

LES TYPES DE CONNIVENCE DANS LE DISCOURS DE PRESSE ÉCRITE AU CAMEROUN

Antoine-Beauvard ZANGA

ENS/Université de Yaoundé 1, Cameroun

beauvard2@gmail.com

Résumé

Cette étude s'intéresse à la connivence dans le discours journalistique au Cameroun. Elle analyse les types de connivence avec les procédés énonciatifs qui participent à sa réalisation et les prétextes de son usage dans la presse écrite Camerounaise. De fait, la connivence est une stratégie énonciative et persuasive fondée sur une complicité et entente tacite entre le journaliste et sa cible.

Mots clés : stratégie discursive, indéfinition, connivence, presse écrite, lecteur.

Abstract

This study focuses on collusion in journalistic discourse in Cameroon. It analyzes the types of collusion with the enunciative processes that participate in its realization and the pretexts for its use in the Cameroonian written press. In fact, connivance is an enunciative and persuasive strategy based on complicity and tacit agreement between the journalist and his target.

Keywords: discursive strategy, indefiniteness, connivance, written press, reader.

La connivence est une forme de relation d'entente privilégiée, d'accord secret ou tacite établi entre des personnes. Elle se rapporte, dans sa pratique, à une sorte de complicité, de manœuvre implicite. Parce que diplomatique et officieuse, la connivence peut d'emblée prêter le flanc à la duperie et avoir une interprétation péjorative. Ce n'est pas l'orientation que nous comptons lui donner dans cette recherche ; ce d'autant plus que, dans le domaine médiatique,

on pourrait définir la connivence comme étant le résultat souhaité d'une forme sinon d'abolition, du moins de réduction de la distance constitutive entre le journal et son lecteur. Sa présence et son entretien permettent de faire correspondre autant que possible le produit journalistique aux intérêts de ceux qui le consomme ainsi de créer ou de maintenir une communauté de pensée ainsi affirmée (Herman, 2008 : 184).

De toute évidence, la presse écrite existe parce qu'elle est *a priori* au service d'un public donné ; en même temps, c'est grâce à elle que ledit public est en partie informé de ce qui se passe dans le monde et autour de lui. Il est donc normal et indiqué qu'il s'établisse un lien, un contrat, fut-il implicite ou pas, entre la société et elle. Cette complicité qui est une recherche d'adhésion au préalable sur ce qui fera l'objet de la délibération collective peut s'appréhender dans la qualité, la forme et le traitement de l'information à livrer. Seulement, quels sont les jeux et les enjeux de la connivence en journalisme ? De notre point de vue, la connivence est une stratégie énonciative, subjective et persuasive au service de l'écriture journalistique. Elle permet aux rédacteurs de journaux d'atteindre et de se rapprocher de leur cible. Aussi analyserons-nous les types de connivences journalistiques, au gré des traces linguistiques de l'indéfinition, pris dans les quotidiens camerounais *Cameroun tribune* (CT), *Le Messenger* (LM), *Mutation* (Mut.) et *Le jour* (LJ), publiés durant la période 2008-2021.

1. Connivence entre le journaliste et sa source

Il est indéniable que, malgré sa volonté à recouper, traiter et diffuser l'information pour la survie de son entreprise et la satisfaction de son public-lecteur, le journaliste ne puisse être omnipotent et omniprésent. Il a, dans l'exercice de ses fonctions, besoin d'être en contact avec d'autres informateurs pouvant l'aider à recouper l'information avant de la traiter. Cette démarche revêt un triple intérêt : d'abord celui d'être à l'affût de l'information en tout temps et en tout lieu grâce à des informateurs ; ensuite celui de la probable

fiabilité de l'information sur la scène médiatique / publique en termes de capital social ou de carnet d'adresse ; enfin celui de rassurer le public-lecteur de la provenance des informations divulguées. Encore que, pour Kovach et Rosenstiel (2001),

l'une des plus anciennes techniques à laquelle ont recouru les journalistes pour assurer le public de la fiabilité de leurs informations a été d'indiquer leurs sources. [...] Le fait de dépendre d'autrui pour leur information exige depuis toujours que les journalistes fassent preuve d'une défiance systématique. [...] Dès lors que la source de l'information est dûment indiquée, le public peut juger par lui-même de sa crédibilité. [Toutefois], les journalistes ont découvert combien il était essentiel d'établir des règles garantissant leur indépendance à l'égard des sources anonymes à l'origine de leurs informations (95).

