

Revue MINERVA NAUKA.KOM



Revue scientifique du Laboratoire d'Etude des Médias, de
l'Information et de la Communication

Scientist Journal of the Laboratory for the Media Study,
Information and Communication

ISSN 2960-6624

N°003, décembre 2024

ISSN 2960-6624
DÉPÔT LÉGAL: 14398
© Revue MINERVA NAUKA.COM et LEMIC,
UAC, Bénin

Revue MINERVA NAUKA.KOM

Revue scientifique du Laboratoire d'Etude des Médias,
de l'Information et de la Communication.



ISSN 2960-6624

CORRESPONDANCES

Les correspondances éditoriales sont adressées à :

La Revue MINERVA /NAUKA.KOM

s/c GBAGUIDI A Jean-Euloge

03 BP 4194 Jéricho Cotonou, (Bénin)

E-mail: vkalu@gouv.bj avec copie à

carmenfifame@yahoo.fr et bkonfo@gmail.com

Éditorial / Editorial

La revue MINERVA NAUKA.KOM est une revue à comité de lecture, spécialisée dans le champ disciplinaire des Sciences de l'Information et de la Communication. Elle est éditée par le Laboratoire d'Etude des Médias, de l'Information et de la Communication (LEMIC) de l'Université d'Abomey Calavi. Elle publie semestriellement (juin et décembre) des articles scientifiques notamment les résultats de recherche originaux, des réflexions analytiques et critiques et des notes biographiques dans les domaines liés à l'Information et à la Communication. Dirigée par Jean-Euloge GBAGUIDI, Ph-D, Professeur Titulaire des Universités du CAMES, enseignant-chercheur à l'Université d'Abomey-Calavi au Bénin, la revue MINERVA NAUKA.KOM est un instrument de développement des Sciences de l'Information et de la Communication en Afrique et dans le monde. Dans ce cadre, elle se donne pour objectif de documenter les informations nouvelles ou nécessaires qui serviront non seulement de guideline aux chercheurs, enseignants-chercheurs et doctorants mais seront de véritables outils d'aide à la décision pour les décideurs politiques, les PTF et les professionnels du domaine des Sciences de l'Information et de la Communication.

The journal MINERVA NAUKA.KOM is a peer-reviewed journal, specialized in the field of Information and Communication Sciences. It is published by the Laboratory for the Study of Media, Information and Communication (LEMIC) of the University of Abomey Calavi. It publishes scientific articles every six months (June and December), including original research results, analytical and critical reflections and biographical notes in fields related to Information and Communication. Directed by Jean-Euloge GBAGUIDI, Ph-D, Full Professor of CAMES, lecturer and researcher at the University of Abomey-Calavi in Benin, the journal MINERVA NAUKA.KOM is an instrument for the development of Information and Communication Sciences in Africa and in the world. Within this framework, it aims to document new or necessary information that will not only serve as a guideline for researchers, teacher-researchers and doctoral students but will also be real decision-making tools for policy makers, TFPs and professionals in the field of Information and Communication Sciences.

Instruction aux auteurs

La structure d'un article à publier dans la revue MINERVA NAUKA.KOM doit respecter les normes d'édition des revues de lettres et sciences humaines dans le Système CAMES (NORCAMES/LSH) adoptées par le CTS/LSH, le 17 juillet 2016 à Bamako, lors de la 38ème session des CCI. Ainsi,

- Pour un article qui est une contribution théorique et fondamentale : Titre, Prénom et Nom de l'auteur, Institution d'attache, adresse électronique, Résumé en Français, Mots clés, Abstract, Key words, Introduction (justification du thème, problématique, hypothèses/objectifs scientifiques, approche), Développement articulé, Conclusion, Bibliographie.

- Pour un article qui résulte d'une recherche de terrain : Titre, Prénom et Nom de l'auteur, Institution d'attache, adresse électronique, Résumé en Français, Mots clés, Abstract, Key words, Introduction, Méthodologie, Résultats et Discussion, Conclusion, Bibliographie.

- Les articulations d'un article, à l'exception de l'introduction, de la conclusion, de la bibliographie, doivent être titrées, et numérotées par des chiffres (exemples : 1. ; 1.1. ; 1.2 ; 2. ; 2.2. ; 2.2.1 ; 2.2.2. ; 3. ; etc.).

- Les passages cités sont présentés en romain et entre guillemets. Lorsque la phrase citant et la citation dépassent trois lignes, il faut aller à la ligne, pour présenter la citation (interligne 1) en romain et en retrait, en diminuant la taille de police d'un point.

- Les références de citation sont intégrées au texte citant, selon les cas, de la façon suivante : (Initiale (s) du Prénom ou des Prénoms de l'auteur. Nom de l'Auteur, année de publication, pages citées) ; Initiale (s) du Prénom ou des Prénoms de l'auteur. Nom de l'Auteur (année de publication, pages citées).

Exemples :

- En effet, le but poursuivi par M. Ascher (1998, p. 223), est « d'élargir l'histoire des mathématiques de telle sorte qu'elle acquière une perspective multiculturelle et globale mathématiciens (...) ».

- Pour dire plus amplement ce qu'est cette capacité de la société civile, qui dans son déploiement effectif, atteste qu'elle peut porter le développement et l'histoire, S. B. Diagne (1991, p. 2) écrit :

Qu'on ne se y trompe pas : de toute manière, les populations ont toujours su opposer à la philosophie de l'encadrement et à son volontarisme leurs propres stratégies de contournements. Celles là, par exemple, sont lisibles dans le dynamisme, ou à tout le moins, dans la créativité dont sait preuve ce que l'on désigne sous le nom de secteur informel et à qui il faudra donner l'appellation positive d'économie populaire.

- Le philosophe ivoirien a raison, dans une certaine mesure, de lire, dans ce choc déstabilisateur, le processus du sous-développement. Ainsi qu'il le dit :

le processus du sous-développement résultant de ce choc est vécu concrètement par les populations concernées comme une crise globale : crise socio-économique (exploitation brutale, chômage permanent, exode accéléré et douloureux), mais aussi crise socio-culturelle et de civilisation traduisant une impréparation sociohistorique et une inadaptation des cultures et des comportements humains aux formes de vie imposées par les technologies étrangères. (S. Diakité, 1985, p. 105).

- Les sources historiques, les références d'informations orales et les notes explicatives sont numérotées en série continue et présentées en bas de page.

- Les divers éléments d'une référence bibliographique sont présentés comme suit : NOM et Prénom (s) de l'auteur, Année de publication, Zone titre, Lieu de publication, Zone Editeur, pages (p.) occupées par l'article dans la revue ou l'ouvrage collectif. Dans la zone titre, le titre d'un article est présenté en romain et entre guillemets, celui d'un ouvrage, d'un mémoire ou d'une thèse, d'un rapport, d'une revue ou d'un journal est présenté en italique. Dans la zone Editeur, on indique la Maison d'édition (pour un ouvrage), le Nom et le numéro/volume de la revue (pour un article). Au cas où un ouvrage est une traduction et/ou une réédition, il faut préciser après le titre le nom du traducteur et/ou l'édition (ex : 2nde éd.).

- Ne sont présentées dans les références bibliographiques que les références des documents cités. Les références bibliographiques sont présentées par ordre alphabétique des noms d'auteur. Par exemple :

Références bibliographiques

- AMIN Samir, 1996, Les défis de la mondialisation, Paris, L'Harmattan.
- AUDARD Cathérine, 2009, Qu'est ce que le libéralisme ? Ethique, politique, société, Paris, Gallimard.
- BERGER Gaston, 1967, L'homme moderne et son éducation, Paris, PUF.
- DIAGNE Souleymane Bachir, 2003, « Islam et philosophie. Leçons d'une rencontre », Diogène, 202, p. 145-151.
- DIAKITE Sidiki, 1985, Violence technologique et développement. La question africaine du développement, Paris, L'Harmattan.

