



« Sikiya bintu », « Ona bintu » et ses différentes représentations sociales

Professor Mukamba Longesha

Département des Sciences de l'Information et de la Communication
Université de Lubumbashi (RDC)

Introduction

Parmi les principes fondamentaux de l'approche systémique de la communication, l'un va retenir notre attention et fonder le corps de cet article, c'est le principe du « contexte ».

Pour les pères de l'approche systémique de la communication, la communication est déterminée par le contexte dans lequel elle s'inscrit. Ce contexte, précisent-ils, concerne les rapports qui relient les personnes qui communiquent, le cadre dans lequel se situent l'interaction et la situation qui met en relation les interactants. Le contexte est donc pour eux un cadre symbolique porteur de normes, de règles, de modèles et de rituels d'interaction.

Pour simplifier, Gérard Dérèze^I dit que le contexte « ce sont les circonstances et les tendances englobantes (politiques, économiques, sociales, culturelles, historiques, biographiques). Le contexte n'est donc pas le cadre qui lui désigne le moment et l'endroit où se déroule l'acte et, d'une manière générale, tout ce qui le caractérise du point de vue matériel. Le contexte n'est pas non plus la situation, qui, elle, est relative à un objectif et aux problèmes qu'il engendre. Son analyse nécessite de prendre en compte « tous les environnements pertinents, le climat ou le relief aussi bien que les rapports de force et les traditions (« mentalités ») »^{II} Implicitement, cette définition sous-entend qu'une situation est toujours contraignante, qu'elle réduit la marge de manœuvre des acteurs sociaux et leur impose d'adopter certaines conduites. Dans cette perspective, on peut avancer que la définition des situations comporte deux éléments, l'un externe- la sélection et l'analyse des conditions objectives de l'action- l'autre interne- la hiérarchisation des attitudes et des impulsions.

Les slogans à la mode dans les villes de Lubumbashi, Likasi et Kolwezi et que sont « Sikiya bintu », « Ona bintu », traduisent « Ce que tu palpés ou tu vois, c'est du solide » et « Admire ou apprécie à sa juste valeur ce que tu vois », donc des « objets », les acteurs sociaux eux-mêmes les traduisent littéralement en français, de la manière suivante, sourire aux lèvres : « Ecoute les choses » et « Vois les choses », comme si ces objets émettaient un son d'abord pour mieux se faire voir ensuite. Ces objets, comme on peut en faire une première analyse, leur confèrent un statut et les mettent en lumière. Il faut déjà préciser à ce stade que ces deux expressions, ces segments de communication, peuvent évoquer, selon les contextes et situations tout aussi bien les minerais que les attributs propres aux hommes et surtout aux femmes. Il est donc intéressant de voir comment des acteurs sociaux lushois passent de la fétichisation d'un minéral à la fétichisation d'une certaine catégorie de femme, celles qui sont bien potelées et qui disposent des formes rondes ainsi que celles qui sont belles selon certains canons. Ainsi, le concept « objet », au regard de l'étude de Madeleine Mbongo Mpasi^{III} et de Sylvie Elenge Molayi^{IV} se trouve encore nourri de nouvelles significations liés aux situations et contextes particuliers d'un acteur social. Ainsi, pour la première, sur le plan économique, il y a un « objet » positif et un « objet » négatif ; pour la seconde, l'« objet » peut jouer un rôle informatif et indicatif à la fois.

^I Dérèze, G., Méthodes empiriques de recherche en communication, de Boeck, Bruxelles, 2009, p. 47

^{II} Boyer, A., L'explication en histoire. Lille, Presses universitaires de Lille, 1992, p.173

^{III} Mbongo Mpasi, Madeleine., La communication triviale et le phénomène « bilokos », in Cahiers congolais de communication – N°2, Paris, L'Harmattan, 2018

^{IV} Elenge Molayi, Sylvie., La communication banale non verbale. Sons, gestes et objets dans les rues de Kinshasa, In Cahiers congolais de communication N°2, Paris, L'Harmattan, 2018

