

CAHIERS D'ETUDES LINGUISTIQUES (CEL)

**REVUE DU DEPARTEMENT DES SCIENCES DU LANGAGE ET DE LA
COMMUNICATION (DSLCC) – UNIVERSITE D'ABOMEY-CALAVI (UAC)**

**CAHIERS D'ETUDES LINGUISTIQUES
CEL 13**

CEL N°13 – juin 2017

Editorial

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

CAHIERS D'ETUDES LINGUISTIQUES

Directeur de publication

Prof. Flavien GBETO, Doyen de la FLASH/UAC

Comité scientifique

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

Rédacteur en Chef

Julien K. GBAGUIDI, Chef de Département des Sciences du Langage et de la Communication (DSLCL).

Comité de rédaction

Sévérin-Marie KINHOU, Samuel DJENGUE, Mawani Mathieu, Julien Koffi GBAGUIDI, Zéphirin C. TOSSA (Bénin), Coffi SAMBIENI, Blaise C. DJIHOUESSI, Maxime ADJADOHOUN, Florentine SAIZONOU-AGBOTON, Pascal Okry TOSSOU, Raphael YEBOU.

Secrétariat de rédaction

Moufoutaou ADJERAN, Marcellin Z. HOUNZANGBE, Judicaël AFFO.

Adresser toute correspondance à :
DSLC, Université d'Abomey-Calavi
Abomey-Calavi
République du Bénin
dslc1@yahoo.com

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

CAHIERS D'ETUDES LINGUISTIQUES

Numéro 13 / 2017

© DSLC – UAC

ISSN : 1659-6285

SOMMAIRE

1. WRITING A COMMENTARY OF A VERBAL SYSTEM, Coovi Innocent DATONDJI , Université d'Abomey-Calavi (Bénin)	7
2. INTRODUIRE LES LANGUES NATIONALES BENINOISES A L'ECOLE : COMMENT ? POUR QUOI FAIRE ? DIDACTIENS ET LINGUISTES SE DONNENT LA MAIN POUR REUSSIR LE PROJET, Florentine AGBOTON , Université d'Abomey-Calavi (Bénin)	47
3. LANGUAGE, POWER AND IDEOLOGY: A CRITICAL LINGUISTICS ANALYSIS OF GENDER REPRESENTATION IN STRETCHES OF AN AFRICAN FEMALE PROSE FICTION, Innocent Sourou KOUTCHADE, Franck AMOUSSOU Université d'Abomey-Calavi (Bénin)	63
4. LES DIFFICULTES NEUROPSYCHOPHYSIOLOGIQUES EN LECTURE DE MOTS CHEZ LES ADOLESCENTS APHASIQUES PRIS EN CHARGE AU CME « SAINT FRANÇOIS D'ASSISE » A COTONOU / BENIN, Médard Dominique BADA, Ignace Adéolé ADEBIYI , Université d'Abomey-Calavi (Bénin)	89
5. IDEATIONAL CHARACTERIZATION OF THE SECOND-PERSON FOCALISATION: A STUDY OF CHIMAMANDA NGOZI ADICHIE'S THE THING AROUND YOUR NECK, Yémalo C. AMOUSSOU , Université d'Abomey-Calavi (Bénin)	109
6. LA GEO-COMMUNICATION (2): LA COMMUNAUTE INTERNATIONALE ET SES STRATEGIES DE DESTABILISATION DES PAYS FAIBLES, Alain DIASSE , Université FHB d'Abidjan-Cocody (Côte-d'Ivoire).....	138
7. EVALUATION DU MANUEL DE FONGBE DU COURS D'INITIATION DE L'ECOLE PRIMAIRE AU BENIN : DE L'ANALYSE DE CONTENU A L'IDENTIFICATION DES INSUFFISANCES POUR L'APPRENTISSAGE DE LA LANGUE, Kocou Prosper TONATO et Abdel Rahamane BABA-MOUSSA Université Abomey-Calavi (Bénin).....	163
8. DAS ENGAGEMENT DER DEUTSCHEN UND DIE VERANTWORTUNG DER EINWANDERER. DER BEITRAG DER DEUTSCHEN PRESSE ZUR LÖSUNG DER FLÜCHTLINGSKRISE IN DEUTSCHLAND UND EUROPA, Yaovi Antoine HOUNHOUE et Kuessi Marius SOHOUE , Université d'Abomey-Calavi (Bénin)	187
9. EXISTE T-IL DES ADJECTIFS QUALIFICATIFS EN BAATŌNŪM ? Gompassounon Ahmed BIO NIGAN , LABODYLICAL (Bénin)	209
10. DYNAMIQUE LEXICALE DANS LES PARLERS AJA, Louis TOGO , Laboratoire Ablode (Bénin)	227
11. L'ETUDIANT DE LA FLASH FACE AUX REALITES DE L'INSERTION PROFESSIONNELLE AU BENIN, Vincent Cowovi ADANHOUNME , LARRED (Bénin)	247
12. EIN PRIESTER PREDIGT HASS STATT LIEBE: ZUR ZIVILISIERTEN UND INSTITUTIONALISIERTEN GEWALT IN HEINRICH VON KLEISTS DAS ERDBEBEN IN CHILI (1807), Kangnikoé ADAMA	268
13. THE CONCEPT OF THE INDIRECT RULE IN WEST AFRICAN COUNTRIES: A CRITICAL STUDY, Ibrahim YEKINI, Barnabé B. OLADJEHO, Hergie Alexis SEGUEDEME , Université d'Abomey Calavi (Bénin)	285
14. ET SI JE NE REVENAIS PAS ? L'INSECURITE EN QUESTION DANS LA PRISON CIVILE DE COTONOU, Pascal DOHOU, Dodji AMOUZOUVI , Laboratoire d'Analyse et de Recherche Religions Espaces et Développement (Bénin)	306
15. MEDIATION ET DEVELOPPEMENT DU LANGAGE ORAL CHEZ L'ENFANT:UNE ANALYSE SELON L'APPROCHE HISTORICO CULTURELLE DE VYGOTSKI, Yapi Arsène Th. SEKA , Ecole Normale Supérieure d'Abidjan (Côte d'Ivoire)	323
16. LA PORTEE SYNTAXIQUE DE LA NEGATION DANS QUATRE PARLERS YORUBA DU BENIN : CABE, IDAASHA, NCA ET NFE, A. Maurel AYENA , Laboratoire Ablode (Bénin)	340