COMITÉ ÉDITORIAL

Directeur de publication : Prof. Jean-Euloge A.
GBAGUIDI

Comité scientifique :

- **GBAGUIDI A. Jean-Euloge**, Professeur Titulaire, Université d'Abomey Calavi, Bénin
- **KRA Raymond**, Professeur Titulaire, Université Félix Houphouët Boigny, Cote d'Ivoire
- **BALIMA S. Théophile**, Professeur Titulaire, Université Josep Ki-Zerbo, Burkina Faso
- **Da CRUZ Maxime**, Professeur Titulaire, Université d'Abomey Calavi, Bénin
- **BADA Médard Dominique**, Professeur Titulaire, Université d'Abomey Calavi, Bénin
- **GBAGUIDI Julien K.**, Professeur Titulaire, Université d'Abomey Calavi, Bénin
- **IMOROU Aboubacar**, Professeur Titulaire, Université d'Abomey Calavi, Bénin
- **HOUNGNIHIN Rock**, Professeur Titulaire, Université d'Abomey Calavi, Bénin
- **HOUSSOU Patrick**, Professeur Titulaire, Université d'Abomey Calavi, Bénin
- **OKRI Pascal**, Professeur Titulaire, Université d'Abomey Calavi, Bénin
- **KAKPO Mahougnon**, Professeur Titulaire, Université d'Abomey Calavi, Bénin
- **AYINAMON Augustin**, Professeur Titulaire, Université d'Abomey Calavi, Bénin

- **KOUTCHADE Innocent**, Professeur Titulaire, Université d'Abomey Calavi, Bénin
- **DODJI Amouzouvi**, Professeur Titulaire, Université d'Abomey Calavi, Bénin
- **AHODEKON Cyriaque**, Professeur Titulaire, Université d'Abomey Calavi, Bénin
- **OGOUWALE Euloge**, Professeur Titulaire, Université d'Abomey Calavi, Bénin
- **TENTE Brice**, Professeur Titulaire, Université d'Abomey Calavi, Bénin
- **CLEDJO Placide**, Professeur Titulaire, Université d'Abomey Calavi, Bénin
- **GBAGUIDI Noel**, Professeur Titulaire, Université d'Abomey Calavi, Bénin

Rédacteur en chef :

Dr KALU Victor

Secrétaire de rédaction :

Dr TOUDONOU Carmen

Comité de lecture

- **Dr FOURN Elisabeth**, Professeure titulaire, Université d'Abomey calavi
- **Dr GBAGUIDI Célestin**, Professeur titulaire, Université d'Abomey calavi
- **Dr YEBOU Raphaël**, Professeur titulaire , Université d'Abomey calavi
- **Dr DECHACUS Sylvie**, Professeure titulaire, Université d'Abomey calavi

- **Dr BALIMA Dimitri Régis**, Maître de Conférences, Université Joseph Ki-Zerbo, Burkina Faso
- **Dr KPAKPO-LODONOU Afiwa Pépévi**, Maître de Conférences, Université de lomé, Togo
- **Dr N'DAH Didier**, Maître de Conférences, Université d'Abomey calavi
- **Dr AGBOTON Florentine**, Maître de Conférences, Université d'Abomey calavi
- **Dr LIGAN Charles**, Maître de Conférences, Université d'Abomey calavi
- **Dr HOUNZANGBE Marcelin**, Maître de Conférences, Université d'Abomey calavi
- **Dr ZIME YERIMA Idrissou**, Maître de Conférences, Université d'Abomey calavi
- **Dr AFFOIGNON Patrick**, Maître de Conférences, Université d'Abomey calavi
- **Dr AHOUANDJINOU Geraud**, Maître de Conférences, Université d'Abomey calavi
- **Dr BONOU-GBO Zakiath**, Maître Assistant, Université d'Abomey calavi
- **Dr MAHOUSI Wenceslas**, Maître-Assistant, Université d'Abomey calavi
- **Dr FATON Laurent De Laure**, Maître Assistant, Université d'Abomey calavi
- **Dr BEREPA Ousmane**, Maître Assistant, Université d'Abomey calavi

SOMMAIRE

- **Cheikh NDIAYE**
Rôle de l'auto-efficacité perçue dans le comportement de communication scientifique des chercheur.e.s en SHS 13

- **Mesmin Jespenlaven ADISSO & Jean-Euloge GBAGUIDI**
Régulation des médias face à la liberté de la presse et de la communication au Bénin 39

- **Lambert Romuald OKOTI**
Une sociopolitique de la télévision publique au Congo 69

- **Olouyomi Yannick TCHANGO, Wenceslas MAHOUSI & Eugène ALLOSSOUKPO**
Discours numériques et séduction de l'e-espace public : analyse de cas du chroniqueur masqué « Frère Hounvi » au Bénin 115

- **Sanvi Edgard COUAO-ZOTTI & Jean-Euloge GBAGUIDI**
Le vodoun peut-il contribuer à préserver les ressources en eaux de surface au Bénin ? 153



Discours numériques et séduction de l'e-espace public : analyse de cas
du chroniqueur masqué « Frère Hounvi » au Bénin
**Olouyomi Yannick TCHANGO, Wenceslas MAHOUSI & Eugène
ALLOSSOUKPO**

**Discours numériques et séduction de l'e-espace
public : analyse de cas du chroniqueur masqué
« Frère Hounvi » au Bénin**

**Digital discourse and the seduction of public e-space:
a case study of the masked columnist “Frère Hounvi”
in Benin**

**Olouyomi Yannick TCHANGO¹, Wenceslas
MAHOUSI² & Eugène ALLOSSOUKPO³**

¹Observatoire des Sciences de l'Information et de la
Communication (ObsIC)

^{2,3} Université d'Abomey-Calavi, Bénin

Auteur correspondant : gmahoussi@gmail.com



Discours numériques et séduction de l'e-espace public : analyse de cas
du chroniqueur masqué « Frère Hounvi » au Bénin
Olouyomi Yannick TCHANGO, Wenceslas MAHOUSI & Eugène
ALLOSSOUKPO

**Discours numériques et séduction de l'e-espace
public : analyse de cas du chroniqueur masqué
« Frère Hounvi » au Bénin**

**Digital discourse and the seduction of public e-space:
a case study of the masked columnist “Frère Hounvi”
in Benin**

Olouyomi Yannick TCHANGO

Attaché de recherche, Observatoire des Sciences de
l'Information et de la Communication (ObsIC)
yannicktchango@gmail.com

Wenceslas MAHOUSI

Maître-Assistant en Sciences de l'Information et de la
Communication
Université d'Abomey-Calavi, Bénin
gmahoussi@gmail.com

Eugène ALLOSSOUKPO

Docteur en Information, Communication et Médias
Université d'Abomey-Calavi, Bénin
gabr.emmal@gmail.com

Résumé

L'utilisation anonyme des services Internet est devenue une pratique courante pour éviter la surveillance politique et se faire entendre. Elle favorise une nouvelle dynamique dans la production et la diffusion des discours. Cet article analyse comment « Frère Hounvi », un chroniqueur anonyme opposant béninois, s'approprie le numérique et les procédés de persuasion pour séduire l'e-espace public. Pour ce faire, la méthode utilisée a d'abord consisté à identifier et à suivre de près les interactions sur les différents canaux digitaux qu'il utilise pour la diffusion de son discours. Ensuite, un échantillon de six (06)



chroniques a été sélectionné de façon aléatoire parmi les 170 disponibles sur Facebook. Après codification, elles ont été auditées et transcrites pour obtenir les textes nécessaires à l'analyse. Parallèlement, un échantillon de 100 abonnés a été tiré au hasard et invité à répondre à un court questionnaire via Messenger, avec un taux de réponse de 80 %. Les résultats collectés ont été analysés à partir de la théorie des médias sociaux selon Kaplan & Haenlein (2010) et des techniques de persuasion développées par Cialdini (1984). L'analyse démontre que le chroniqueur anonyme « Frère Hounvi » exploite Facebook, WhatsApp et YouTube pour diffuser un contenu captivant. Il fait usage des six techniques de persuasion énoncées par Cialdini (1984), à savoir la réciprocité, la rareté, la sympathie, la preuve sociale, l'engagement et la cohérence, ainsi que l'autorité pour séduire son auditoire. L'étude révèle aussi que le niveau soutenu du discours numérique du personnage masqué « Frère Hounvi », est tributaire de sa volonté de toucher les élites du pays, sachant que ces derniers sont des leaders d'opinion au niveau de leur communauté..

Mots clés : *Discours, numérique, e-espace, persuasion, Bénin*

Abstract

Anonymous use of Internet services has become a common practice for avoiding political surveillance and making oneself heard. This encourages a new dynamic in the production and dissemination of discourse. This article analysis how "Frère Hounvi" an anonymous columnist and opposition politician from Benin, appropriates digital technology and persuasion to seduce the public e-space. To do this, the method used consisted firstly of identifying and closely monitoring interactions on the various digital channels he uses to disseminate his discourse. Next, a sample of six columns was selected at random from the 170 available on Facebook. After coding, they were audited and transcribed to obtain the texts needed for the analysis. At the same time, a sample of 100 subscribers was randomly selected and invited to answer a short questionnaire via Messenger, with an 80% response rate. The results were analysed on the basis of social media theory according to Kaplan & Haenlein (2010) and persuasion techniques developed by Cialdini (1984). The analysis



shows that the anonymous columnist 'Frère Hounvi' uses Facebook, WhatsApp and YouTube to disseminate captivating content. He uses the six persuasion techniques set out by Cialdini (1984), namely reciprocity, scarcity, likeability, social proof, commitment and consistency, as well as authority to win over his audience. The study also reveals that the sustained level of digital discourse of the masked character 'Frère HOUNVI' depends on his desire to reach the country's elites, given that they are opinion leaders in their communities.