En réalité, le recours à la source, qu'elle soit déclarée ou anonyme, doit être régi par un contrat de confiance. Cette confiance partira d'abord des valeurs de l'argumentation que sont l'honnêteté du journaliste à reconnaître que l'information diffusée n'est pas de lui ; ensuite sa fidélité dans le rendu d'une information telle qu'elle lui a été communiquée par la source ; enfin sa capacité à protéger ladite source si elle a sollicité l'anonymat. Car, selon l'article 50 sur la liberté de communication sociale au Cameroun, « la protection des sources d'information est reconnue et garantie aux journalistes et aux auxiliaires de la profession de journaliste ». C'est le cas dans les énoncés suivants :

1a. En effet, relève **une source proche de la Croix rouge**, les produits destinés à l'assistance des réfugiés sont régulièrement détournés par les cadres de la Croix rouge camerounaise affectés au projet. (LM, N°2916, p.2) ;

1b. À Nlongkak, on parle d'escroquerie. « Certaines personnes nous emmènent dans leur chantier. Après avoir travaillé, elles disparaissent avec notre argent », révèle **un « boursier » sous anonymat**. (LM, N°2916, p.7).

1c. Le Manidem dit être en possession de **certain PV**. Néanmoins, il dit aussi détenir certaines preuves attestant que le RDPC veut leur voler cette victoire. (Mut., N°3499, p.9).

1c. Pour Mme Bougani, la déléguée régionale des Affaires sociales du Centre, **de telles initiatives** sont à encourager étant donné que la prise en charge des personnes vulnérables « est une affaire du gouvernement ». (LJ, N°1529, p.5).

Dans l'énoncé [1a], trois aspects de la connivence sont perceptibles : d'abord, la source n'a pas souhaité indiquer son identité ; ensuite, le journaliste lui-même a consenti à la protéger au regard de son implication dans les faits relatés ; enfin, il n'en est rien de tout cela car il est possible que le journaliste, en voulant crédibiliser son information, préfère parler d'une source sans l'avoir identifiée. La dénonciation qui est faite par cette source nécessiterait des preuves palpables. Car elle peut faire l'objet d'un procès. La connivence entre le journaliste et sa source prend corps à partir de l'usage de l'article indéfini *un* et le groupe déterminé indéfini *source proche de la Croix rouge* qui viennent camoufler, voiler l'identité de ladite source aux cadres de la Croix rouge camerounaise qui seraient impliqués. En effet, pour signifier le caractère vrai de l'information relayée, le journaliste utilise l'adjectif qualificatif *proche* dans le SN indéfini pour décrire la proximité de sa source avec l'environnement dans lequel les faits se sont déroulés. Cette technique se présente comme une preuve irréfutable des dires de sa source. C'est aussi le cas en [1b] où l'article indéfini *un* et le N déterminé indéfini *boursier* conduisent à l'intention du journaliste de garder dans l'anonymat le sujet porteur de l'information. Au-delà du respect du contrat établi entre le journaliste et l'informateur, le journal se réserve de tout affichage de son informateur au risque de brouiller les pistes de son enquête et de celle de la justice. Toutefois, la reprise fidèle des propos du SN indéfini *un boursier* est un argument fort de la responsabilité de cette presse à ne donner que des informations fondées, c'est-à-dire provenant des sources bien introduites.