17. HARMONIE VOCALIQUE ATR ET ETUDE ACOUSTIQUE DES VOYELLES DU <i>GUJeeHeR</i>, LANGUE ATLANTIQUE PARLEE AU SUD DU SENEGAL, Arame Goudiaby, Université Cheikh Anta Diop de Dakar (Sénégal).....	361
18. PROCEDES STYLISTIQUES DE L'ENUMERATION DANS LA RHETORIQUE ARGUMENTATIVE DE Théophile Obenga, Arsène ELONGO, Université Marien Ngouabi (Congo).....	376
19. MODALITES DE STANDARDISATION DU NOUCHI EN COTE D'IVOIRE, Tapé Jean-Martial et Kouadio Adou Pierre Kouakou, Université Félix Houphouët-Boigny de Cocody Abidjan (Côte d'Ivoire).....	394
20. L'OPINION PUBLIQUE BENINOISE SUR LE PROJET DE REVISION DE LA CONSTITUTION DE LA REPUBLIQUE DU BENIN INTRODUIT PAR LE PRESIDENT THOMAS BONI YAYI: LES ENJEUX DE LA COMMUNICATION POLITIQUE, Patrick Jean-Claude AFFOIGNON, Université d'Abomey-Calavi (Bénin).....	404

**OPINION PUBLIQUE BENINOISE SUR LE PROJET DE REVISION DE
LA CONSTITUTION DE LA REPUBLIQUE DU BENIN INTRODUIT
PAR LE PRESIDENT THOMAS BONI YAYI : LES ENJEUX DE LA
COMMUNICATION POLITIQUE**

AFFOGNON Patrick Jean-Claude
Université d'Abomey-Calavi (Bénin)
affognonpatrick@yahoo.fr

OPINION PUBLIQUE BÉNINOISE SUR LE PROJET DE RÉVISION DE LA CONSTITUTION DE LA RÉPUBLIQUE DU BÉNIN INTRODUIT PAR LE PRÉSIDENT THOMAS BONI YAYI : LES ENJEUX DE LA COMMUNICATION POLITIQUE

AFFOIGNON Patrick Jean-Claude
Université d'Abomey-Calavi (Bénin)
affognonpatrick@yahoo.fr

Résumé

La constitution du Bénin de Février 1990 a révélé des insuffisances notoires sur certains aspects de son fonctionnement. Pour y remédier, le Président Boni YAYI a introduit par deux fois un projet de révision de cette constitution pour la rendre conforme aux nouvelles réalités et aux aspirations de développement du Bénin. Cet objectif du président Thomas Boni YAYI a été diversement apprécié par l'opinion publique béninoise. La première composante de l'opinion publique, ceux qui soutiennent la mouvance au pouvoir approuve cette idée de révision de la constitution qu'ils qualifient de gage du développement. La deuxième composante de l'opinion publique, les acteurs de l'opposition contextuelle contre l'idée de révision de la constitution. Pour eux, le Président de République veut réviser la constitution pour se maintenir au pouvoir. La troisième composante, la société civile a rejoint le camp de l'opposition pour barrer la voie aux révisionnistes. Le rôle de la communication est prépondérant. Chaque camp mobilise ses médias et ses leaders d'opinion pour soutenir sa position et inciter les populations à les rejoindre. En dehors de la force, tous les moyens sont utilisés par chaque camp : la corruption, les invectives, les menaces, les promesses, pour influencer les populations. La tension sociale était à son comble. Le pays était au bord de l'explosion. Ni la HAAC, ni le Médiateur de la République, ni les sages ne parvenaient pas à arbitrer ce différend. En absence de consensus et surtout avec la montée de l'angoisse de la guerre civile, le Président de la République a abandonné l'idée de révision de la constitution pour préserver la paix.

Mots-clés : Opinion publique, médias, communication politique, révision de la constitution, espace public

Abstract

The constitution of Benin of February 1990 revealed marked inadequacies in certain aspects of its functioning. To remedy this, President Boni YAYI twice introduced a draft revision of this constitution to bring it in line with the new realities and development aspirations of Benin. This objective of President Thomas Boni YAYI has been variously appreciated by the public opinion of Benin. The first component of public opinion, those who support the movement in power, endorses this idea of revising the constitution, which they call a guarantee of development. The second component of public opinion, the opposition parties context against the idea of revision of the constitution. For them, the President of the Republic wants to revise the constitution to remain in power. The third component, civil society has joined the opposition camp to bar the way for the revisionists. The role of communication is paramount. Each camp mobilizes its media and opinion leaders to support its position and encourage people to join them. Outside of force, every means is used by each side: corruption, invectives, threats, and promises, to influence the populations. Social tension was at its height. The country was on the brink of explosion. Neither the HAAC, the Mediator of the Republic, nor the sages could manage to arbitrate this dispute. In the absence of consensus and above all with the rising anxiety of the civil war, the President of the Republic abandoned the idea of revising the constitution to preserve peace.

Keywords: Public opinion, media, political communication, constitutional review, public space

Introduction

Après la conférence nationale des forces vives de Cotonou en février 1990, le Bénin est devenu un pays démocratique. Sur la base des prescriptions de sa constitution, ce pays a progressivement installé ses institutions démocratiques : le pouvoir exécutif, le pouvoir législatif, le pouvoir judiciaire, le pouvoir des médias, etc. La démocratie béninoise a plus ou moins relevé les défis politiques du pays. Seulement, à partir de 2011, beaucoup de voix s'élèvent pour dénoncer les lacunes avérées de la constitution du Bénin, au regard des niveaux de développement et de transformation de ce pays. D'aucuns pensent, me semble-t-il, que la constitution du Bénin n'est plus en phase avec « *la construction sociale de la réalité* » GOFFMAN (2004) de cette nation. L'idée de révision commença à émerger dans les milieux politiques et économiques ; puis dans la sphère sociale du pays. Le président Thomas Boni YAYI a porté cette idée en initiant le projet de révision de la constitution que l'opinion publique a apprécié diversement. En effet, l'opinion publique peut être considérée comme « *un état d'esprit qui dérive au sein d'une collectivité donnée, de l'addition des différentes attitudes publiquement exprimées, à propos d'une question à débattre dès lors que les affirmations résultantes de cette expression sont assorties d'un doute* » BALLE (2006, 293). Ce doute plane sur les intentions de ce Chef d'Etat qui veut réviser la constitution. Ce doute concerne également les vraies raisons de la résistance de l'opposition. Même si la constitution du Bénin a prévu les conditions de sa révision, une partie de la population représentée par l'opposition pense que le président de la république veut réviser la constitution pour renforcer son autorité et se maintenir au pouvoir. Pour eux, il ne faut pas permettre au président de toucher à la constitution ; car, il peut en profiter pour réviser des articles qui ne sont pas mentionnés dans son projet de révision, notamment la limitation du nombre de mandat. A contrario, une autre partie de la population, celle qui soutient le président de la république approuve l'idée de révision. Elle estime que la révision de la constitution est une opportunité pour asseoir les bases d'un développement durable au Bénin. La tension sociale monte d'un cran ; les populations deviennent inquiètes quant-à la préservation de la paix.