Key words: *Discourse, digital, e-space, persuasion, Benin*

Introduction

La célèbre affirmation de P. Watzlawick (1972) « On ne peut pas ne pas communiquer » (Cité par B. Asdourian, 2023, p.19), souligne l'inévitabilité de la communication dans toute interaction humaine. Avec l'avènement d'Internet et des technologies numériques, ce principe a pris une nouvelle dimension. Aujourd'hui, chaque action ou inaction en ligne est interprétée comme une forme de communication. Internet met à disposition des citoyens une panoplie de services à utilisation très ouverte. Pour certains, cela représente une opportunité de s'exprimer librement et de contourner les restrictions, parfois en tout anonymat. Ainsi, l'utilisation des services Internet de manière anonyme pour échapper au pouvoir politique est-elle devenue une pratique courante dans de nombreux contextes, notamment dans les régimes autoritaires où la liberté d'expression et d'information est restreinte. Cette anonymité en ligne permet aux individus de contourner la censure, de s'organiser discrètement, et de diffuser des idées ou des informations sensibles sans crainte de



répercussions directes de la part des autorités. En conséquence, « Les divers outils mis à la disposition des internautes leur permettent d'explorer, de négocier, d'exprimer leur identité [...] » De plus, l'espace public numérique est également caractérisé par l'élargissement de la prise de parole et l'incorporation des conversations privées dans le public » (D. Cardon, 2010 cité par F. Badeau, 2014, p.9). De la sorte, les médias sociaux jouent un rôle important dans la formation et la diffusion de l'opinion publique. Interrogeant cette réalité dans l'environnement de l'internet chinois, A. Feng (2012) déclare que « le développement de l'internet a bouleversé les anciennes règles de la communication en Chine, en libérant quelque peu la parole critique, publiquement exprimée. L'internet chinois est donc assimilé à un espace public, puisque des opinions publiques sont exposées sur des forums ouverts au public. » (A. Feng, 2012, p.60). Il ajoute qu'en réponse à cette réalité, le gouvernement a lancé un projet visant à réguler l'information. Depuis lors, un jeu du chat et de la souris s'est instauré entre les autorités et les internautes. D'un côté, les autorités adoptent une approche offensive et répressive, tandis que les internautes mettent en place des stratégies défensives et de contournement pour faire face à ces efforts de contrôle (A. Feng, 2012, p.61). Cette réalité se lit également dans le contexte africain francophone et particulièrement béninois. Dans cette veine, la question centrale de cette analyse est la suivante : Quelles techniques utilise le chroniqueur anonyme « Frère Hounvi » pour élaborer son discours afin de séduire l'e-espace public béninois ? Elle donne lieu à trois questions



spécifiques à savoir : Quelles sont les principales plateformes numériques utilisées par « Frère HOUNVI »¹ pour diffuser son discours numérique ? En quoi les motivations des abonnés, en particulier sur Facebook, les poussent à interagir avec les contenus du chroniqueur anonyme ? Comment le chroniqueur anonyme « Frère HOUNVI » utilise les stratégies discursives pour capter et maintenir l'attention de son public en ligne ? A la suite des questions de recherche, l'hypothèse principale qui sous-tend cette étude est que l'efficacité du chroniqueur anonyme « Frère HOUNVI » dans la mobilisation des internautes béninois repose en grande partie sur son utilisation stratégique des réseaux sociaux et des principes de persuasion pour l'élaboration de son discours tels que développés par R. Cialdini (1984). Il s'articule autour de trois hypothèses spécifiques à savoir :

- le chroniqueur « Frère HOUNVI » privilégie certaines plateformes numériques pour la diffusion de son discours numérique en raison de leur caractéristique et usage par les internautes au Bénin ;
- les abonnés de « Frère HOUNVI » sont incités à s'engager avec son contenu en raison de leur identification à ses idées politiques et de leur recherche d'un espace de débat politique ouvert et direct ;

¹ « Frère Hounvi » est le nom qu'il s'est lui-même donné et l'identité numérique que portent ses pages sur les réseaux sociaux numériques.



- « Frère HOUNVI » utilise des stratégies discursives telles que l'emploi de provocations, la satire politique et la personnalisation de ses messages pour créer un lien direct avec son audience, suscitant ainsi l'engagement et la fidélité de son public.

Dès lors, l'objectif de la présente étude est d'explorer les mécanismes par lesquels le chroniqueur anonyme et opposant politique béninois « Frère HOUNVI » parvient à capter et à maintenir l'attention de son public en ligne. Il s'agit spécifiquement d'identifier en premier lieu les plateformes numériques, notamment les réseaux sociaux, utilisées par « Frère HOUNVI » pour diffuser son discours numérique. Ensuite, analyser les motivations qui incitent les abonnés de « Frère HOUNVI », en particulier sur Facebook, à s'engager avec son contenu. Enfin étudier les discours du chroniqueur anonyme et opposant politique béninois « Frère HOUNVI » pour l'identification des stratégies discursives par lesquels il parvient à capter et à maintenir l'attention de son public en ligne.

1. Cadre Théorique

Cette section du travail vise à établir les fondements théoriques et méthodologiques qui soutiennent cette recherche. Elle s'articule autour de la clarification des concepts clés utilisés et des approches théoriques exploitées pour analyser le phénomène étudié.



1.1. Clarification conceptuelle

Dans le contexte de cette étude, il est nécessaire d'élucider les concepts suivants : discours numériques, e-espace public, et chroniqueur masqué.

- **Discours Numériques**

Dans une perspective étendue, le terme « discours numérique » désigne les échanges verbaux ou écrits qui se manifestent à travers les plateformes numériques telles qu'Internet et les réseaux sociaux. Ce discours se distingue par sa capacité à se propager rapidement et à toucher un large public, souvent de manière anonyme. Pour E. Demoulin (2023, p.01),

le discours numérique est cette forme de communication qui implique l'utilisation des outils numériques pour communiquer et partager des informations. Cela peut inclure les médias sociaux, les sites web, les e-mails, les téléconférences et d'autres canaux numériques. Les participants peuvent être des individus, des groupes ou des organisations qui utilisent ces outils dans le but de se faire entendre et d'atteindre des objectifs communicatifs.

Pour rappel, historiquement, le concept de « discours » évoque l'art de s'exprimer de manière méthodique sur un sujet ou de converser sur divers thèmes, parfois sans profondeur significative (H. Balzac, 1824). Cependant, dans le contexte numérique contemporain, ce discours revêt une dimension particulière. Il ne se limite pas à une simple conversation étendue, mais constitue également un espace où les utilisateurs ont la possibilité de s'exprimer de manière proluxe, parfois excessive ou lassante, sans



nécessairement viser une interaction approfondie, ce qui se rapproche de la notion de discourir inutilement (S. Beauvoir, 1954). Cette évolution illustre le passage d'un discours structuré et méthodique à un flux de communication plus spontané et souvent dénué de formalité, rendu possible par les outils qu'offre le numérique. Dans cette dynamique, pour D. Djilé et al. (2024, p.1), « les discours numériques natifs (désormais DNN) ou technodiscours sont des énoncés élaborés et diffusés originellement en ligne, notamment sur les réseaux sociaux numériques et dans tous les lieux numériques (sites web, blogs, applications, etc.) qui accueillent des productions discursives dans une dynamique interactionnelle. ». Le discours numérique permet à divers acteurs, qu'ils soient individuelle ou collectif, d'exprimer leurs idées, de diffuser des informations et d'interagir à travers des outils numériques. Une forme spécifique, les discours numériques natifs (DNN), se distingue par son ancrage dans les plateformes en ligne, notamment les réseaux sociaux numériques et les blogs, avec une forte dimension interactive. Ce mode de communication, loin de se limiter à une simple adaptation du discours traditionnel, incarne une évolution majeure caractérisée par sa rapidité, son ampleur et son caractère informel.

- **L'e-espace public**

Le concept d'espace public provient de la théorie politique de la démocratie de Jürgen Habermas (1962). Il s'articule autour de deux aspects clés. D'une part, l'espace public désigne la sphère sociale où les échanges entre citoyens



aboutissent à la formation de l'opinion publique. D'autre part, il constitue un cadre où les citoyens peuvent s'unir pour former une force politique, capable de défier les pouvoirs privés ou d'exercer une pression sur l'État. Ainsi, l'e-espace public ou l'espace public en ligne peut être défini comme une extension numérique de l'espace public traditionnel, où les interactions et échanges entre individus se déroulent sur des plateformes numériques telles que les réseaux sociaux, forums, blogs et autres espaces de discussion virtuelle. À l'image de la conception d'Habermas, cet espace en ligne permet aux citoyens de communiquer, de débattre et de partager des opinions, contribuant ainsi à la formation de l'opinion publique. De plus, cet espace offre également la possibilité aux citoyens de s'organiser en collectifs ou mouvements politiques, et de mobiliser des actions en ligne afin d'influencer les décisions politiques ou de contester les pouvoirs privés. Il est caractérisé par une accessibilité élargie, mais aussi par une polarisation et une segmentation des audiences.