En [1c], l'informateur est identifiable. Il s'agit du parti *Manidem*. Le fait que la source, un parti politique de l'opposition camerounaise, ait accepté de se faire nommer suppose qu'elle assume ses déclarations et est prête à les justifier en cas de besoin. C'est une forme d'honnêteté dans l'argumentation à la fois de la source et de l'organe de presse à présenter les faits tels quels. Seulement, l'indéfinition provoquée par

LES TYPES DE CONNIVENCE DANS LE DISCOURS...

l'adjectif indéfini *certain* et le N déterminé indéfini *PV* est une sorte de technique discursive qui consiste à susciter l'intérêt des lecteurs quant à la suite des événements. Il s'agira de déterminer la nature de ces *PV*. En effet, le quantificateur *certain* ne donne pas de précisions quant à la quantité exacte des *PV* dont il est question et dont l'importance pourrait faire basculer l'issue des élections couplées municipale et législative.

Dans l'énoncé [1d], le fait de citer *Mme Bougani, la Déléguée régionale* indique que l'information véhiculée provient de la personnalité de la région la plus autorisée. Le manifeste ici est patent. Et cela est à mettre à l'actif de ce haut cadre de l'administration qui, en mettant en œuvre la feuille de route de sa hiérarchie, trouve un espace de visibilité. Une première connivence est déjà établie entre le journaliste et la personne ressource. Bien plus, la qualité de la personne interviewée augure pour le lectorat de la véracité des faits qui sont relayés. Dans cet énoncé, le régime d'indéfinition est nul car l'adjectif indéfini *de telles* ne fait que reprendre le N déterminé *initiatives*. Cette absence d'indéfinition apparaît comme une preuve palpable du fait argumenté.

Tout bien considéré, la connivence entre la source et le journaliste peut dépendre du statut de ce dernier, de la qualité de l'information donnée, de l'image que l'informateur veut se donner ou du risque, mieux des retombées de l'organe de presse à cause / grâce à l'information donnée. Ainsi,

le crédit que l'on peut accorder à une information dépend d'une part de la position sociale de l'informateur, du rôle qu'il joue dans la situation d'échange, de sa représentativité vis-à-vis du groupe dont il est le porte-parole, d'autre part du degré d'engagement que celui-ci manifeste au regard de l'information transmise. [Seulement], les preuves de vérité, ou, faudrait-il dire, de véracité d'une information sont, elles aussi, de l'ordre de l'imaginaire, c'est-à-dire fondées sur les représentations qu'un groupe social se donne quant à ce qui est susceptible d'apporter une garantie à ce qui est dit (Charaudeau, 2011 : 39-41).

La connivence entre le journaliste et sa source est, de ce point de vue, émaillée d'un certain intérêt. Loin d'être une connivence fortuite, il y va de l'image de l'entreprise de presse et de son interlocuteur.

À bien regarder, ce qui fait la force d'un organe de presse, qu'il soit du public ou du privé, ce n'est point sa capacité à glaner des informations, mais la crédibilité de ses informateurs et l'intérêt qu'il accorde à la qualité des informations publiées. À cette connivence par l'indéfinition qui est une forme première d'argumentation entre le journaliste et sa source se trouve, en bonne place, le lectorat.

2. Connivence entre le journaliste et les lecteurs

Pour bien communiquer, il faut connaître celui à qui la communication est destinée. En effet, aucune communication ne pouvant se faire ex-nihilo, l'information journalistique dans la plupart des cas part des sujets qui, *a priori*, intéressent ou qui sont susceptibles d'intéresser le public-lecteur. Il est donc indiqué pour le journaliste d'avoir une information fiable et captivante qui incite à l'adhésion du lectorat. Seulement, et ainsi que le soulignent Lochard et Boyer (1998), « quelle que soit la finalité poursuivie, tout acte de communication s'inscrit en effet dans une situation particulière dont les règles doivent être identifiées et respectées par les protagonistes pour que cet acte puisse se réaliser » (11). D'où l'intérêt du journal d'établir un contrat entre les lecteurs et lui.