Cette recherche ne s'inscrit pas dans une logique des sciences politiques encore moins en droit politique ; mais plutôt, dans le domaine de la communication politique¹. Des travaux majeurs en SIC² ; notamment, ceux de BALLE (2011), MUCHIELLI (2014), BOUGNOUX (1998), etc. mettent un accent particulier sur la nécessité d'établir un lien entre l'opinion publique, l'espace public et les médias pour mettre en exergue la richesse des interactions et la créativité des protagonistes. Au-delà de ces travaux d'autres acteurs comme MAIGRET (2010), SFEZ (1993), LETENTURIER (2009), BEAUDOIN (2005), etc. insistent sur le rôle des médias et des leaders d'opinion et leurs capacités d'influence.

Au regard des constats fait sur le terrain et sur la base des travaux en SIC, ce travail vise à étudier les perceptions et les réactions des différentes composantes de la société béninoise sous les influences des médias et des leaders d'opinion, sur le doute édité par ce projet³ de révision de la constitution.

¹La communication politique s'assimile à toutes les stratégies visant à imposer ses idées politiques dans le débat public, souvent traversés d'une présence médiatique importante, par de prise de position politique indépendante (éditorialiste, experts) ou par le détournement à des fins partisans de supports médiatiques, à l'instar des nombreux journaux (BALLE (2006,87)).

² SIC : Sciences de l'Information et de la Communication.

³ Nous parlons du projet de révision de la constitution du Bénin. Or, le président Thomas Boni YAYI a initié deux projets. En réalité, c'est l'idée du projet de révision qui nous intéresse. Encore que le deuxième projet n'est qu'un reconditionnement du premier.

1. Le concept d'opinion publique et les médias

Notre appréhension de la notion de concept s'inscrit dans la vision de MUCCHELLI (2014, 86) qui estime qu' « *il existe deux types de concept : les concepts théoriques et les concepts empiriques. Les premiers se rapportent à des aspects non observables de la réalité et les seconds à des aspects observables de cette réalité* ». Par conséquent, il paraît imposant de mobiliser d'abord l'essentiel des lois, des théories sur l'opinion publique et les médias avant de passer à l'exemplification de ces normes dans le cadre du projet de révision de la constitution du Bénin.

1.1 Les concepts théoriques de l'opinion publique et les médias

➤ Définitions de l'opinion publique

BALLE et al (2006, 293) définissent l'opinion publique comme un « *état d'esprit qui dérive, au sein d'une collectivité donnée, de l'addition des différentes attitudes publiquement exprimées à propos d'une question débattue, dès lors que les affirmations résultants de cette expression sont assorties de doute* ». De cette définition, il ressort que l'opinion publique ne provient pas d'une simple addition de convictions individuelles. Il s'agit plutôt de l'addition des convictions issues des inquiétudes de différentes personnes, de différentes personnalités sur un fait ou un sujet marquant de l'actualité. Ainsi sur la base du vocable publique, l'opinion publique est exprimée de manière très ouverte et les différentes convictions sont présentées sur la place publique. Ces convictions qui sont généralement divergentes, sont donc facilement accessibles aux populations. Il faut reconnaître avec MUCCHIELLI (2014, 27) que l'opinion publique est perçue comme une instance de critique et de résistance vis-à-vis du pouvoir public ; l'ultime justification des lois édictées au nom de tous et s'imposant à l'ensemble des membres d'une société politiquement organisée. Par ailleurs l'opinion publique s'appuie sur des sujets qui font l'objet de débat, de critique, et qui engagent la vie d'une communauté, d'un pays ou d'un continent. De son côté BOUGNOUX (1998, 160) en se basant sur le concept d'espace public popularisé par HABERMAS, présente l'opinion publique comme un paradoxe de composition qui est à la fois changeante et enchevêtrée à son médium. D'une part, l'opinion publique a un caractère changeant, car les sujets, objets de débats changent en fonction des circonstances, des événements, des enjeux. D'autres parts, l'opinion publique est enchevêtrée à son médium car, il est difficile de parler de l'opinion publique sans faire référence aux organes presse. En effet la presse constitue le moteur de l'opinion publique : la presse quotidienne produit l'opinion en la rapportant, en la révélant, en la faisant.

Dans la suite de son développement, BOUGNOUX (1998, 162) ajoute que l'opinion publique est un objet de convoitise passionnée au profit des gouvernements modernes : « *C'est par opinion en effet qu'on gouverne, mieux que par la force. On ne s'assied pas sur des baïonnettes..., mais sur un consensus, une majorité confortable ou de bons sondages* ». Le sondage peut être perçu comme le résultat de l'opinion publique. Tout en reconnaissant les liens très étroits entre l'opinion publique et le sondage BALLE et al (1998, 172) fait une mise en garde en ces termes : « *Avec la manipulation des sondages, l'opinion publique est souvent assimilée aux seuls résultats, ce qui l'éloigne de la conception qu'en avaient les penseurs de l'Etat moderne, démocratique* ». En effet dans un système démocratique « *l'opinion publique résulte de la réflexion éclairée de chacun et de la libre discussion de tous, au nom de l'intérêt commun* » MATTELART (2013, 155).

A l'opposé des précédentes réflexions, MAIGRET (2010, 195) doute de l'existence de l'opinion publique. S'il reconnaît que l'opinion publique est l'enjeu profond des débats ; il pense que la manipulation de l'opinion publique par des sondages truqués ou des débats déséquilibrés connote l'inexistence de l'opinion publique ou tout au moins son inconsistance.

Le sondage d'opinion est supposé résoudre la contradiction entre démocratie représentative et gouvernement du peuple par le peuple en traduisant la volonté générale, le consensus sous-jacent ou l'opinion majoritaire délivrée aux élus. Pour BOURDIEU (1996) la société est composée de rapports de forces, qui interdisent de la penser comme une unité harmonieuse reposant sur un consensus. Il n'existe pas de sujet en soi politique, ni d'opinion nécessairement personnelle, encore moins publique, au sens de commune. De ce point de vue, il faut reconnaître que la majorité des individus ne sont pas capables de se prononcer objectivement sur des sujets prédéfinis ; souvent, ils s'inclinent devant les pensées des plus dominants. En d'autres termes, le champ politique est une élaboration historique de la bourgeoisie. La basse classe n'a pas d'opinion ; du moins, l'opinion de la basse classe est muette. Ce point de vue vient confirmer la réflexion de Karl Max (1947, 4), lorsqu'il affirme que « *Ce n'est pas la conscience des hommes qui détermine leur être ; c'est, inversement, leur être social qui détermine leur conscience* ».

L'opinion est ainsi considérée comme une invention socialement distribuée en faveur des plus éduqués, dont l'effet est d'exclure ceux qui n'en ont pas ou que l'on n'entend pas. De ce point de vue, MAIGRET (2010, 195) s'insurge contre les sondages qui à son avis mesurent un état artificiel du social par le jeu des non réponses, des réponses changeantes et des réponses obligées des enquêteurs face à ce qui est perçu comme légitime de répondre. CHAMPAGNE (1990) estime que les sondages n'appréhendent pas une réalité en soi mais une construction : L'image de l'opinion est le reflet de ceux qui commandent, organisent ou interprètent les enquêtes.