- **Chroniqueur anonyme**

Le terme chroniqueur remonte au Moyen Âge et fait référence à ceux qui rapportent les faits historiques de manière continue, souvent appelés *chroniqueurs médiévaux*. Ces individus jouaient un rôle incontournable dans la documentation des événements historiques, comme l'illustre Guizot en mentionnant « un intervalle immense » entre les chroniqueurs des premières croisades et les historiens des périodes ultérieures (M. Guizot, 1828). En outre, par extension, le terme s'applique à différentes figures de la communication. D'une manière



plus rare, un chroniqueur peut être celui qui relaie des propos, souvent médisants, à propos d'événements ou de personnes, se rapprochant ainsi de la figure du *rapporteur* de rumeurs, qu'elles soient vraies ou fausses (Ponson du Terrail, 1859). Aujourd'hui, le chroniqueur désigne surtout quelqu'un qui rédige des articles pour la presse écrite ou audiovisuelle, et qui est spécialisé dans un domaine précis (littérature, sport, politique, etc.). Dans ce sens moderne, il est un acteur clé dans la production d'opinion publique et rend compte des événements ou des phénomènes contemporains. Un exemple classique est donné par Zola, qui décrit un personnage gagnant sa vie dans le journalisme en tant que chroniqueur et critique d'art (E. Zola, 1886). En considérant le champ sémantique précédent, le terme chroniqueur anonyme prend une signification particulière. Il désigne une personne qui, à l'instar du chroniqueur traditionnel qui consigne des faits ou des événements, participe activement à la discussion publique en ligne sans révéler son identité. Comme le définit le Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales (CNRTL), un chroniqueur est « celui qui rédige des articles pour un journal ou une revue, qui assure une émission radiophonique ou télévisée, et qui est spécialisé dans un domaine particulier ». Dans l'espace en ligne, le chroniqueur anonyme peut être un acteur influent dans la formation de l'opinion publique, tout en conservant son anonymat, ce qui peut permettre une plus grande liberté d'expression, mais aussi soulever des questions de responsabilité. A partir de ce fait, « Frère Hounvi » peut être considéré comme un chroniqueur politique au regard de son engagement politique qui fait de lui un opposant



politique au régime en place. Les dénonciations et la volonté de dévoiler les prétendues pourritures de la République en sont une illustration.

1.2. Approches théoriques

Dans le cadre de l'analyse des discours numériques et de leur impact sur l'e-espace public, il est pertinent de recourir à deux théories complémentaires : la théorie des médias sociaux développée par Kaplan et Haenlein (2010) et les techniques de persuasion élaborées par R. Cialdini (1984).

- **La Théorie des médias sociaux selon Kaplan et al. (2010)**

La théorie des médias sociaux développée par Kaplan et Haenlein (2010) constitue un cadre analytique particulièrement pertinent pour examiner les dynamiques d'interaction au sein des plateformes numériques. Selon cette théorie, les médias sociaux facilitent la création, le partage et l'échange de contenu par les utilisateurs, entraînant ainsi une transformation profonde des modes de communication et d'interaction entre individus. Kaplan et Haenlein (2010) identifient plusieurs caractéristiques essentielles des médias sociaux, telles que l'interactivité, la participation active des utilisateurs, et la formation de réseaux sociaux. Ces caractéristiques exercent une influence considérable sur les dynamiques sociales et économiques en favorisant l'émergence de nouvelles formes de communication, la constitution de communautés en ligne, et la reconfiguration des relations sociales. La théorie met en exergue le rôle prépondérant



des utilisateurs dans la production et la diffusion de contenu, ainsi que leur capacité à influencer les comportements collectifs et individuels au sein de l'écosystème numérique. Ainsi, cette théorie constitue-t-elle un outil analytique précieux pour étudier l'impact des médias sociaux sur la société contemporaine. Cette approche rime en partie avec l'effet hypodermique des médias d'H. Lasswell (1927) qui considère les médias comme des outils puissants et capables d'« injecter » des idées dans un public considéré comme faible, passif et susceptible d'être influencé par un message.

- **Les Techniques de persuasion Cialdini (1984)**

Cialdini (1984) définit six principes clés pour influencer les comportements humains. La réciprocité suggère que les gens rendent les faveurs reçues, favorisant la fidélité. La rareté indique que la valeur perçue augmente pour les biens perçus comme rares. L'autorité affirme que les recommandations d'experts sont plus suivies. La cohérence montre que les individus préfèrent agir conformément à leurs engagements passés. La preuve sociale révèle que les gens imitent les comportements majoritaires, tandis que la sympathie indique que les gens sont plus réceptifs à ceux qu'ils trouvent sympathiques. Ces principes aident à comprendre comment les discours numériques influencent les attitudes et les comportements des internautes. D'autre part, il est important de noter que les techniques de persuasion proposées par Cialdini s'appliquent plus à la publicité. De ce fait, une bonne utilisation de ces techniques est capable d'aider à faire la publicité de son discours numérique.



La combinaison de la théorie des médias sociaux selon Kaplan et al. (2010) et les techniques de persuasion développées par Cialdini (1984) est capable de faciliter une compréhension approfondie des mécanismes discursifs et techniques employés par « Frère Hounvi » pour séduire et mobiliser l'e-espace public.

2. Démarche Méthodologique

Cette recherche est de nature mixte. Elle croise les données quantitatives et qualitatives. A cet effet, la méthodologie employée part de l'identification et du suivi détaillé des interactions au niveau des divers canaux digitaux utilisés pour la diffusion du discours du chroniqueur. La première étape a consisté à analyser les interactions sur ces canaux afin de comprendre leur dynamique. Par la suite, nous avons sélectionné un échantillon de six (06) chroniques parmi les 170 produits par le chroniqueur, au hasard sur Facebook. Nous avons attribué un code à chacun. Ainsi, le code Ch1 a été attribué à la chronique du 31 juillet 2024. Le code Ch2 correspond à la chronique du 24 juillet 2024. Le code Ch3 est associé à la chronique du 1er juin 2024. Quant au code Ch4, il a été assigné à la chronique du 15 décembre 2023. Le code Ch5 se rapporte à la chronique du 9 novembre 2023, et enfin, le code Ch6 désigne la chronique du 31 décembre 2022. Après la codification, il y a l'audition et la transcription pour l'obtention des textes des chroniques à analyser.

Pour explorer les motivations des abonnés, nous avons tiré par mode aléatoire 100 abonnés de la page Facebook du



chroniqueur. Un court questionnaire leur a été envoyé via Messenger, et nous avons obtenu 80 réponses. Les réponses ont été traitées manuellement et classées en fonction des centres d'intérêt des abonnés. Les données collectées ont été analysées en utilisant la théorie des médias sociaux développée par A. Kaplan & M. Haenlein (2010) ainsi que les techniques de persuasion proposées par R. Cialdini (1984).

3. Résultats

La présentation des résultats se fait en deux étapes. La première étape met l'accent sur les données quantitatives et la deuxième est réservée aux données qualitatives.

3.1. Données quantitatives

Les données quantitatives utilisées dans cette étude concernent l'appropriation des réseaux sociaux et les motivations des abonnés du chroniqueur anonyme sur Facebook.

3.1.1. Résultats liés à l'utilisation des réseaux sociaux par « Frère Hounvi »

Les données collectées sur l'usage des médias sociaux par le chroniqueur anonyme « Frère Hounvi » mettent en évidence son recours stratégique à trois principales plateformes pour la diffusion de son discours numérique : Facebook, YouTube et WhatsApp (groupe). Facebook émerge comme la plateforme la plus active avec 76 000 abonnés et 170 publications. Cette popularité suggère une forte adhésion des internautes et une fréquence de publication régulière. En comparaison, YouTube, bien que



moins suivi avec 1 800 abonnés, présente un nombre de publications limité (9), indiquant une stratégie de contenu potentiellement plus sélective et espacée. Depuis la création de la page « Label Frère Hounvi » en avril 2023, celle-ci a accumulé 37 597 vues. WhatsApp (groupe), quant à lui, compte 1 000 abonnés, avec un nombre de publications identique à celui de Facebook (170). Malgré l'absence de données chiffrées précises sur le partage des contenus, les observations montrent que les chroniques diffusées sur cette plateforme sont largement relayées au sein d'autres groupes WhatsApp.