Dans le même ordre d'idées, Rieffel (2001) dit que les responsables de journaux ont « besoin de mieux connaître le profil de leurs lecteurs [...] pour améliorer le contenu de leur support, pour mieux l'adapter aux attentes du public » (117). C'est ce premier contrat qui conduit tour à tour les protagonistes au « contrat de lecture » (Veron, 1985) et au « contrat de confiance » (Charaudeau, 2007). Ces différents contrats sont axés sur le vœu de satisfaction des parties prenantes.

Pour y parvenir, les rédacteurs de journaux sont tenus de connaître les exigences de leur lectorat, notamment : la soif de l'information, l'envie de savoir ce qui se passe autour de lui et ailleurs, le sentiment d'être en sécurité grâce à l'information reçue. De manière implicite, le journaliste est déterminé, en plus des exigences professionnelles, idéologiques et éthiques à se mettre au service de son public-lecteur. Tout compte fait, et partant du postulat selon lequel la circulation d'une morale passe aussi par la presse écrite,

celle-ci peut se prévaloir du statut d'autorité publique que s'est choisi la société en matière d'acquisition des informations.

C'est le public-lecteur qui fait ou désigne un organe de presse comme son porte-parole. Cette désignation confère à l'organe de presse la lourde responsabilité et la charge de relayer les informations utiles à l'épanouissement de ladite communauté. Pour ce faire, l'organe de presse va s'apparenter à l'œil, les oreilles et la bouche d'une société qui ne saurait se retrouver partout au même moment.

Dans les exemples qui vont suivre, l'on peut lire une sorte de connivence entre les rédacteurs de journaux et le public-lecteur. Cette forme de connivence part de la complicité dans le rendu de l'information et le discours implicite marqué de confiance qui ne peut se comprendre, se décoder que par les interlocuteurs. Ce qui revient à dire que les médias d'informations doivent être compris, crédibles, convaincants et intéressants pour les récepteurs. Car l'inexactitude et la mauvaise qualité de l'information peuvent détériorer la confiance du public, (Agnès, 2002).

2a. *Selon des sources généralement bien informées, le président a appelé au téléphone **certaines personnalités** chargées d'implémenter ce dossier pour leur crier son mécontentement. (LM, N°3191, p.3) ;*

2b. *Comment **certains camerounais** en sont arrivés à vouloir faire sécession. (Mut., N° 2751, p. 12) ;*

2c. *Chaque mois, **une certaine somme d'argent** est versée au commissaire qui s'engraisse alors qu'on a besoin des policiers pour régler la circulation ou lutter contre la criminalité. (LM, N°3200, p.9).*

2d. *Nous avons pris l'habitude de le rappeler : **nul** n'a le monopole de l'amour du Cameroun et il est du devoir de tous les citoyens d'interpeller leurs dirigeants sur la marche de leur pays. (Mut., N°2709, p.3).*

En [2a] par exemple, le journaliste peut rassurer ses lecteurs de ce que ses sources sont *généralement bien informées*. L'adverbe *généralement* témoigne ici de la continuité de fiabilité de ses sources. Auxquels cas, le journaliste ne se permettrait pas pareilles informations pour ses lecteurs qui le connaissent très bien en matière de qualité d'information. Cette forme d'argument par l'habitude fait dire à Neveu (2001) qu'avec son organe de presse favori notamment, le lecteur noue un lien de familiarité et de confiance car le « simple fait de la lecture de journaux [...] crée une forme de familiarité, un horizon d'attente » (63).

Pour ce faire, le journaliste fait croire que les autres organes de presse n'ont généralement pas des sources crédibles en dehors des siennes. L'usage de l'adjectif indéfini *certaines* pour déterminer le N *personnalités* pris comme indéfini, relève, lui aussi, d'une sorte de connivence dans le rendu de l'information. Car, écrivent Perelman et Olbrechts-Tyteca (2008), « le minimum indispensable à l'argumentation semble l'existence d'un langage commun, d'une technique permettant la communication » (19). Le régime d'indéfinition contenu dans le SN indéfini *certaines personnalités* va s'avérer atténué s'il est compris par les lecteurs. En règle générale, chaque membre du gouvernement ou personnalité de la République a une feuille de route qui lui est propre. Le contexte voudrait que même les gouvernés sachent quelles sont les responsabilités de chaque gouvernant.