Au total, l'opinion publique peut être perçue comme l'ensemble des idées, des jugements, des valeurs, des convictions, des croyances éditées par les élites et qui s'impose malheureusement à toute la société. Au plan politique l'opinion publique permet généralement au pouvoir exécutif d'imposer un point de vue aux populations, par le biais de diverses manipulations des médias et des leaders d'opinion.

➤ **Critiques de la corrélation opinion publique et médias**

Les médias constituent dans les systèmes démocratiques, le vecteur de l'opinion publique. Le lien entre les médias et l'opinion publique est devenu très fort, très étroit. L'opinion publique sans les médias est vouée à l'échec. Sans les médias, l'opinion publique est très restrictive et n'arrive pas à atteindre ses objectifs de popularisation de pensées communes, de valeurs partagées etc. SFEZ (1993, 1000) présente deux courants de réflexion sur les liens entre l'opinion publique et les médias de masse. Le premier courant vient de l'école empirique avec des chercheurs comme LAZARUS, BERELSON, KATZ, HOVLAND, LASSWELL etc. On doit le second courant à l'école critique qui est essentiellement constituée de l'école de Francfort avec les travaux d'ADORNO, BENJAMIN, HABERMAS, MARCUSE etc. A l'école critique on peut également ajouter des réflexions des chercheurs comme McLUHAN, INNIS, WOLTON.

Ces deux courants ont un point commun : Ils se sont interrogés sur l'utilisation par les régimes totalitaires des médias de masse. Avec SFEZ (1993, 1000) on peut retenir que « *les médias injectent la propagande à des masses passives et vulnérables* ». De ce point de vue, reconnaît MAIGRET (2010, 47) la propagande permet « *d'exercer une influence sur l'opinion* ». Cette influence généralement négative se justifie par la perte de crédibilité des médias pendant la première guerre mondiale ou encore les angoisses que font naître les totalitaires en imposant leurs opinions aux populations. Cela conduit à de fortes pressions et contraint des

intellectuels à fuir leurs pays. C'est le cas de Serge TCHAKHOTINE qui a fui l'URSS⁴ pour la France à cause de sa réflexion sur le viol des foules par la propagande politique en 1939. SFEZ (1993, 1000) estime que la situation de TCHAKHOTINE « est représentative du modèle de la seringue hypodermique par laquelle les médias injectent la propagande à des masses passives et vulnérables ». De son côté LAZARFELD et al. (2008, 76) tablent plutôt sur le contexte social dans lequel les individus reçoivent les messages. Ces travaux débouchent sur deux modèles paradigmatiques : La théorie des effets limités et le modèle du flux de communication à deux niveaux (*two-step flow of communication*).

La théorie des effets limités a vu le jour après une enquête empirique réalisée pendant les campagnes électorales américaines, sur les effets à court terme des médias. Cette théorie présente trois variables sur la réception des messages : La perception, l'exposition et la mémorisation sélective. Chacune de ces variables dépendent de l'âge, du type de socialisation, de l'identification politique et de son intensité ; SFEZ (1993, 1000). Dans le prolongement de ses idées, LAZARFELD et al (2008, 78) ajouta à la théorie des effets limités, le modèle de flux de communication à deux niveaux. Cela lui permet de renforcer l'idée de prépondérance de l'environnement social et singulièrement le rôle joué par les leaders d'opinion. En effet reconnaît MAIGRET (2010, 69) « les choix sont beaucoup plus influencés par les leaders d'opinion que par les publicités des magazines ou les émissions radio ou encore de télévision [...], On peut penser aujourd'hui à l'importance des relais dans les sorties cinématographiques - le phénomène de bouche à oreille - qui font très largement le succès d'un film et sa longévité, le battage publicitaire déterminant surtout le niveau d'entrées dans les salles les premiers jours ». Au-delà des médias, les leaders d'opinion et le bouche à oreille permettent d'influencer l'opinion publique. Si ceci est vrai à la fois pour le cinéma et la publicité, il l'est également pour la propagande. Au total, le "*two-step flow of communication*" qui signifie en français le modèle de flux de communication à deux niveaux présente d'une part l'influence des médias sur l'opinion publique et, d'autre part, l'influence des leaders d'opinion et du bouche à oreille sur l'opinion publique. Avec MAIGRET (2010, 70) il est important de noter que l'omnipotence des médias apparaît erronée et l'idée que la société serait atomisée est tout simplement irrationnelle. Les effets des médias sont indirects, limités et filtrés par les capacités cognitives des individus. Ils sont diffusés horizontalement à l'intérieur des réseaux et non verticalement, de l'émetteur vers le récepteur. En d'autres termes, soutient SFEZ (1993, 1000) « on passe ainsi d'une conception où les médias s'adressent à des individus atomisés et passifs dans une société de masse à une vision où les individus socialisés et actifs sélectionnent et transforment les messages diffusés par les médias ». Par la suite, et dans un esprit de détail, KATZ et al. (1996, 59), dans leur remise en cause de la théorie des effets limités présente trois paradigmes : Le paradigme politique ou institutionnel, le paradigme critique et le paradigme technologique. En résumant le passage des effets limités à la perception de KATZ et al. (1996), SFEZ (1993, 1001) affirme que « la théorie des effets limités partait de l'idée que les médias nous disent ce qu'il faut penser ou ce qu'il faut faire. De ce point de vue le paradigme politique considère que les médias nous disent ce qu'il faut penser, le paradigme critique ce qu'il ne faut pas penser et le paradigme technologique comment le penser ».

Le paradigme politique a pour objectif de montrer comment les médias, en accordant une large part de leur attention à tel ou tel problème, structure la hiérarchie des préoccupations des citoyens. Ainsi, les médias, dans un court terme ont le pouvoir d'organiser et d'établir les limites de la discussion publique. Ainsi, en période pré-électorale et électorale, ce sont eux qui proposent, choisissent, imposent, favorisent l'émergence des thèmes d'une

⁴ L'Union des républiques socialistes soviétiques

certaine opinion publique, de certains enjeux politiques. De ce point de vue, SFEZ (1993, 1001) reconnaissant ce travail de vigile des médias, affirme que « *cette approche met l'accent sur le travail des journalistes en tant que groupe social dans la construction de réalité communiquée au public* ». La réalité communiquée étant perçue différemment par les citoyens, il est important de mettre un accent particulier sur la notion de segmentation du public. Cette fragmentation renseigne sur les capacités de chaque segment à réagir activement sur les offres des médias. Par la suite, SFEZ (1993, 1001) fait remarquer que les « *utilisations différentielles induisent des inégalités par rapport à l'acquisition d'informations : Les individus qui sont déjà les mieux informés apprennent plus des médias, ce qui a tendance à accentuer l'écart entre les riches en information et les autres* ».