Présentation du milieu

L'ex province du Katanga surtout dans sa partie Sud qui comprend les villes de Lubumbashi, Likasi et Kolwezi, est riche en minerais et jusqu'il y a une vingtaine d'années, l'exploitation de ces richesses était réservée aux grandes compagnies minières. La libéralisation de ce secteur par le gouvernement en autorisant l'exploitation artisanale des carrières, a ouvert un nouveau champ d'exploitation pour de nombreux jeunes sans emploi. Cette situation est souvent perçue comme un nouvel eldorado, comme une nouvelle ruée vers l'or du 19^{ème} siècle aux futurs States avec tous ses aléas. En effet, n'étant pas souvent outillés, ils préférèrent s'introduire de nuit dans les périmètres miniers de grandes entreprises qui, pour se protéger des vols, font appel à l'armée ou à la police, qui tirent sur tout ce qui bouge sans sommation. Ceux qui restent confinés dans le secteur non concerné par les grandes entreprises, sont confrontés aux éboulements avec toutes les conséquences que l'on imagine facilement. Ces situations dangereuses sont, à notre avis, à l'origine de nouvelles conduites chez les creuseurs et ont donné naissance à ces expressions « Sikiya bintu », « Ona bintu », que l'on retrouve aussi chez tous ces parias de la société congolaise qui exercent des métiers précaires de « pousse-pousseurs », de « transporteurs de bagages lourds ». On est là en face d'une situation idiomatique par excellence.

Dès lors, dès qu'il tombe sur un filon, c'est pour lui un nouvel horizon qui s'ouvre, de nouvelles représentations sociales qui s'offrent à lui. Cette situation nouvelle, il va la façonner de façon que tout le monde dans son entourage s'aperçoive qu'il est devenu un autre homme. Nous rejoignons là Blumer^V qui a fait le constat selon lequel « les humains se comportent vis-à-vis des choses sur la base des significations que celles-ci ont pour eux. » Et qui précise plus loin sa pensée en ajoutant que « le sens qu'une chose revêt pour une personne est fonction de la manière dont les autres agissent vis-à-vis de cette personne en ce qui concerne cette chose. »^{VI}

Le contexte et la situation étant ainsi précisés, il nous paraît aussi important de circonscrire le concept de « représentations sociales » afin de mieux cerner les segments de communications que sont « Sikiya bintu » et « Ona bintu ».

II La mise en œuvre des images et représentations sociales dans les segments de communication » « Sikiya bintu » et « Ona bintu »

A) L'image sociale

L'image sociale est « l'ensemble des caractéristiques et propriétés que les individus attribuent à un objet. Son élaboration nécessite un quota d'information et d'expérience partagées sur l'objet, lesquelles s'obtiennent par l'activation de savoirs antérieurs ; enfin, les images sociales ont une double finalité : faire exister des objets dans l'univers cognitif des sujets, et leur permettre en même temps d'évaluer ces objets »^{VII}

De ce qui précède, l'image sociale peut être ainsi comprise comme un contenu d'une représentation sociale dans la mesure où le rapport tissé est alors celui de processus dynamique (élaboration et évolution d'une représentation sociale) à réalité construite (image comme contenu d'une représentation sociale). « Cela étant, l'activité imageante, c'est-à-dire d'élaboration des images, est à intégrer également au mouvement de construction d'une représentation »^{VIII}.

Ainsi comprise, l'image sociale n'est pas différente de la représentation sociale dans la mesure où une représentation sociale produit, entre autres, comme nous allons le voir plus loin, des images sociales dans le mouvement d'approche et d'interprétation de notre environnement.