Concernant les données spécifiques aux interactions sur Facebook, nous n'avons pas pu obtenir les statistiques globales sur le nombre de visiteurs en raison de restrictions liées à l'algorithme de la plateforme. Néanmoins, il est notable que le taux de lecture des chroniques varie significativement, oscillant entre 10 000 et 50 000 vues, en fonction de la pertinence des sujets abordés et de l'intérêt manifesté par les abonnés. Ces variations témoignent de la capacité du chroniqueur à adapter son contenu en fonction des attentes de son audience, maximise ainsi l'engagement sur certaines thématiques.

3.1.2. Résultats liés aux motivations des abonnés du chroniqueur anonyme sur Facebook

L'exploration des motivations des abonnés de la page du chroniqueur anonyme « Frère Hounvi » s'est concentrée exclusivement sur les utilisateurs de Facebook. Sur un échantillon de 100 abonnés, 80 ont répondu à l'enquête. Les résultats obtenus mettent en lumière les principales



raisons qui incitent les internautes à suivre ce chroniqueur, identifié sous le pseudonyme « Frère Hounvi », sur cette plateforme. Les données révèlent que certaines caractéristiques de son contenu jouent un rôle déterminant dans l'attraction et la fidélisation de son audience.

Les motivations les plus unanimement partagées par les abonnés sont l'éloquence linguistique, la fréquence de publication, la pertinence des sujets abordés, la conformité aux tendances et l'accessibilité, qui affichent toutes un taux de satisfaction de 100 %. Cela montre que les abonnés sont particulièrement sensibles à un discours bien articulé, publié régulièrement, et en phase avec les sujets d'actualité, tout en étant facilement accessible à un large public.

L'émotion et le storytelling (97,5 %) se révèlent également être des leviers importants dans l'engagement des abonnés. La capacité de « Frère Hounvi » à raconter des histoires captivantes et à susciter des émotions fortes renforce l'adhésion de son public. L'aspect visuel et multimédia, avec un score de 92,5 %, est aussi un facteur non négligeable, indique que l'utilisation d'éléments visuels accroît l'attractivité de ses publications.

En revanche, la personnalisation du contenu (71,25 %) est moins plébiscitée. Cela suggère que bien qu'importante, elle n'est pas le principal moteur de l'engagement des abonnés. L'authenticité et la crédibilité du chroniqueur (85 %) ainsi que l'engagement communautaire (86,25 %) jouent également un rôle notable dans le maintien de la confiance et de l'interaction avec son audience, bien qu'ils



ne soient pas autant déterminants que les critères linguistiques ou thématiques.

Il est évident que les internautes suivent le chroniqueur anonyme «Frère Hounvi » principalement en raison de la qualité de son discours, de sa régularité, et de sa capacité à traiter de sujets pertinents et actuels, tout en suscitant des émotions. Ces résultats soulignent l'importance de l'éloquence, de la fréquence de publication et de la connexion émotionnelle dans le succès de son discours numérique auprès des abonnés.

3.2. Données qualitatives

Les données qualitatives de ce travail touchent à la sémantique de l'identité numérique des pages des médias sociaux utilisés par le chroniqueur anonyme et à l'analyse des chroniques choisis au hasard.

3.2.1. Sémantique de l'identité numérique des pages sociales

L'expression « Frère Hounvi » est une identité fictive, mais porteuse de sens profond. Ce pseudonyme est une combinaison de deux mots issus de langues différentes : le français et le Fon², une langue parlée au Bénin.

² Le fon, également connu sous le nom de fõngbè ou dahoméen, est une langue véhiculaire utilisée au Bénin, au Nigeria et au Togo. Elle a été largement étudiée dans les domaines de la phonologie, du lexique et de la syntaxe. Cette langue fait partie du groupe gbe, qui appartient à la famille des langues nigéro-congolaises. Au Bénin, le fon est l'une des langues les plus parlées, particulièrement dans le sud du pays, et une part importante de la population l'utilise.



Le premier terme, « frère » employé dans cette identité provient du latin *frater*, qui signifie « celui qui est né du même père et de la même mère ». Originellement, il désignait un lien biologique direct, qu'il soit consanguin (par le père) ou utérin (par la mère). Cependant, ce mot a évolué pour inclure des relations symboliques et sociales. Aujourd'hui, « frère » peut désigner une personne avec qui l'on partage une profonde amitié ou des valeurs communes, sans nécessairement avoir de lien de sang. Dans la littérature et la symbolique, il fait également référence à des entités partageant des caractéristiques communes.

Le second terme, « Hounvi », est formé de deux syllabes issues du Fon : « Houn », qui signifie « sang », et « vi », qui signifie « enfant ». La combinaison de ces deux syllabes donne le sens de « enfant du sang ». Ainsi, l'expression « Frère Hounvi » se traduit-il littéralement par « frère enfant du sang ». Par extension, « Hounvi » signifie « enfant du couvent » car « houn » est appelé aussi couvent.

Cette combinaison de mots suggère une identité à la fois symbolique et culturelle, liant la fraternité universelle à un héritage sanguin et traditionnel. Toutefois, pour mieux comprendre la signification profonde de ce nom fictif, il est utile de considérer l'identité en ligne associée à « Frère Hounvi », notamment sur sa page Facebook et son groupe WhatsApp, où l'on trouve l'intitulé « Frère Hounvi, média de combat ». Cette expression laisse entendre que « Frère Hounvi » se positionne comme un combattant engagé. Or qui dit combat doit nécessairement s'attendre au sang. La



question qui émerge est de savoir en quoi consiste ce combat et de quelle manière il est conduit. Pour y répondre, une analyse approfondie des chroniques et des contenus publiés sous le pseudonyme « Frère Hounvi » s'avère nécessaire. C'est à travers ces productions que se dévoile la véritable nature du combat qu'il mène.

3.2.2. Techniques de persuasion utilisées dans les chroniques de « Frère Hounvi »

L'identification des techniques de persuasion utilisées dans les chroniques de « Frère Hounvi » dans le cadre de ce travail de recherche est réalisée à partir des techniques de persuasion développées par R. Cialdini (1984). Le travail consiste à repérer les signes de l'utilisation des principes de réciprocité, de rareté, d'autorité, de cohérence, de preuve sociale et de sympathie dans son discours.

- **Signes de l'usage de la réciprocité par le chroniqueur anonyme « Frère Hounvi »**

Le chroniqueur anonyme « Frère Hounvi » utilise habilement la technique de réciprocité, telle que décrite par Robert Cialdini, pour inciter ses abonnés à s'engager contre les injustices. Cette technique repose sur le principe selon lequel offrir quelque chose encourage à obtenir un retour favorable. Dans la première chronique choisie dans le cadre de cette étude, il commence par provoquer une introspection chez ses lecteurs en les confrontant à leur propre inaction face aux injustices. Il écrit : « Je conseille à chacun de se munir d'un miroir. En y fixant le regard, je suis sûr que chacun y verra le reflet de celui qui face aux injustices n'a jamais eu le courage de dire non » (Ch 1). Ce passage instille un sentiment de culpabilité et crée une



dette morale que les lecteurs ressentiront le besoin de combler. Pour renforcer ce sentiment de dette, « Frère Hounvi » fournit parfois des informations exclusives. Par exemple, il révèle : « Une enquête du Parquet parisien vient de conduire à l'arrestation de plusieurs membres de sa famille dans leur domicile français pour soupçon de blanchiment de capitaux et de biens mal acquis en relation directe avec l'actuel président béninois » (Ch 2). Ce partage d'informations confidentielles crée une dette psychologique capable de pousser les lecteurs à suivre ses publications pour obtenir d'autres révélations similaires. En parallèle, il fait appel à une figure légendaire béninoise surnommée « le caméléon » grâce au partage de sa devise historique : « La branche, jamais ne se brise au passage feutré du caméléon » (Ch 3). Ce geste offre une sagesse historique et émotionnelle qui génère un sentiment de dette intellectuelle chez ses lecteurs. Le chroniqueur dévoile des détails internes sur les tensions entre Patrice Talon et Olivier Boco : « Les voyages de talent Patrice à l'extérieur du pays ne sont plus de tout repos. Selon mes sources, ils demandent systématiquement au service compétent de garder un œil sur Olivier BOCO ses proches parents et ses principaux collaborateurs » (Ch 4). En fournissant ces informations internes, il crée aussi une dette psychologique, incitant les lecteurs à rester engagés pour d'autres révélations. « Frère Hounvi » renforce le lien émotionnel en exposant les manœuvres politiques de Guillaume Athanase et la réductibilité de Boco : « Ce que Guillaume Athanase redoute le plus, c'est surtout l'apparente mainmise de son compère sur certains magistrats... L'homme a une capacité de nuisance qui le



rend pour l'instant intouchable » (Ch 4). Ce partage d'informations sensibles renforce la confiance des lecteurs et leur engagement envers le chroniqueur.