Le paradigme critique pose le problème de la démocratie et de la liberté. Il s'agit de la capacité des individus à ne pas penser comme les médias l'indiquent. Cela connote le rapport entre les médias, la politique, la démocratie et les individus. SFEZ (1993, 1003) considère le paradigme critique comme « *une controverse vigoureuse, qui porte autant sur une interprétation du modèle de la démocratie dans les sociétés industrielles que sur une analyse du rôle que peuvent jouer les médias* ». Dans son raisonnement, SFEZ (1993) démontre que l'économie et la politique commandent les médias, qui servent essentiellement à reproduire l'idéologie dominante et à y faire participer les dominés, au travers d'un processus d'aliénation et de fausse conscience. Cette situation incite BOURDIEU (1996) à analyser le rôle joué par les médias dans le système politique. Ces analyses débouchent sur la critique de l'opinion publique. Dans le même ordre d'idées HABERMAS (1978) prône un retour au concept d'espace public, considéré comme un lieu de médiation entre la société civile et l'Etat.

Le paradigme technologique prend en compte les TIC comme dispositifs de cognition et d'apprentissage pour transformer les manières de penser et d'organiser l'information ; SFEZ (1993,1001). Il est important d'analyser l'impact des TIC sur la pensée, les institutions, les groupes, les échanges ; en un mot, l'organisation sociale. BRETON et al (2009, 270) présentent l'appropriation des TIC comme un facteur de liberté d'expression en occurrence dans le discours des milieux militants et les contextes de politiques publiques. Cela revient à analyser les impacts des TIC sur l'opinion publique. MAIGRET (2010, 250) affirme que les TIC ; internet, le média des médias offre des possibilités gigantesques qui tiennent plus précisément à son caractère multimédia réunissant le son, l'image, et le texte en un seul : un seul ordinateur branché sur le réseau mondial peut transmettre et recevoir des messages écrits, de l'image, fixe ou animée, de la musique, consulter des banques de données. Pour démocratiser les TIC, toutes les fonctionnalités de l'ordinateur sont embarquées sur les téléphones mobiles qui sont devenus accessibles à tous. Les TIC sont aussi utilisées pour construire, déconstruire et reconstruire l'opinion publique, surtout à travers les applications et les réseaux sociaux. De plus en plus, les TIC incitent à l'émergence d'une opinion publique sur la base d'une problématique croisée entre les systèmes d'information et la définition de la situation.

1.2 Les médias et les leaders d'opinion : outils de construction de l'opinion publique

Les deux courants de pensée évoqués précédemment ont un point commun : l'utilisation des médias de masse par les régimes totalitaires. Il faut reconnaître que, même si le Bénin n'est pas un régime totalitaire, parfois le mode de fonctionnement de la démocratie béninoise peut faire penser à la dictature. Pour être plus précis sur l'utilisation des médias par les hommes politiques, SFEZ (1993 :1000) estiment que « les médias injectent la propagande à des masses passives et vulnérables » afin « d'exercer une influence sur l'opinion » MAIGRET

(2010, 47). A vrai dire, même si les masses sont vulnérables, elles ne restent pas toujours passives. Au Bénin, lors du débat sur le projet de révision de la constitution, la plupart des médias se sont clairement positionnés soit pour soutenir la mouvance présidentielle⁵ soit pour défendre l'opposition et la société civile. Chaque média dans son champ met en place une stratégie pour atteindre ses objectifs. Dans la mise en œuvre de leur propagande, ils conçoivent des émissions spectaculaires ; ils organisent des débats tendancieux ; ils publient des articles poignants ; ils développent toute la pédagogie nécessaire à la conquête et à la reconquête de l'opinion. Le scénario est répété à foison pour impacter définitivement les populations. Ainsi, dans la construction de l'opinion publique sur le projet de révision de la constitution du Bénin, les médias jouent à la fois un rôle de pédagogie de relai et parfois de substitut. Par ailleurs, SFEZ (1993 : 1000) présente la théorie des effets limités et singulièrement ses trois variables sur la réception des messages, à savoir : la perception, l'exposition et la mémorisation sélective. Les effets de la médiatisation du projet de révision de la constitution du Bénin, en dépit de ses trois variables dépendent de l'âge, du niveau d'instruction, de la socialisation, d'identité politique de chaque Béninois.

Au-delà du marketing politique édité par les médias, il faut reconnaître le caractère proactif des leaders d'opinion qui traquent les informations sur tous les médias. Ils font régulièrement des liens entre les informations diffusées par les différents médias ; ce qui leur permet de faire croire aux populations que leur opinion, leur message est celui de la plupart des médias ; donc la vérité. Ces leaders d'opinion développent des raisonnements très subjectifs qui les identifient facilement au camp de la mouvance ou de l'opposition ; en fonction de leur coloration politique. Ils ont un champ d'action très large : leur région natale, leur ville, village ou quartier de résidence, leur lieu de culte, leur lieu de travail, leurs lieux de loisirs, etc. Ils ont un niveau d'influence très élevé qui se manifeste différemment selon qu'ils soient de la mouvance ou de l'opposition. Les leaders d'opinion de la mouvance sont devenus des distributeurs de poste à la fonction publique ou dans les institutions internationales. Les fonctionnaires d'Etat sont souvent obligés de leur obéir de peur de perdre leur poste. Aussi, au-delà des promesses de poste, les stratégies du pouvoir en place dépassent parfois l'entendement : tous les moyens sont bons pour conquérir le soutien des populations. Ainsi, sont régulièrement promis aux jeunes des recrutements à la fonction publique, le renforcement de l'entrepreneuriat avec des financements innovants et aux adultes un bon positionnement sur les listes électorales ou encore le développement de leurs régions (l'électrification, l'eau potable, le lotissement, des écoles, des sites universitaires, etc.). Le risque d'une telle situation est la multiplication des soutiens jaunes. Des salariés de l'Etat sont obligés de soutenir ouvertement la position du gouvernement pour garder leurs privilèges et avantages. Or de façon souterraine, ces fonctionnaires participent à l'émergence de la vision de l'opposition. Parfois, ils utilisent le financement de la mouvance pour battre clandestinement campagne aux côtés de l'opposition.

Du côté de l'opposition, il n'y a pas de postes à distribuer ; les promesses sont généralement très modestes et surtout conditionnées. Ces promesses peuvent être réalisées si l'opposition prenait le pouvoir ; ce qui n'est pas forcément évident. Les deux hommes d'affaire qui sont devenus les leaders de l'opposition⁶ avaient pas de poste à distribuer, même dans leurs entreprises ; parce qu'étant économiquement asphyxié par le gouvernement, dit-on. Ainsi, leurs soutiens ressemblent beaucoup plus à des adhésions franches à leur opinion qui s'oppose au projet de révision de la constitution au Bénin.

⁵ Expression utilisée au Bénin pour désigner le pouvoir exécutif et ses soutiens.