B) Les représentations sociales

^V Blumer, H., *Symbolic Interactionism*, Berkeley, University of California Press, 1969, p.2

^{VI} Idem, p.5

^{VII} Roussiau, N. et Bornardi, C., *Les représentations sociales : état des lieux et perspectives*, Louvain-La-Neuve, Bruxelles, p.77

^{VIII} Moliner, Pascal, *Image et représentations sociales : de la théorie des représentations à l'étude des images sociales*, Presses universitaires de Grenoble, 1996, p.77

Décrivant la formation d'une représentation sociale, Jean Marie Seca, indique que « des choses étranges, nouvelles ou des objets trop connus, donc appréhendés de façon évaluative ou orientée effectivement (le corps et l'amitié), sont échangées sur un "marché du discours", « alimenté en permanence en savoirs et en jugements émis par des proches, des relations de travail, mais aussi par des journalistes, des savants, des hommes politiques et d'autres experts ou leaders. On passe ainsi d'une connaissance indirecte sur un phénomène à sa compréhension immédiate, à son intériorisation et à son expérimentation personnelle. De cette manière, un objet étranger, lointain, inconnu devient familier, accessible et connu »^{IX}.

De ce qui précède, on peut dire que la représentation sociale tout comme l'image sociale est un mode particulier de connaissance du réel partagé par une communauté d'individus.

Les représentations sont, en effet, de véritables systèmes d'interprétations de l'environnement social. « Les stéréotypes sont des représentations. Or, pour un être humain, tout est représentation. La représentation est (donc) un mode de connaissance fourni à l'esprit par les sens, l'intelligence et la mémoire. Elle a pour effet de rendre quelqu'un ou quelque chose sensible, perceptible, compréhensible par un signe. Dans l'espace humain, tout est signe, image, symbole, composition, geste, gestuel, gesticulation ».^X

Selon Jean Claude Abric, « la représentation est le produit et le processus d'une activité mentale par laquelle un individu ou un groupe reconstitue le réel auquel il est confronté, et lui attribue une signification spécifique. Cette signification résulte directement des attitudes et des opinions, conscientes ou inconscientes, développées par l'individu ou le groupe.

La représentation est donc un reflet non pas de l'objet lui-même, mais des relations complexes, réelles et imaginaires, objectives et symboliques que le sujet entretient avec cet objet. Ces relations font de la représentation un système symbolique organisé et structuré dont la fonction essentielle est l'appréhension, la compréhension et l'interprétation »^{XI}.

Stéphane Hoebeke souligne, quant à lui, que « les représentations sont mentales, individuelles, psychologiques, ou sociales, médiatiques, culturelles. Elles sont à la fois propres à chaque personne qui voit ou entend les choses avec sa grille de perception intérieure, et propres à une société, une communauté, un média ».^{XII}

La représentation est donc composée des opinions et des croyances, organisées autour d'une signification centrale, et par rapport à un objet donné. A la base de la représentation, il y a d'une part les informations relatives à l'objet et en possession de l'individu, d'autre part ses attitudes et opinions. Cependant, pour Jean Claude Abri la clé de voûte de la représentation serait les attitudes et les opinions.

En tant que produit de l'activité mentale, « la représentation résulte à la fois de la réalité de l'objet, de la subjectivité de celui qui la véhicule, et du système social dans lequel s'inscrit la relation et l'opinion qui lui est attachée. Toute représentation produit une vision globale et unitaire de l'objet et du sujet. Elle restructure la réalité pour permettre une intégration à la fois des caractéristiques de l'objet, des expériences antérieures du sujet et de son système d'attitude et de normes »^{XIII}.

Jean Claude Abric souligne que « le rajout du qualificatif social à la représentation implique la prise en considération des forces et contraintes émanant de la société ou d'un ensemble numériquement consistant et leur équilibration ou médiation avec les mécanismes psychologiques. Une représentation sociale aura pour but essentiel de contribuer aux processus formateurs et (...) d'orientation des communications et comportements sociaux.

Dès lors, le propre d'une représentation sociale sera de constituer un système cohérent où les dimensions sociales produisent un système cognitif spécifique adapté à la dimension sociale de l'objet »^{XIV}. Ce

^{IX}Seca, Jean-Marie, *Les représentations sociales*, Paris, Armand Colin, 2001, p. 82.

^X Hoebeke, Stéphane, *Sexe et stéréotypes dans les médias*, Paris, L'Harmattan, 2008, p.35.

^{XI} Idem p.64.

^{XII}Hoebeke, Stéphane, *op. cit.*, p. 36.

^{XIII}Idem, p. 65.