Dans l'énoncé [2b], le journaliste prend à témoin son public-lecteur pour s'offusquer du comportement de certains camerounais. Il s'agit d'une question rhétorique sur l'idée de sécession. Pour le journaliste, cela semble paradoxal que les filles et fils d'une même nation, d'un même terroir, ayant traversé et partagé le même passé douloureux de la colonisation, œuvrant pour le développement d'un même pays, aient aujourd'hui l'idée de faire route à part. L'on peut d'emblée imaginer le camp dans lequel se trouvent ce journal et le public pour lequel il s'adresse. Fort de cela, Grevisse (2014) prétend qu'

un journal n'est pas l'autre... Tout média a son public, son créneau, sa niche... On ne parcourt pas un quotidien populaire ou un titre gratuit avec les mêmes attentes, les mêmes exigences et la même patience, que lorsqu'on lit un journal de référence internationale... Une fois de plus, tout est question de contrat de lecture... Et il vaut mieux avoir établi sa stratégie rédactionnelle avant de se lancer dans l'écriture (18).

LES TYPES DE CONNIVENCE DANS LE DISCOURS...

Dans le cas échéant, la stratégie rédactionnelle de ce journal réside dans l'emploi d'un régime d'indéfinition par discrimination. L'usage de l'indéfini *certain* et le terme déterminé indéfini *camerounais* sonne comme un procès d'intention. Le SN indéfini *certain camerounais* a une portée des faits à la fois inclusive et exclusive. Inclusive parce qu'il existe effectivement des Camerounais qui militent pour la sécession, et exclusive parce qu'il y en a qui soutiennent l'idée d'un Cameroun uni et indivisible. Et c'est pour cette deuxième idée que penche la connivence, avec pour espérance de faire adhérer l'autre partie.

Le même parti pris pour certains lecteurs est aussi perceptible en [2c]. Si la criminalité n'est pas éradiquée, si les routes sont toujours embouteillées, c'est, semble-t-il, parce que les forces de sécurité effectuent mal leur travail. Cette situation est justifiée par le SN indéfini *une certaine somme d'argent* pour décrier les manœuvres de cette police, en lieu et place d'un travail recommandé. Cette écriture de proximité cadre avec une information de proximité. Que ces faits soient vérifiés ou pas, cette information peut trouver l'adhésion de certains lecteurs, tant il est vrai que la démarche argumentative a une valeur de solidarité. En effet, le régime d'indéfinition que laisse apparaître l'adjectif indéfini *une certaine* et le GN déterminé indéfini *somme d'argent* est accentué parce que le sujet écrivant ne veut ou ne peut déterminer exactement *la somme d'argent qui est versée au commissaire*.

En [2d], le rédacteur s'appuie sur ses lecteurs pour démontrer que dénoncer les maux qui minent la société camerounaise n'est rien d'autre qu'une forme de patriotisme. Et ne pas le faire pour lui est une forme de complicité, de trahison envers ses lecteurs et la nation tout entière. C'est donc une affaire de justice pour tous, de patriotisme pour tous qui est brandi à travers le pronom indéfini *nul* et le prédicat *n'a le monopole de l'amour du Cameroun*. *Nul* engage de ce fait un régime d'indéfinition nulle. L'énonciation dans ce cas est plus précise et nette. À cet effet, certains lecteurs considèrent le média comme partenaire. C'est l'impression qui se dégage de cet énoncé, au regard des intentions de communication du quotidien *Mut*.