⁶ Ces principaux leaders ont pour nom Patrice TALON et Sébastien ADJAVON

Il est important de faire remarquer qu'au Bénin, les soutiens politiques ne sont jamais gratuits ; du moins, les soutiens massifs sont en fonction des intérêts immédiats et des promesses réalistes. Par conséquent, le niveau d'influence des leaders d'opinion de la mouvance est très élevé. L'on pouvait penser que ce niveau d'influence est très modeste, voir moyen chez les leaders de l'opposition qui ne pouvaient procéder dans bien de cas, que par achat de conscience. En effet, c'est la capacité financière de l'opposition qui lui a permis de maintenir le cap.

2. Espace public et interactions entre les différents acteurs impliqués dans le débat sur la révision de la constitution

Habermas, l'un des pionniers de la théorie de l'espace public présente deux principaux volets de sa théorie. Le premier volet vante la raison langagière par opposition à la violence de la logique instrumentale et des forces particulières du social. Au Bénin, la raison langagière déserte de plus en plus le forum au profit des intérêts communautaires, religieux, partisans. Ces différents intérêts sont souvent indexés à la coloration politique des acteurs impliqués dans le projet de révision de la constitution du Bénin. Dans le second volet, Habermas s'insurge contre la montée de la subjectivité dans les médias ; ce recul de l'objectivité enflamme les débats sur le projet de révision de la constitution du Bénin. Par la suite, Habermas attire l'attention sur les différentes innovations sur les thèmes de l'espace public. L'essentiel de cette innovation est présenté par MAIGRET (2010, 204) lorsqu'il affirme que l'espace public « *contient toutes les thématiques, toutes les opinions, qui, émises dans la sphère privée, peuvent gagner le niveau public sans le corrompre (l'aspect normatif de la pensée étant dans le verbe) [...] Il s'agit aujourd'hui de saisir l'impact massif d'une dynamique de mise en relation généralisée* ». Ainsi, l'espace public devient illimité. La démocratie béninoise n'a guère échappé à cette réalité : des églises aux mosquées ; de l'administration publique aux entreprises privées ; des collèges aux universités ; des marchés aux médias ; tous les espaces sont exploités pour vulgariser les opinions sur le projet de révision de la constitution du Bénin. BALLE (2010) met un accent particulier sur les médias comme espace public privilégié ; une réalité qui reflète leur fonctionnement au Bénin.

L'espace public est le lieu des interactions entre les citoyens sur les préoccupations de la vie quotidienne des populations. Dans cet espace public, les Béninois évoquent régulièrement tous les aspects liés à la révision de la constitution. Ils partagent leurs opinions, ils font des alliances, ils se contredisent, ils se rejettent, ils s'approuvent, ... L'espace public est devenu un lieu très ouvert où se côtoient les mouvanciers⁷, les opposants et la société civile ; même s'ils se détestent, même s'ils doivent faire des efforts pour s'accepter. Pour MAIGRET (2010, 197) deux principaux fondements soutiennent les interactions entre ces acteurs, dans un système démocratique : il s'agit des médias et des sondages. A ces deux facteurs, WOLTON (2015, 283) ajoute le

⁷ Les acteurs qui soutiennent le pouvoir exécutif.

marketing politique qui devient le terreau de la séduction. Au Bénin malheureusement, en absence de sondage, la rumeur s'installe aux côtés des médias et alimente les idées sur le projet de révision de la constitution. Dans sa suite de sa logique, WOLTON (2015, 284) estime la communication politique met en interaction trois principaux acteurs : les hommes politiques, les journalistes et l'opinion publique au travers des sondages ; cette trilogie de la communication politique, dans son fonctionnement au Bénin met en scène la vie quotidienne des acteurs qui défendent énergiquement leur perception sur le projet de révision de la constitution. La communication politique au Bénin, même si elle ne respecte pas forcément les normes édictées par l'occident a le mérite de faciliter la construction sociale de la réalité politique, en occurrence sur la révision de la constitution, dans un espace public très variables. Par ailleurs, l'espace public béninois est analysé sous l'angle du triptyque : paradigme politique, paradigme critique et paradigme technologique ; éditée par SFEZ (1993, 1001)

⇒ **Le paradigme politique**

Au Bénin, quatre grands médias participent à la construction et/ou à la diffusion de l'opinion politique. Il s'agit de la radio, de la télévision, de l'affichage et de la presse. Au niveau de chacun de ces médias, on note d'innombrables supports qui peuvent être classés en deux catégories : les supports de la mouvance au pouvoir et les supports de l'opposition. Cela connote le caractère partisan du fonctionnement des médias au Bénin ; donc la remise en cause de leur neutralité. Or, ce caractère partisan des médias peut être préjudiciable à l'éclosion de la démocratie et porter atteinte aux fondamentaux de la communication médiatique. PERRET (2005 : 286) fustige le fonctionnement des médias au Bénin ; car, dit-il, les lois sont souvent disponibles, mais elles ne sont pas respectées. L'ODEM tout comme la HAAC, face aux nombreuses pressions politiques et sociales, deviennent inactifs face au non respect des règles de déontologie et d'éthique qui régissent le fonctionnement des médias au Bénin. Dans les faits reconnaît la HAAC, la loi n° 97-010 du 20 août 1997 portant libéralisation de l'espace audiovisuel et disposition pénale relative au délire en matière de presse et communication audiovisuelle en république du Bénin a été constamment violée⁸. Les différentes violations sans sanction de cette loi font le lit à la partialité des médias. Ayant le pouvoir de sélectionner les thèmes de débat, les médias béninois nourrissent l'opinion publique en façonnant l'actualité, en introduisant les sujets qui leurs paraissent pertinents afin que l'opinion publique puisse s'en saisir et présenter ses avis par le biais des leaders d'opinion de ses différentes composantes. En réalité, au Bénin, les médias soumettent les thèmes à l'opinion publique, au regard de leur ligne éditoriale. En d'autres termes ; l'intention de communiquer des médias est en fonction de la perception, de la vision de l'homme d'affaire ou de l'homme politique qui finance clandestinement le support en question. Par conséquent, ces bailleurs de fonds, ces responsables occultes des différents médias peuvent avoir des influences réelles sur le positionnement des journalistes, des animateurs, des invités ; sur la qualité des débats, notamment sur les chaînes de radio et de télévision. Le rôle capital des médias dans la vulgarité du débat sur le projet de révision de la constitution du Bénin n'est plus à démontrer. Non seulement les médias favorisent l'émergence du débat ; mais surtout, ils construisent dans la tête du public une certaine réalité sur la révision de la constitution. Dans la mise en scène de l'opinion publique béninoise sur le projet de révision de la

⁸ Témoignage dans l'anonymat d'un responsable de la HAAC.

constitution du Bénin, trois principaux acteurs sont régulièrement en confrontation : la mouvance au pouvoir, l'opposition, la société civile.