Il ajoute un indice mystérieux : « À ceux qui en ont besoin, je laisse un indice supplémentaire. Notez, le caméléon, malheureusement, fut frappé d'une malédiction. Aux grands hommes, jamais Dieu ne donne d'illustres enfants » (Ch 3). En éveillant la curiosité, il incite les lecteurs à s'engager activement pour résoudre l'énigme, créant ainsi une forme de réciprocité implicite. Enfin, il appelle à une action collective contre un « fils indigne » ayant trahi l'héritage du « caméléon » : « Le garçon, fils de la trahison, sa seule ligne de conduite, et il trahit d'abord son propre père » (Ch 3). Cette déclaration suscite l'indignation et le désir de justice, renforçant la motivation des lecteurs à soutenir sa cause en raison de la dette morale ressentie. Il renforce son appel par l'établissement des liens de solidarité fraternelle. Car, il évoque Reckya Madougou³, qu'il appelle « notre sœur », et rappelle les services passés rendus par elle : « Qu'avez-vous fait de Reckya Madougou, notre sœur, celle chez qui il vous était aisé de

³ Reckya Madougou, née le 30 avril 1974, est une personnalité politique influente du Bénin. Elle a occupé plusieurs postes clés, notamment ministre de la Microfinance et ministre de la Justice, ainsi que porte-parole du gouvernement sous la présidence de Boni Yayi. En 2016, elle devient conseillère spéciale du président togolais Faure Gnassingbé. En 2021, elle tente de se présenter à l'élection présidentielle béninoise en tant que candidate du parti d'opposition « Les Démocrates », mais sa candidature est rejetée. Accusée de terrorisme et d'association de malfaiteurs, elle est arrêtée en mars 2021 et condamnée à 20 ans de prison.



défiler à l'époque bénie où son carnet d'adresses valait de l'or ? » (Ch 1). Ce passage met en lumière l'obligation de réciprocité, souligne que Madougou mérite soutien et action en retour pour ses contributions passées. Le chroniqueur promet également une réhabilitation morale et une reconnaissance pour ceux qui s'engageront. Il déclare aussi : « À Thibaut Ogou, mon frère de combat qui, malgré les années de détention, n'a rien perdu de sa volonté à défendre les droits du peuple, nous sommes fiers de toi » (Ch 1). Par cette déclaration, Hounvi associe le combat pour la justice à la dignité et au respect et offre un cadre où l'action devient une récompense morale en soi.

En parallèle, Hounvi établit un lien émotionnel en appelant ses lecteurs à la vigilance et à l'unité nationale : « Chers compatriotes, restez vigilants et unis face aux défis nationaux » (Ch 2). Il utilise des expressions telles que « honte pour notre pays » pour intensifier le sentiment d'appartenance et d'engagement, renforçant ainsi la réciprocité émotionnelle. Il utilise également la promesse de révélations futures pour maintenir l'intérêt de ses lecteurs : « Voilà une question à laquelle nous essaierons de répondre un peu plus tard dans de prochaines chroniques » (Ch 2). Ce suspense pousse les lecteurs à suivre ses publications pour découvrir la suite, renforçant le retour attendu pour le contenu offert.

Il critique le gouvernement béninois avec des exemples concrets : « Qu'il nous fasse le point de la dette béninoise qui sous son magistère aura enflé telle une poignée de gari au fond d'un verre d'eau fraîche. Qu'il nous fasse le point de l'aéroport fantôme... » (Ch 4). Cette critique acerbe



donne l'impression d'un accès à des analyses approfondies, créant un sentiment de gratitude chez les lecteurs et les incite à continuer à suivre ses critiques.

Il se positionne comme la voix des « laissés-pour-compte » : « Je les appelle les "néoprécaires zombifiés". Le chômage de masse est devenu un dénominateur commun à la jeunesse béninoise » (Ch 4). « Frère Hounvi » par cet acte construit une relation de solidarité avec ses lecteurs. Cette réciprocité émotionnelle renforce le lien avec le public qui se sent soutenu. Il fait également usage de la satire pour critiquer les manquements des responsables. C'est ce que reflète l'affirmation suivante : « Construisez un palais à une mouche. Elle repartira toujours vers la poubelle » (Ch 4). Ce langage imagé capte l'attention et incite les lecteurs à réagir. Le texte (Ch 5) s'ouvre sur une analogie entre le récit biblique de David et Goliath et la situation en Israël et Palestine : « Les plus assidus au cours de lectures bibliques ont déjà au moins une fois entendu parler du fameux peuple des Philistins... » (Ch 5). En offrant une perspective historique, il crée une dette cognitive ce qui invite les lecteurs à revenir pour une analyse plus approfondie : « Un jour peut-être. Si j'ai le temps, je ferai pour vous l'effort d'une analyse historique, géopolitique et eschatologique » (Ch 5).

Il compare également Rekyia Madougou à David et Patrice Talon à Goliath : « David prend les traits d'une femme, Rekyia Madougou. Goliath, quant à lui, s'appelle désormais Patrice Talon » (Ch 5). Il amplifie le sentiment d'exclusivité et encourage la fidélité de ses lecteurs en livrant des informations internes sur Rekyia Madougou en



ces termes « Madougou aurait, me disent mes sources, fait de sa détention une retraite spirituelle propice à une introspection profonde » (Ch 5).

En répondant aux questions sur l'état de santé de Madougou : « Je réponds ainsi aux nombreux messages que je reçois et qui m'interrogent à ce sujet. Elle va bien psychologiquement et intellectuellement, malgré une santé qui se détériore » (Ch 5), « Frère Hounvi » cultive un dialogue interactif avec son public afin d'activer en eux le sentiment de proximité et l'obligation de le soutenir. Cette réalité est renchérie par un appel émotionnel : « Portez la dame, notre sœur, dans vos prières » (Ch 5). Par la demande de ce soutien symbolique, il amplifie la solidarité et l'obligation morale. Enfin, il souligne la précarité des privilèges : « Le pouvoir mal acquis et mal exercé, la fortune mal acquise comme les privilèges injustes. Tout finit par finir » (Ch 6), il invite les lecteurs à développer une conscience critique et une vigilance face aux injustices, cultivant ainsi une forme de réciprocité symbolique. La réciprocité est utilisée pour engager ses lecteurs émotionnellement et intellectuellement par le biais de l'offre des informations, des critiques et des perspectives tout en suscitant un engagement continu et une solidarité active.

- **Signes de l'utilisation des principes de l'autorité et la cohérence par le chroniqueur anonyme « Frère Hounvi »**

Dans ses chroniques, « Frère Hounvi » combine habilement les techniques de persuasion de l'autorité et de



la cohérence pour inciter ses lecteurs à s'engager contre les injustices. Il utilise d'abord l'autorité pour renforcer la crédibilité de ses accusations et convaincre ses lecteurs de la véracité de ses affirmations. Par exemple, il cite des rapports d'institutions reconnues, comme lorsqu'il avance : « Le rapport de l'Observatoire International des Droits de l'Homme met en lumière les violations flagrantes des droits fondamentaux par le régime en place » (Ch 4). Cette référence à une organisation internationale réputée confère une légitimité externe et soutient ses critiques du régime en place. De même, il évoque les révélations d'un ancien conseiller du président, en ces termes : « Selon les révélations d'un ancien conseiller du président, les manœuvres politiques actuelles sont une continuation des politiques de favoritisme et de népotisme qui ont caractérisé le précédent mandat » (Ch 5). Par cet appel à un témoin ayant une connaissance directe des politiques, il renforce la crédibilité de ses messages. C'est aussi dans ce sillage qu'il affirme : « Une enquête du Parquet parisien vient de conduire à l'arrestation de plusieurs membres de sa famille dans leur domicile français pour soupçon de blanchiment de capitaux et de biens mal acquis en relation directe avec l'actuel président béninois » (Ch 2). L'utilisation de l'autorité du Parquet parisien est susceptible de rendre crédible ses accusations et de renforcer le message de dénonciation. De plus, il se réfère à des institutions législatives pour soutenir ses propos : « L'Assemblée nationale du Bénin, en tant qu'institution législative, a décidé de mettre en place une commission d'enquête sur les allégations de corruption au sein du gouvernement » (Ch 6).