Ainsi que le confie Babou (2003), « les productions médiatiques sont des productions essentiellement collectives dont les énoncés renvoient autant à un support technique qu'aux systèmes de valeurs et représentations des énonciateurs et des destinataires, et à leurs relations » (59). Le journaliste, en tant que membre d'une société, est appelé à adopter les principes de communication de cette société. Ces principes de communication peuvent faire référence au niveau de langue, au langage, à la qualité des informations, à la manière de les traiter et bien plus à la sensibilité des potentiels lecteurs. Informer serait donc garder à l'esprit l'image de celui à qui est destinée l'information. C'est fort de cela que Charaudeau (1997) dit que

tout échange langagier se réalise dans un cadre de co-intentionnalité, les contraintes de la situation de communication en constituant le garant. Cette nécessaire reconnaissance réciproque des contraintes de la situation par les partenaires de l'échange langagier nous fait dire que ceux-ci sont liés par une sorte d'accord préalable sur ce que sont les données de ce cadre de référence (67).

Loin d'être une communication pour soi, communiquer c'est prendre en compte tous les acteurs et paramètres de la communication. C'est respecter les clauses du contrat entre sujet écrivant et sujet cible, fussent-elles implicites ou virtuelles. Et c'est le mode d'expression ou langage établi entre les parties prenantes qui compte. Toutefois, en dehors des lecteurs de journaux avec qui les organes de presse créent des connivences pour établir l'idée de co-énonciation, il y a aussi le pouvoir politique qui entre dans la mêlée.

3. Connivence entre le journaliste et les hommes politiques

Le pouvoir politique exerce une influence dans la construction et le fonctionnement des médias d'un pays. Il fait partie de ce jeu de modification des comportements des lecteurs. Dans la plupart des cas, en dictant la ligne éditoriale de certains médias aux fins de les contrôler et de canaliser leurs informations, les pouvoirs publics tirent les ficelles de l'activité médiatique. Encore que, « le pouvoir politique s'exerce aujourd'hui sur la presse sous la forme indirecte du pouvoir économique » (Champagne, 1995 : 219). C'est lui la source de référence pour certaines informations utiles à la vie de la nation, et le pourvoyeur de certains capitaux et subventions favorables à la survie de la presse.

Dès lors, la délicatesse du journaliste dans la gestion et le traitement de l'information qui satisfassent à la fois les directives du politique, les exigences du public-lecteur, la concurrence avec les autres entreprises de presse, nécessite une connivence faite de subtilité. C'est le cas dans ces occurrences :

3a. *Il suffit de lire régulièrement les espaces de nos confrères de CT pour découvrir, pratiquement chaque semaine, des décisions du nouveau Dgsm suspendant de ses fonctions tantôt **tel officier de police**, tantôt tel inspecteur de police, avec presque les mêmes motivations. (Mut., N°2492, p.2).*

3b. *Pendant un mois, plus de 200 jeunes vont participer à **une série d'activités organisées par le maire de l'arrondissement de Yaoundé VI**. (LM, N°2916, p.6) ;*

3c. *Cette œuvre s'adresse aussi à la jeunesse qui, au sein d'un **État** souvent moribond, a malheureusement tendance à démissionner, faute de modèle et d'un cadre stimulant et d'inventivité. Elle propose des stratégies de lutte, des manières de rebondir et de relever certains défis. (LM, N°2782, p.3) ;*

3d. *Dans **un message** à la nation hier, le président élu a exprimé sa gratitude au lendemain de sa brillante élection et réitéré les grandes orientations de sa politique pour les sept prochaines années. (CT, N°9956/6157, p.1).*

Dans l'énoncé [3a], la connivence comme procédé argumentatif peut se lire de deux manières. D'abord dans l'attribution de l'information. Le quotidien privé *Mut.* laisse entendre que certaines informations ne peuvent se retrouver que dans certains journaux, à l'instar du quotidien *CT* qui est un média public. Il existe de ce fait une sorte de connivence entre ce média à capitaux publics et le gouvernement de la République. Ensuite, la valeur d'honnêteté qui régit toute bonne argumentation. En effet, indexer le quotidien bilingue *CT* pour relayer des informations sensibles, comme la suspension des hauts cadres de la sûreté nationale, indique la bonne foi des pouvoirs politiques ou publics à dire la vérité. Cela revient à démontrer que même *CT* participe à la dénonciation des faits qui entachent la bonne marche ou gestion de la République. D'où l'usage de l'identificateur indéfini *tel*, contenu dans les SN indéfinis *tel officier de police* et *tel inspecteur de police*. Ces SN indéfinis ont un régime d'indéfinition nulle puisque *tel* déterminent les GN *officier de police* et *inspecteur de police* comme des éléments connus et identifiables.