⇒ **Le paradigme critique**

La majorité au pouvoir au Bénin pense que l'effectivité de la liberté d'expression favorise les critiques sur le projet de révision de la constitution. Or, l'opposition et la société civile affirment le contraire. Il faut reconnaître que la mouvance au pouvoir est dans son rôle ; celui de montrer à la face du monde qu'elle garantit aux populations la liberté d'opinion, gage d'une bonne culture démocratique. L'opposition est dans un autre rôle ; celui de dénoncer les lacunes du gouvernement. Ainsi, elle estime que la liberté d'expression est régulièrement confisquée au Bénin. L'opposition ajoute que le pouvoir en place met la pression sur le peuple pour susciter sa démobilisation. Dans ce contexte, la société civile apparaît comme une force qui défend en permanence les droits des minorités et l'intérêt général. Ce positionnement de la société civile a tendance à la rapprocher de l'opposition ; ce qui dénonce régulièrement le pouvoir en place. Cette controverse vigoureuse, qui porte autant sur une interprétation du modèle de la démocratie béninoise que sur une analyse du rôle que peuvent jouer les médias est révélatrice de la fracture politique au Bénin. SFEZ (1993) s'insurge régulièrement contre ce mode des médias lorsqu'il fait remarquer que la politique commande les médias qui servent essentiellement à reproduire l'idéologie dominante et à y faire participer les dominés, au travers d'un processus d'aliénation et de fausse conscience. Cette pression médiatique des deux camps a déchiré le mental de la population béninoise en lambeaux ; difficilement regroupable en trois tendances ; en lien les flux migratoires permanents. Il y en a qui soutiennent le pouvoir en place ; il y en a qui soutiennent l'opposition ; il y en a qui sont indécis (même s'ils sont minoritaires).

Dans ce climat de tension, la mouvance au pouvoir fait remarquer la nécessité de réviser la constitution du Bénin. Cependant, les acteurs de l'opposition développent des arguments, par le biais des médias, pour contredire les propos des hommes politiques de la mouvance sur le projet de révision de la constitution du Bénin. Au niveau de ces acteurs de l'opposition, à un moment donné, les deux principaux hommes d'affaire interviennent à visage découvert dans ce débat pour contredire le gouvernement qui à leurs yeux, ne protège pas leurs intérêts. Ce qui peut être surprenant dans ce débat, c'est que la majorité présidentielle plurielle reconnaît que ces hommes d'affaire interviennent dans le débat pour les contredire parce que le gouvernement ne protège pas assez leurs intérêts économiques. Le gouvernement les accuse de tricherie et estime qu'ils n'ont pas leur place dans ce débat politique faute de vertu et d'honnêteté.

⇒ **Le paradigme technologique**

Les technologies de l'information et de la communication ont été utilisées par les différents acteurs pour mobiliser les Béninois. Des sites Internet ont été créés spécialement à cet effet. Les acteurs qui soutiennent l'idée de révision de la constitution passent également par les réseaux sociaux pour mobiliser les populations connectées et négocier leur adhésion. Les responsables de l'opposition font de même. Ainsi, *facebook* et *whatsApp* sont essentiellement mis à contribution dans cette bataille entre le pouvoir exécutif d'alors et l'opposition.

3. Influences des médias et des leaders d'opinion sur le comportement des populations béninoises.

MAIGRET (2010, 28) définit l'influence des médias comme « *une action lente et continue qu'un individu exerce sur un autre individu ou sur un groupe pour amener ce dernier à adopter une attitude, un comportement souhaité* ». L'influence des médias sur la population béninoise sera analysée à travers deux variables : la position sociale et la réceptivité du message politique. En effet, soutient BALLE (2011 : 37), « *le premier facteur qui influence le comportement des citoyens face aux médias est la position sociale* ». Au Bénin, plus les individus sont instruits, plus ils trouvent d'intérêt à critiquer la position des médias et des leaders d'opinion sur le projet de révision de la constitution. Aussi, plus les béninois se sentent appartenir à une classe sociale reluisante, plus ils ont tendance à critiquer ouvertement la révision de la constitution. Enfin, les hommes sont plus critiques et plus actifs que les femmes dans ce débat. Le deuxième facteur qui influence le comportement des citoyens face aux médias est proposé par LETEIHURIER et al. (2009, 130). Pour ces acteurs ; la réceptivité des messages politiques s'apparente à un processus subtil, à la fois individuel et collectif, dispositionnel et situationnel. Le levier principal de cette réceptivité est l'appartenance des individus à la mouvance ou à l'opposition. Lorsqu'on appartient à la mouvance, tout message qui soutient le projet de révision de la constitution est bien reçu et très bien applaudi. Par contre, lorsqu'on est de l'opposition, tout message qui soutient le projet est reçu comme « *une violation de territoire* » (GOFFMAN, 2004).

Par ailleurs, plus les populations sont instruites, moins les informations sur le projet de révision de la constitution ont d'influence sur leurs comportements. Ce niveau d'instruction conditionne souvent le statut politique au Bénin. Ainsi, les analphabètes, les populations rurales sont beaucoup plus influencés. Ils sont capables de changer facilement de comportement ; ils sont facilement manipulables. Ils ont tendance à croire que seuls les intellectuels, les acteurs résidants dans les grandes villes (surtout Cotonou et Porto-Novo), détiennent la connaissance. Par conséquent, ils se soumettent généralement à leur volonté. Parfois, on rencontre des hommes politiques analphabètes ou des demi-illettrés⁹ qui ont un statut politique très reluisant. Ils doivent leur statut d'homme politique de premier plan à leur capacité de mobilisation de l'électorat ou à leur puissance financière. Ils sont très utiles pour les intellectuels politiques. En effet, grâce à leurs comptes en banques, ils peuvent facilement changer de comportement aux populations, en occurrence, sur le projet de révision de la constitution du Bénin. Par ailleurs, certains hommes parmi les analphabètes et demi-illettrés ont le don de mobilisation. Ils arrivent à réunir un grand nombre de personnes très proches d'eux, de leur niveau social. C'est pour eux une opportunité pour agir sur les comportements de leurs proches. Ici, il s'agit pour eux d'inciter les populations mobilisées à agir en faveur de la position qu'ils soutiennent. Quant au second facteur d'influence : la réceptivité du message politique ; il fait référence à la perception des populations au sujet du projet de révision de la constitution du Bénin. Il est facile de constater que cette réceptivité varie selon les bords politiques des citoyens. Pour les Béninois qui soutiennent le pouvoir en place, ce projet de révision de la constitution est une opportunité pour renforcer la démocratie béninoise. Mais pour les acteurs de l'opposition, ce projet de révision de la constitution béninoise est un prétexte pour valider le maintien définitif du président au pouvoir.