Parallèlement, le chroniqueur anonyme « Frère Hounvi » exploite le principe de la cohérence pour encourager ses auditeurs à aligner leurs actions avec leurs valeurs personnelles. Il pose des questions provocatrices pour faire ressortir la dissonance cognitive et inciter ses lecteurs à agir : « Il est temps pour chacun de se demander si ses actes reflètent véritablement ses convictions profondes sur la justice et la moralité. La passivité face à la corruption n'est-elle pas une forme de complicité ? » (Ch 2). Cette interrogation est faite pour pousser les récepteurs à confronter leurs comportements à leurs valeurs dans l'optique de les motiver à s'engager activement contre les injustices. En outre, il fait appel au sens du devoir collectif en affirmant : « En tant que citoyens engagés, il est de notre devoir de veiller à ce que ceux qui trahissent notre confiance et notre héritage soient tenus responsables de leurs actes » (Ch 6). L'usage de cette déclaration est la résultante de sa volonté d'inciter ses auditeurs à être cohérents avec leurs rôles de citoyens responsables et à agir en accord avec leurs valeurs. La cohérence implique que les individus préfèrent être perçus comme alignés avec leurs actions et croyances. Le chroniqueur fantôme exploite cette technique en incitant ses lecteurs à aligner leurs comportements avec leurs valeurs morales. C'est ce que justifie le passage suivant : « Je conseille à chacun de se munir d'un miroir. En y fixant le regard, je suis sûr que chacun y verra le reflet de celui qui face aux injustices n'a jamais eu le courage de dire non » (Ch 1). Ce passage pousse les lecteurs à se confronter à leur propre inaction et à s'engager contre les injustices, en favorisant une cohérence entre leurs valeurs et leurs actions. En outre, il



utilise des éléments de sagesse historique pour encourager ses lecteurs à rester fidèles à des principes élevés : « À ceux qui en ont besoin, je laisse un indice supplémentaire. Notez, le caméléon, malheureusement, fut frappé d'une malédiction aux grands hommes. Jamais Dieu ne donne d'illustres enfants » (Ch 3). Cette référence au « caméléon » et à sa malédiction historique incite les lecteurs à aligner leurs actions avec les valeurs de justice et d'intégrité ce qui est capable de booster leur engagement à résoudre les injustices.

- **Signes de l'usage des principes de la preuve sociale et la sympathie le chroniqueur anonyme « Frère Hounvi »**

Dans ses chroniques, « Frère Hounvi » utilise les techniques de persuasion développées par Robert Cialdini, notamment la preuve sociale et la sympathie, pour renforcer son influence et mobiliser ses lecteurs. Pour rappel, la preuve sociale est une technique de persuasion qui repose sur l'idée que les individus tendent à adopter des comportements qu'ils perçoivent comme étant approuvés ou suivis par d'autres personnes. Le chroniqueur anonyme use de cette technique en soulignant des événements et des actions collectives qui légitiment ses revendications et ses appels à l'action. Un exemple pertinent se lit à travers ce passage : « Des milliers de citoyens se sont déjà mobilisés pour dénoncer la corruption et réclamer des réformes. Le mouvement s'amplifie chaque jour avec de nouvelles voix qui se joignent à notre cause » (Ch 4). Cette mise en avant du soutien croissant d'un grand nombre de personnes vise à



créer un effet de preuve sociale pour encourager les auditeurs à suivre l'exemple de ceux qui se battent contre la corruption.

La sympathie est une technique de persuasion où l'influence est exercée par une figure que l'on trouve agréable ou avec laquelle on ressent une connexion personnelle. « Frère Hounvi » l'exploite pour établir un lien émotionnel avec ses lecteurs, en faisant appel à des valeurs et des sentiments communs. A titre illustratif, il se présente comme un défenseur des valeurs et de la justice en se comparant à des figures emblématiques : « En tant que simple citoyen, je me dresse aux côtés de ceux qui luttent pour la vérité et la justice, tout comme les héros de notre histoire qui ont bravé les injustices pour le bien commun » (Ch 1). Ce passage cherche à créer une connexion empathique avec les auditeurs afin de les inviter à s'identifier à un défenseur de la justice qui partage leurs préoccupations. De plus, il emploie des éléments de culture locale pour renforcer la sympathie et le sentiment de solidarité : « Comme nous le rappelle le proverbe béninois, le lézard ne quitte jamais son rocher. Cette sagesse nous rappelle que la lutte pour la justice est constante et que nous devons rester fermes dans nos engagements » (Ch 5). L'intégration de ces éléments culturels familiers lui permet de créer un lien plus personnel et émotionnel avec ses auditeurs. Cela renforce leur sympathie pour lui et pour sa cause.

La combinaison de la preuve sociale pour démontrer que ses appels à l'action sont soutenus par une large mobilisation collective et la sympathie pour établir une



connexion émotionnelle avec ses lecteurs crée une approche persuasive puissante qui mobilise et engage son audience.

4. Discussion

Pour E. Demoulin (2023, p.2), « les individus sont de plus en plus inscrits dans la logique de la consommation et de la diffusion de l'information numérique via Internet. Il s'agit d'une nouvelle forme de communication, de consommation, de transmission des savoirs, de contacts et de confluences qui caractérisent actuellement la société de l'information. » Cela engendre l'émergence des discours numériques. L'emploi du terme « discours numériques » au pluriel vise à mettre en exergue la diversité des formes que ces discours peuvent revêtir dans l'espace numérique.

L'analyse du discours numérique du chroniqueur masqué « Frère Hounvi » met en lumière une stratégie de communication complexe qui repose sur une maîtrise raffinée des codes de l'e-espace public au Bénin. À travers l'usage des plateformes numériques (Facebook, WhatsApp et YouTube), ce chroniqueur anonyme parvient à tisser un lien privilégié avec son public grâce à l'adaptation de ses interventions aux attentes et aux spécificités de cet environnement numérique. L'une des caractéristiques distinctives de son discours réside dans sa capacité à jongler entre critique sociale acerbe, humour et dérision, tout en mobilisant des références culturelles et politiques familières à son audience. Il opère ainsi une articulation subtile entre le local et le global, entre tradition et modernité, qui séduit un large pan de la population béninoise, particulièrement les jeunes. Les



jeunes séduits sont des jeunes ayant un niveau intellectuel moyen à cause du caractère élitiste de son discours. Il encre aussi son discours dans les réalités sociopolitiques du pays par l'utilisation des récits à forte charge émotionnelle. Ce choix lui permet de construire une proximité presque intime avec son public, lequel se reconnaît souvent dans les thématiques abordées. Lesdites chroniques explorent des thématiques telles que la gouvernance, les inégalités ou les questions de moralité publique.

Sur le plan discursif, l'efficacité du chroniqueur anonyme « Frère Hounvi » repose sur une combinaison de plusieurs stratégies de persuasion, qui se rapprochent aisément des principes développés Cialdini (1984) sur la persuasion. Le chroniqueur s'appuie notamment sur le principe de la réciprocité. Par le biais de ce principe, il offre à son public des contenus perçus comme utiles, souvent empreints de sagesse populaire et de vérités énoncées avec franchise. Ce don de connaissances et de points de vue critiques crée une forme d'obligation tacite chez l'audience, qui, en retour, s'engage dans des échanges, partage ses vidéos ou commente ses publications. Cette attitude des consommateurs de ses chroniques renforce la dynamique communautaire autour de sa figure. De plus, le chroniqueur fantôme « Frère Hounvi » joue sur le principe de cohérence par le développement d'un discours systématiquement aligné avec ses prises de position antérieures, ce qui contribue à asseoir sa crédibilité et à renforcer l'adhésion de ses suiveurs. Son positionnement en tant que voix critique, mais juste, suscite la confiance du public, et ce, malgré l'anonymat qu'il cultive avec soin.



C'est d'ailleurs pourquoi F. Babeau (2014, p.4) pense que « grâce à l'asynchronie et l'anonymat des échanges, une certaine égalité semble s'installer entre les participants au dialogue. L'accumulation de ces différents facteurs est susceptible de favoriser la prise de parole politique en public par certains individus qui autrefois pouvaient s'auto-censurer ou étaient écrasés par le poids de l'oralité ». Cette assertion montre que l'asynchronie et l'anonymat des interactions en ligne créent des conditions propices à une plus grande égalité perçue entre les participants, permettant à ceux qui étaient auparavant marginalisés dans les discussions orales de s'exprimer plus librement. Ces facteurs contribuent à la facilitation de la prise de parole politique, en réduisant les mécanismes d'auto-censure et les inhibitions liées à la pression sociale. L'asynchronie dont il est question ici ne touche en rien au caractère instantané ou à l'immédiateté de la circulation des informations sur les médias sociaux. Il concerne surtout la production de l'information. En réalité, l'internaute ou l'abonné est libre de prendre à n'importe quel moment la parole sur un sujet qui l'intéresse. Il faut par ailleurs noter que prendre la parole dans l'espace public n'est pas une chose nouvelle. C'est pourquoi « Entre 1917 et 1925, Henri Roorda publie sous le pseudonyme de Balthasar près de six cent cinquante chroniques dans les quotidiens suisses romands, dont quelques-unes consacrées aux journaux et aux journalistes » (A. Delacretaz, 2021, p.20). On constate juste l'adaptation de cette réalité à l'espace de communication qu'offre le numérique.