En [3b], la presse écrite se présente comme une tribune de communication efficace pour les hommes politiques. C'est le moyen par excellence à travers lequel ils mettent en exergue leurs activités politiques. C'est le cas du maire de Yaoundé VI qui accroît sa visibilité politique en présentant l'action de sa mairie à l'endroit des jeunes de sa zone de compétence. De connivence avec le quotidien privé *LM*, il sera question d'*une série d'activités organisées par le maire de l'arrondissement de Yaoundé VI*. Dans ce SN indéfini, l'article indéfini *un* introduit de manière indéterminée la *série d'activités organisées par le maire de l'arrondissement de Yaoundé VI*. Cette indétermination forte dans le discours de l'organe de presse consiste à insinuer la densité des activités menées par l'homme politique à l'endroit des jeunes, *plus de 200* au total. Cela revient à convaincre les populations de cette localité de ce que le maire est un homme d'action. C'est un élu du peuple qu'il faut et qui est à la place qu'il faut. L'indéfinition dans cet énoncé participe à montrer l'étendue de la responsabilité de cet homme politique à remplir la feuille de route qui a valu son élection comme premier magistrat de la localité.

En revanche, le quotidien privé *LM* s'insurge contre l'attitude de l'État et donc du pouvoir politique à la manœuvre en [3c], le qualifiant d'*un État souvent moribond*. Le contexte linguistique marqué par l'usage de l'article indéfini *un* et le N *État* déterminé indéfini, fait état d'un État qui se caractérise par l'inertie des gouvernants, la culture de l'improvisation et donc de l'absence d'anticipation et de prévention. Or gouverner c'est prévoir. Cet ensemble de traits caractéristiques liés à une mal gouvernance a un impact négatif sur la jeunesse camerounaise. L'absence de modèle sur qui cette jeunesse devrait se référer incite à la construction ou à la recherche de nouveaux modèles. Le prétexte de l'indéfinition contenu dans le SN indéfini *un État moribond* est un appel à l'effort et au dépassement de soi à la fois à l'endroit de la jeunesse mais aussi à l'attention de certains hommes politiques. Au-delà du caractère frondeur de ce premier journal privé vis-à-vis du pouvoir en place, *LM* établit une connivence tacite entre un lectorat jeune et en manque de repères et lui, en même temps qu'il tend une perche aux pouvoirs politiques de l'opposition, et indique

LES TYPES DE CONNIVENCE DANS LE DISCOURS...

son objectivité dans le traitement de l'information. Bien plus, l'article indéfini *un* se rapporte à un élément *État implicitement* connu par l'ensemble des lecteurs mais que ne veut pas explicitement nommer le journaliste.

En [3d], le premier quotidien national *CT* offre ses colonnes à un homme politique afin que celui-ci livre *un message à la nation*. La désignation du SN indéfini *un message*, dès l'entame de l'énoncé, a une valeur cataphorique qui annonce l'envergure de ce dont il sera question. Cette indéfinition qui n'en est vraiment pas une donne à voir la valeur du message en question. En réalité, l'indéfini *un* et l'élément déterminé indéfini *message* se rapportent aux appréciations *sa gratitude* et *les grandes orientations de sa politique*. De cette analyse, Gueye (2006) fait observer que « les médias d'État sont et restent sous contrôle de la puissance publique qui, quotidiennement, s'en sert pour émettre son opinion jugée très souvent incisive voir propagandiste » (96).