Au total, l'influence des leaders d'opinion sur le projet de révision de la constitution béninoise est très remarquable vis-à-vis de l'opinion publique. Ils modifient à leur guise le

⁹ Expression utilisée au Bénin pour désigner des personnes qui parlent à peine de la langue française, mais qui estiment avoir une maîtrise de cette langue. Souvent, ils ont une compréhension erronée des mots, des expressions, des discours.

rapport des populations à la politique et leur regard sur le projet de révision de la constitution du Bénin. Les leaders de la mouvance soutiennent le projet et suscitent les populations à y adhérer. Ils mettent en place toutes les stratégies pour convaincre les populations de la nécessité de réviser la constitution du Bénin. A contrario, les leaders de l'opposition usent de ruses, de séductions et d'arguments pour dénoncer la mafia que cache ce projet de révision de la constitution du Bénin. De ce fait, ils présentent des arguments pour détruire le projet de révision de la constitution du Bénin. Enfin, les leaders de la société civile sont censés être neutres. Cette neutralité devrait leur permettre d'arbitrer ce match et éclairer l'opinion publique en toute objectivité. Dans la réalité, ce n'est pas le cas au Bénin. La grande majorité des leaders d'opinion de la société civile se rangent du côté de l'opposition. Ce positionnement peut être justifié par le fait que les leaders de la mouvance détiennent plus de pouvoirs, plus de forces financières et médiatiques provenant de l'Etat. Ainsi, leur positionnement aux côtés de l'opposition, estiment-ils, doit être perçu comme une stratégie de rééquilibrage des forces en présence ; car l'opposition à un moment donné est devenue frileuse et peine à se faire entendre.

CONCLUSION

Cette recherche est une occasion pour analyser le fonctionnement de l'opinion publique béninoise sur les sujets politiques ; en occurrence le projet de révision de la constitution du Bénin. En effet au lendemain de son deuxième mandat, le président Thomas Boni YAYI a initié par deux fois son projet de révision de la constitution. Les réactions de l'opinion publique béninoise peuvent être classées en trois volets. Ceux qui soutiennent l'idée de révision de la constitution ; et à contrario, ceux qui désapprouvent le projet. Entre ces deux logiques s'incruste la société civile dont l'impartialité devrait lui permettre d'atténuer les ardeurs des uns et des autres. Les acteurs de l'opposition estiment qu'il n'est pas question pour le président Thomas Boni YAYI de réviser la constitution. La société civile, véritable composante représentative de la société béninoise reconnaît que la révision de la constitution peut apparaître comme une nécessité ; au même moment elle pense que le moment n'est pas opportun surtout en absence de consensus.

Le rôle des médias a été très important dans ce débat qui a mobilisé toutes les attentions. Ils ont quasiment le monopole des thèmes et des orientations nécessaires pour renforcer l'une ou l'autre des deux positions. Les médias du service public défendent avec force le projet de révision de la constitution et vulgarisent les arguments pertinents des révisionnistes. Les médias privés (Golf TV, Canal 3, Radio Tokpa, Golf FM, Soleil FM, Fraternité, etc.) sont conquis par l'opposition et la société civile. Sur ces médias privés, les acteurs de l'opposition tirent à boulet rouge sur le gouvernement et les révisionnistes en dénonçant leurs intentions qu'ils qualifient de diaboliques. Pendant cette période, le Bénin a connu un affrontement verbal excessif. L'objectivité, le respect des règles de déontologie et d'éthique qui doivent caractériser les médias ont déserté le forum. Les injures, les insultes, les mensonges, les menaces sont quotidiennement vécus dans les médias de chaque bord. Par ailleurs, l'influence des médias a été renforcée par celle des leaders d'opinion qui sont devenus de véritables relais dans leurs communautés, dans leurs zones d'influence. Ces leaders d'opinion passent par la radio et la télévision pour diffuser des messages. Dans chaque champ, les leaders d'opinion mettent en place des stratégies de séduction ; parfois, des stratégies de peur pour inciter les populations à soutenir leur cause. Déstructurée, la société civile n'arrive plus à calmer ce différend entre la mouvance au pouvoir et l'opposition. Le médiateur de la république est devenu invisible dans ce débat. La plupart des membres de la société civile ont basculé du côté de l'opposition pour bloquer la volonté ferme de révision de la constitution affichée par le président Thomas Boni YAYI. La tension était à son comble. Le

risque d'embrasement du pays était imminent. La raison et la peur de la guerre civile ont incité chaque champ au calme. Le président Thomas Boni YAYI a abandonné son idée de révision et le calme est revenu.

La communication politique et le fonctionnement des médias n'ont pas été respectueuses des règles qui régissent le domaine des SIC, au Bénin. Il est important que les spécialistes de l'information, de la communication et les acteurs politiques se réunissent pour toiletter les normes qui régissent leurs professions. De même, au-delà du pouvoir en place, il faudrait que la justice puisse s'autosaisir ces genres de problèmes pour que de pareilles situations n'arrivent plus au Bénin.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- BALLE (2011), *Médias et sociétés*, Editions Lextenso, Paris, 876 p.
- BALLE (2006), *Lexique d'information communication*, Editions Dalloz, Paris, 475p.
- BEAUDOIN (2005), *L'opinion, c'est combien?*, Editions Pearson Education, Paris, 237 p.
- BOUGNOUX (2013), *Introduction aux sciences de la communication*, Editions La Découverte, Paris, 124 p.
- BOUGNOUX (1998), *La communication par la bande : introduction aux de l'information et de la communication*, Editions La Découverte, Paris, 281p.
- BOURDIEU (1970), *La reproduction : éléments pour une théorie du système d'enseignement*, les Editions de Minuit, Paris, 342p.
- BRETON et al. (2009), *L'explosion de la communication*, Éditions La Découverte, Paris, 382 p.
- CABIN (1998), *La communication : Etat des savoirs*, Editions Sciences Humaines, Paris, 462 p.
- CHAMPAGNE (1990), *Faire l'opinion: le nouveau jeu politique*, Les éditions de MINUIT, 276p.
- GAUCHET (2006), *La démocratie contre elle-même*, Les éditions Gallimard, Paris, 254p.
- GOFFMAN (2004), *La mise en scène de la vie quotidienne : les relations en public*, Les éditions de minuit, paris, 372p.
- HABERMAS (1978), *L'espace publique, archéologie de la publicité comme dimension constructive de la société bourgeoise*, Editions Payot, Paris, 322p.
- LETEINTURIER (2009), *Média, information et communication*, Editions Ellipses
- MAIGRET (2010), *Sociologie de la communication et des médias*, Editions Arman Colin, Paris, 288 p.
- MARTTELART (1994), *L'invention de la communication*, Editions La Découverte, Paris, 377 p.
- MARTTELART (2013), *Histoire des théories de la communication*, Editions La découverte, Paris, 124 p.
- MAX (1947), *préface de la constitution à la critique de l'économie politique* , Editions sociale, Paris,
- MUCCHIELLI (2014), *Les sciences de l'information et de la communication*, Editions Hachette, Paris, 281 p.
- PERRET (2005), *Le temps des journalistes : l'invention de la presse en Afrique francophone*, Editions Karthala, Paris, 318p.
- WOLTON (2015), *La communication, les hommes et la politique*, Editions CRNS, Paris, 736p.