L'autorité que le chroniqueur anonyme « Frère Hounvi » parvient à exercer découle également de la régularité de ses interventions et de l'adéquation entre ses propos et les attentes d'un public souvent en quête de leaders d'opinion capables de verbaliser leurs frustrations sociales. Le masque porté par ce dernier ajoute une dimension performative qui transcende la simple mise en scène. Cet anonymat savamment cultivé confère au chroniqueur anonyme, une aura d'universalité qui le distingue des autres figures médiatiques. Il ne s'incarne plus seulement comme un individu isolé, mais plutôt comme un représentant des masses silencieuses. En se dissociant d'une identité physique reconnaissable, il se place en dehors des contingences habituelles de l'e-espace public pour échapper aux critiques personnalisées et aux pressions sociales directes. Cette anonymisation permet aussi d'amplifier la portée de son message en lui donnant un caractère presque mythique, à la manière d'un héros masqué moderne, qui, sans visage, peut dire des vérités avec une liberté que peu d'autres personnalités publiques peuvent se permettre. Ce masque devient alors un instrument de pouvoir et de séduction dans le cadre numérique, car il attire la curiosité, crée un mystère et suscite l'engagement des internautes. Wilfried Léandre Houngbédji porte-parole du gouvernement que ce chroniqueur anonyme critique n'hésite pas à dire « J'aime sa plume. Je trouve qu'il a de la qualité » (24haubenin, 2021). Il ajoute : « vous pouvez lui dire qu'il a un admirateur, Wilfried Léandre Houngbédji. Mais je l'applaudirai des pieds et des mains si, malheureusement, sa plume ne trempait à l'encre de la calomnie ou de la



médiance souvent pour faire sensation, pour faire du buzz » (24haubenin, 2021). Il est évident, même si cela pourrait être de l'ironie, que le porte-parole du gouvernement comme la plupart des internautes est séduit par la qualité de la plume du chroniqueur à qui il a publiquement exprimé son admiration. Cependant, il critique l'utilisation de cette plume à des fins de calomnie ou de médiance pour attirer l'attention en martelant l'importance d'une écriture responsable. Cela rime parfaitement avec les pensées de A. Kaplan et M. Haenlein (2010, p.11) pour qui, les médias sociaux ne sont pas seulement des lieux de divertissement, mais également des plateformes de communication stratégique. Ils permettent aux citoyens de se rassembler autour de causes communes, et de faire pression sur les dirigeants politiques.

En se positionnant en chroniqueur masqué, « Frère Hounvi » évite la personnalisation excessive de son discours et invite à une lecture plus universelle de ses propos. Cela augmente sa légitimité en tant que voix critique et dissonante incontournable dans l'e-espace public béninois. Il est donc visible que l'appropriation du numérique et l'utilisation des procédés de persuasion élaboré par Cialdini en 1984 aide le chroniqueur masqué « Frère Hounvi » à séduire l'e-espace public.

Conclusion

L'analyse du discours numérique du chroniqueur « Frère Hounvi » révèle une dynamique complexe entre médiatisation et réception dans l'e-espace public béninois, où l'interaction entre anonymat, performance et



engagement public joue un rôle crucial. « Frère Hounvi », par son pseudonyme et son style distinctif, incarne une figure emblématique de la modernité numérique grâce à l'utilisation habile des caractéristiques de l'espace virtuel pour captiver et influencer son audience. L'analyse des données quantitatives et qualitatives pour analyser la manière dont le chroniqueur anonyme « Frère Hounvi » produit ses discours pour séduire l'e-espace public révèle un portrait complexe et stratégique de ce dernier. Sur Facebook, « Frère Hounvi » se distingue par une forte présence avec un large public et une fréquence élevée de publications, témoignant de son habileté à captiver et engager son audience. YouTube et WhatsApp, bien que moins dominants en termes de nombre d'abonnés, jouent également un rôle significatif dans sa stratégie de diffusion, avec une approche plus ciblée et des interactions importantes au sein des groupes WhatsApp. Les motivations des abonnés sur Facebook mettent en exergue l'importance de l'éloquence, de la régularité, et de la pertinence du contenu. Les aspects émotionnels et narratifs renforcent l'engagement des lecteurs, tandis que la personnalisation et l'authenticité, bien que valorisées, ne sont pas les principaux moteurs de l'engagement. Cette observation souligne la capacité de « Frère Hounvi » à adapter ses messages pour répondre aux attentes de son public. L'analyse sémantique de l'identité numérique de « Frère Hounvi » révèle une construction symbolique et culturelle riche, ancrée dans des valeurs de fraternité et de combat. Le pseudonyme lui-même, conjuguant des éléments linguistiques et culturels, exprime une dualité entre engagement universel et ancrage local. Cette identité



est renforcée par le contenu des chroniques, qui utilise la réciprocité et les appels émotionnels pour inciter à l'action et maintenir un engagement élevé. Les chroniques analysées montrent comment « Frère Hounvi » exploite des techniques de persuasion développée par Cialdini (1984). Il s'agit plus spécifiquement La réciprocité, la rareté, l'autorité, la cohérence, la preuve sociale et la sympathie. Il joue sur la culpabilité, le suspense, et les références historiques pour maintenir un intérêt soutenu et encourager une interaction continue avec ses lecteurs. L'approche interactive et la mise en scène de la solidarité collective renforcent le sentiment d'obligation morale et de soutien parmi ses abonnés.

Références bibliographiques

- Anne-Lise, Delacrétaiz, 2021, « Le chroniqueur n'aime pas les lecteurs – ni les journalistes : Henri Roorda et la presse » *Versants*, 68(1), p9–21.
- Balzac, Honoré de, 1824, *Les Chouans*, Paris, Charles Gosselin.
- Babeau, Franck, 2014, « La participation politique des citoyens « ordinaires » sur l'Internet : La plateforme YouTube comme lieu d'observation », *Politiques de communication*, 2014/2, n° 3, p. 125-150. <https://doi.org/10.3917/pdc.003.0125>
- Cardon, Dominique, 2010, *La démocratie Internet. Promesses et limites*, La République des idées/Seuil, Coll. 102p.
- Cialdini, Robert, 1984, *Influence: The psychology of persuasion*, New York, Harper & Row.



<https://www.hecexecutiveschool.be/blog/robert-cialdini-principes-persuasion> (consulté le 05/08/2024)

Donald DJILÉ, Kamila OULEBSIR-OUKIL et Achour BOURDACHE (2024). « Les discours numériques natifs d'Afrique : technodiscours d'ici, technodiscours d'aujourd'hui. Présentation. Magana. l'analyse de discours dans tous ses sens », 1–14. <https://doi.org/10.46711/magana.2024.1.1.1>

Demoulin, Esther, 2023, « Discours, créativité et littératies dans l'espace numérique du Web 2.0. Terrains, pratiques et approches (Multilinguales, n° 20) ». Université de Bejaia, Algérie. Publié par Esther Demoulin (source : SADI Nabil). Récupéré de

<https://www.fabula.org/actualites/112659/multilinguales-n-20-thematique.html> (consulté le 12/08/2024)

Feng, Aïli, 2012, « Le rôle d'Internet dans l'émergence d'une opinion publique en Chine », dans A. Mercier (éd.), *Médias et opinion publique*, Paris, CNRS Éditions.

<https://doi.org/10.4000/books.editions-cnrs.19045>

François, Guizot, 1828, *Histoire générale de la civilisation en Europe depuis la chute de l'Empire romain jusqu'à la Révolution française*, Paris, Didier.

Kaplan, Andreas & Haenlein, Michael, 2010, « Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media », *Business Horizons*, 53(1), p. 59-68.



- Ponson du Terrail, P. A., 1859, *Les Exploits de Rocambole* (Tome 5), Paris, Gustave Barba.
- Séverine, Arsène, 2017, « L'opinion publique en ligne et la mise en ordre du régime chinois », *Participations*, 17, p. 35-58. <https://doi.org/10.3917/parti.017.0035>
- Simone de Beauvoir, 1954, *Le Deuxième Sexe*, Paris, Gallimard.
- Zola, Émile, 1886, *L'Œuvre*, Paris, Charpentier.
- 24haubenin, « Il-a-une-belle-plume-mais-avec-trop-de-calomnie-et-de-medisance », repéré sur <https://24haubenin.info>, (consulté le 05/07/2024)