^{XIV}Ibidem, p.77

constat amène Denise Jodet à estimer que les représentations sociales sont importantes dans la vie courante. « Elles nous guident dans la façon de nommer et de définir les différents aspects de notre réalité de tous les jours, dans la façon de les interpréter, statuer sur eux et, le cas échéant, prendre une position à leur égard ».^{XV}

Pour elle, « l'observation des représentations sociales est, en effet, chose aisée en de multiples occasions. Elles circulent dans les discours, sont portées par les mots, véhiculées dans les messages et images médiatiques, cristallisées dans les conduites et les agencements matériels ou spatiaux ».^{XVI}

Notre auteur note encore que « les représentations sociales sont des phénomènes complexes toujours activés et agissant dans la vie sociale. Dans leur richesse phénoménale, on repère des éléments divers dont certains sont parfois étudiés de manière isolée : éléments informatifs, cognitifs, idéologiques, normatifs, croyances, valeurs, attitudes, opinions, images, etc. ».^{XVII}

Nous constatons ainsi que le concept de représentation paraît trop générique au point qu'il s'applique dans beaucoup de domaines des sciences sociales. Il nous paraît nécessaire de l'envisager maintenant dans ses fonctions communicationnelles.

C) « Sikiya bintu » et « Ona bintu » comme « segments de communication »

Dans ses fonctions de communication, dans sa structure et dans ses liens avec les rapports sociaux, les représentations sociales sont une forme de pensée sociale donnant lieu à des connaissances particulières et ayant pour fonction d'orienter les conduites en même temps que d'assurer la communication entre individus.

La communication, dans ses différentes dimensions sociales : institutionnelle, interindividuelle ou médiatique, régit une dynamique sociale axée sur la double polarité de la convergence et du conflit dans le changement social ; elle joue un rôle essentiel dans les interactions individuelles, car, c'est par la « tonalité signifiante » propre au flot discursif et aux enjeux sociaux auxquels il se réfère que surgissent, se décomposent, se construisent et évoluent les représentations sociales. Par conséquent, elles apparaissent avec une consistance qui leur est propre,

comme des produits de l'action et de la communication humaine ».^{XVIII}

De la dimension communicationnelle découle « une (re)construction du réel en tant que manière d'interpréter notre environnement quotidien : les représentations nous guident dans la façon de nommer et définir ensemble les différents aspects de notre réalité de tous les jours, dans la façon de les interpréter, statuer sur eux et, le cas échéant, prendre une position à leur égard et la défendre ».^{XIX}

Ainsi chaque jour, quand il se rend dans une carrière, le creuseur, la peur au ventre, sait qu'il a deux ennemis à affronter : les gardes commis à la protection de la carrière et les éboulements. Chaque jour, il sait qu'il risque sa vie, que s'il ne ramène rien, sa famille n'aura rien à se mettre sous la dent. Cependant, contrairement à d'autres individus,

la carrière lui apparaît comme une opportunité pour mener une action, celle d'exploiter seul ou en groupe les ressources qu'elle contient, en l'occurrence ici les hétérogénites, un minéral situé sur la couche supérieure de la croûte terrestre et contenant du cuivre et du cobalt. Le creuseur ou le groupe de creuseurs qui peut, par jour, obtenir deux ou trois sacs de ce minéral, peut voir s'ouvrir pour lui un nouvel horizon.

Les hétérogénites sont ainsi devenues dans l'espace sociétal katangais un nouveau fétiche qui permet à celui qui en dispose de bénéficier d'une force diffuse, d'un certain pouvoir en fait financier résultant de la cotation de l'objet, ici le cobalt et le cuivre, sur le marché mondial des minerais.

^{XV} Jodet, Denise, (sous la direction), *Les représentations sociales*, Paris, P.U.F., 1989, p. 47.

^{XVI} *Idem*, p.48.

^{XVII} *Ibidem*, 52.

^{XVIII} Roussiau, N., Bonardi, Ch., *Les représentations sociales : état des lieux et perspectives*, Liège, Mardaga, 1992, p.18.

^{XIX} *Ibid*, p.18.

