en vue d'un entretien

via skype, ou téléphonique et/ou personnalisé (dépendamment de vos disponibilités).

Dans l'attente d'un écho favorable à ma demande, veuillez agréer Monsieur,

Madame, l'expression de mes salutations les plus distinguées.

P.S * je vous assure la stricte confidentialité de cette étude, uniquement à usage scientifique.

* je joins également à ce mail le protocole d'entretien afin que vous puissiez en prendre connaissance

Cordialement Manuella Heuchou

Contact: Tel: 0033 7 51 44 33 60

Mèl: mheuchou@yahoo.fr

Écrire

Boîte de réception

Brouillons (2)

Messages envoyés

Spam (12) [[Vider](#)]

Corbeille (49) [[Vider](#)]

Mes dossiers [[Modifier](#)]

Notes

Sans nom

[Supprimer](#) [Répondre](#) [Répondre à tous](#) [Faire suivre](#) [Actions](#) [Appliquer](#) [Retour aux résultats de la recherche](#)

Re: Demande d'entretien Mardi 13 mai 2014 14h10

"Mboa.Info" <contact@mboa.info>

"MELISSA HEUCHOU" <mheuchou@yahoo.fr>

[Supprimer](#) [Répondre](#) [Répondre à tous](#) [Faire suivre](#) [Actions](#) [Appliquer](#) [Retour aux résultats de la recherche](#)

Annexes 9 : Réponse sans suite de cameroonvoice.com

The screenshot shows a web browser window displaying a Yahoo Mail inbox. The address bar shows the URL: <https://fr-mg42.mail.yahoo.com/neo/launch?.rand=a8lh7ci7kt0r4#2385390529>. The inbox list includes:

From	Subject	Date
essombekezeuta(à lire (2) boe réception	28/12/13
moi...moi	★ Synthèse Memo (Construction de la problématique) (7)	28/12/13
Ngando Ekwalla	Relance pour demande de rendez-vous Tr : Etude sur (2)	27/12/13
moi, Kuissu Meph	Relance pour un entretien via skype ou téléphonique, (2)	27/12/13
D. Jonathan Talla,	Relance pour une demande d'entretien (Cameroonvo (3)	27/12/13

The selected email is from D. Jonathan Talla with the subject "Relance pour une demande d'entretien (Cameroonvoice)(3)". The email content is as follows:

Envoyé le : Mercredi 28 août 2013 15h40
Objet : Re: Relance pour une demande d'entretien (Cameroonvoice)

Bonjour Manuella,

Merci sincerement pour le rappel. Je fais suivre votre doleance aux responsables de Cameroonvoice pour analyse. Nous vous revenons tres bientot avec une reponse.

Cordialement,

Jonathan Talla