En effet, la connivence entre le quotidien *CT* et l'homme politique réside dans la présentation explicite de l'honnête homme, de l'homme politique reconnaissant et déterminé à mener à bien les projets détaillés dans son programme politique. Il s'agit pour l'organe de presse de rassurer et de reconforter la position des votants et non votants sur la qualité du choix qui a été opéré à la tête de la nation.

À bien y regarder, c'est l'idée de sélection, de filtre de l'information à diffuser qui fait toute la connivence entre les organes de presse et les hommes politiques. En servant de courroies de transmission, d'intermédiaire et de médiateur entre l'action politique et les attentes des populations, les médias se font aussi complices de l'orientation de l'action politique et du devenir d'une société dont ils jouent le rôle de porte-paroles.

En définitive, dans notre étude, nous avons présenté et analysé la pratique de la connivence dans le discours des journalistes camerounais. En nous appuyant sur les différents types de connivence journalistique, notamment la connivence entre le journaliste et sa source, entre le journaliste et ses lecteurs, et entre le journaliste et les hommes politiques, nous avons montré que la connivence est une stratégie énonciative et persuasive au service de l'écriture journalistique. Énonciative, au regard des procédés linguistiques choisis au moment du traitement de l'information ; persuasive parce que à partir de cette approche, le journaliste crée de la complicité, se rapproche de ses lecteurs et finit par influencer leur comportement. La connivence serait donc un palier important de l'argumentation en journalisme.

Références bibliographiques

- Agnès, Y. (2002). *Manuel de journalisme, Écrire pour le journal*, Paris, Grands Repères.
- Babou, I. (2003), « Du papier à l'écran : modalités énonciatives de deux quotidiens d'information, in Barbot, Marie-José ; Lancien, Thierry; *Médiation, médiatisation et apprentissages*, ENS Editions, p.59-69.
- Champagne, P. (1995). *Le dialogue dans un modèle de discours*, Cahier de linguistique française, Université de Genève.
- Charaudeau, P. (1997). *Les discours d'information médiatique. La construction du miroir social*, Paris, Nathan, Ina.
- Charaudeau, P. (2007). « Analyse du discours et communication. L'un dans l'autre ou l'autre dans l'un ? », *Semen* [En ligne], 23 | 2007, mis en ligne le 22 août 2007, consulté le 15 juin 2023. URL : <http://journals.openedition.org/semen/5081> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/semen.5081>.
- Charaudeau, P. (2011). *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours*, 2^e édition revue et augmentée, De Boeck Université.
- Gueye Issa, T. (2006). *Les médias sous contrôle. Liberté et responsabilisé des journalistes au Sénégal*, L'Harmattan.
- Herman, T. (2008). « La connivence entre le journaliste et son lecteur : un lieu d'échange entre sciences du langage et de la communication », in *L'analyse linguistique des discours médiatiques*, Québec, Nota Bene, p. 183-206.
- Kovach, B., et Rosenstiel, T. (2001). *Principes de journalisme, ce que les journalistes doivent savoir, ce que le public doit exiger*, Copyright Nouveaux Horizons-ARS.
- Lochard, G., et Boyer H. (1998), *La communication médiatique*, Paris, Seuil.

Loi n°96/04 du 04 janvier 1996 modifiant et complétant certaines dispositions de la loi n°90/052 du 19 décembre 1990 relative à la liberté de communication sociale.

Neveu, E. (2013), *Sociologie du journalisme*, Paris, La Découverte.

Perelman, Chaïm et Olbrechts-Tyteca, L. (2008). *Traité de l'argumentation*, Université de Bruxelles.

Rieffel, R. (2001). *Sociologie des médias*, Paris, Ellipses.

Veron, El. (1985), « L'analyse du contrat de lecture », in *Les médias : expériences et recherches actuelles*, IREP.

Supports :

Cameroon Tribune : Numéro : 9956/6157.

Le Jour : Numéro : 1529.

Le Messager : Numéros : 2782 ; 2916 ; 3191 ; 3200.

Mutations : Numéros : 2492 ; 2709 ; 2751 ; 3499.