Vite, face à la situation ainsi créée, il va afficher les signes de son nouveau statut tout en ne suivant pas nécessairement les injonctions des codes de ces objets. Parmi ces signes ou objets, on peut citer : un moyen de transport, l'achat d'une parcelle, d'un écran plasma, offrir à boire à des amis, etc. Tous ces comportements peuvent être lus et entendus comme « Sikiya bintu » et « Ona bintu ». C'est là le deuxième glissement de ces segments de communication qui au point de départ désignait seulement les hétérogénites, sources d'un nouveau pouvoir procuré par l'argent. Le troisième concerne la femme dans la mesure où celle-ci, de par sa beauté et sa constitution physique particulière, apparaît comme un fétiche aussi. Elle confère un aura à celui qui apparaît en sa compagnie et qui peut ainsi s'enorgueillir de dire aux amis présents : « Sikiya bintu », « Ona bintu ». Contrairement aux études précédentes qui montraient que c'était l'homme qui, par ses différents cadeaux à la femme, dont des bijoux, par exemple, conférait un statut à la femme, celle-ci tend à montrer que c'est la femme, par sa beauté ou sa forme physique, qui donne un statut à l'homme ! En fait, il y a là un début de mutation dans la société congolaise et l'image de la femme change en fonction des contextes et situations auxquels l'acteur social fait face et qui dictent ainsi sa conduite.

Conclusion

Cette étude nous montre comment un objet, ici les hétérogénites, peut d'abord transformer la vie d'un individu à partir du moment où celui-ci est considéré comme un fétiche qui lui permet d'accéder à de nouveaux horizons. Il devient ensuite un reflet non pas de l'objet lui-même mais des relations complexes, réelles et imaginaires, objectives et symboliques qu'il va entretenir avec l'acteur social concerné. Les hétérogénites vont ainsi créer de nouveaux rapports, de nouvelles relations entre son détenteur et les autres acteurs sociaux et déboucher sur les segments de communication que sont « Sikiya bintu » et « Ona bintu ».

Ces deux « segments de communication », « Sikiya Bintu » et « Ona bintu », phénomènes empiriques observables, ne peuvent être compris que si on les replace dans leur contexte ; ils sont des moyens utilisés par les acteurs sociaux pour construire leurs situations de références. Hier, lui-même, un pauvre individu sans valeur aux yeux de la société globale, ensuite la femme qui n'était qu'un objet, mais devenue fétiche, prend une autre valeur et enfin, les attributs de l'homme si ceux-ci sont « volumineux ».

En définitive, ces deux « segments de communication » ont acquis ses lettres de noblesse dans toutes les couches de la population congolaise et vont prendre les diverses significations que nous avons citées ci-haut.

Il apparaît ainsi que les représentations sociales jouent un rôle important dans l'émergence d'un sens et elles-mêmes sont dépendantes de la situation et de contexte dans lequel évoluent les acteurs sociaux.

Bibliographie indicative

- Blumer, H., *Symbolic Interactionism*, Berkeley, University of California Press, 1969
Boyer, A., *L'explication en histoire*. Lille, Presses universitaires de Lille, 1992
Elenge Molayi, Sylvie., *La communication banale non verbale. Sons, gestes et objets dans les rues de Kinshasa*, In *Cahiers congolais de communication N°2*, Paris, L'Harmattan, 2018
Hoebeke, Stéphane., *Sexe et stéréotypes dans les médias*, Paris, L'Harmattan, 2008
Jodet, Denise, (sous la direction), *Les représentations sociales*, Paris, P.U.F., 1989
Mbongo Mpassi, Madeleine., *La communication triviale et le phénomène « bilokos »*, in *Cahiers congolais de communication – N°2*, Paris, L'Harmattan, 2018
Moliner, Pascal, *Image et représentations sociales : de la théorie des représentations à l'étude des images sociales*, Presses universitaires de Grenoble, 1996
Roussiau, N., Bonardi, Ch., *Les représentations sociales : état des lieux et perspectives*, Liège, Mardaga, 1992
Seca, Jean-Marie, *Les représentations sociales*, Paris, Armand Colin, 2001
-