



HAL
open science

Les griots du Sénégal, de l'arbre à palabre au petit écran : analyse des pratiques info-communicationnelles des “communicateurs traditionnels”.

Moustapha Mbengue

► **To cite this version:**

Moustapha Mbengue. Les griots du Sénégal, de l'arbre à palabre au petit écran : analyse des pratiques info-communicationnelles des “communicateurs traditionnels”.. L'Esthétique de la parole, Presses universitaires de Dakar, pp.245-261, 2020, 978-2-954776-02-6. <hal-02957778>

HAL Id: hal-02957778

<https://hal.science/hal-02957778v1>

Submitted on 5 Oct 2020

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

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



HAL Authorization

Les griots du Sénégal, de l'arbre à palabre au petit écran : analyse des pratiques info-communicationnelles des « communicateurs traditionnels ».

Moustapha MBENGUE

Maître de conférences titulaire en SIC

Laboratoire LARSIC - (EBAD- UCAD)

Paru dans « l'Esthétique de la parole, sous la direction de Babacar Mbaye Diop, Presses universitaires de Dakar, 2020, pp.245-261, ISBN 978-2-954776-02-6

Résumé :

Cet article analyse les pratiques info-communicationnelles des griots sénégalais qui interviennent dans les médias et qui sont désignés sous l'appellation de communicateurs traditionnels. L'analyse s'inscrit dans le cadre théorique de l'« écologie des médias ». L'article propose les résultats d'une étude exploratoire sur les pratiques info-communicationnelles des « griots-journalistes » et leurs conséquences sur la pratique journalistique au Sénégal.

La méthodologie combine une approche du Sense-making de Brenda Dervin (1983) à une observation pratique et des entretiens semi-dirigés avec une quinzaine de communicateurs traditionnels. L'analyse des données issues du terrain renseigne sur les profils, les pratiques et les représentations des communicateurs traditionnels.

Mots-clés : écologie des médias, sense-making, communicateur traditionnel, griot, Sénégal

1. Introduction

Au lendemain des indépendances (1960), chaque pays africain s'est doté d'une radio ou d'une télévision nationale. À leurs débuts, ces médias étaient bien souvent utilisés comme outil de propagande pour les pouvoirs en place. Au début des années 1990, plusieurs pays de l'Afrique francophone choisirent de s'inscrire dans un processus démocratique. L'expérience démocratique des pays d'Afrique eut comme corollaire, la libéralisation de l'espace médiatique et l'éclosion des médias privés qui se sont érigés comme de véritables contre-pouvoirs en Afrique francophone (Frère, 2000).

Le foisonnement des médias privés s'est accompagné de l'émergence ou de la reconversion d'une nouvelle catégorie de griots, qui peuplent aujourd'hui les organes de presse au Sénégal. Ces derniers sont ainsi passés de leur rôle de maître de cérémonie dans les assemblées populaires, bien souvent sous l'arbre à palabre à celui de « griot-journaliste ».

La société africaine traditionnelle était organisée en système de castes. Au Sénégal, il existait principalement deux grandes catégories : Les « géer » qui constituent la catégorie supérieure, celle des « nobles » et les « ñeeño », une classe dite inférieure dont font partie les griots.

Principalement, les « Sab-lekk »¹, occupaient selon (Diop Abdoulaye Bara, 1983²), trois fonctions liées au verbe. Ils étaient « transmetteurs de messages dans le temps et dans l'espace, laudateurs et bouffons (...) ; ils sont devenus avec le temps la mémoire de la société, des familles et des États, conservent de génération en génération, les traditions, la généalogie et les événements historiques » donc des traditionalistes.

Même si l'origine du mot « communicateur traditionnel » reste encore discutable, la constante est que c'est dans les années 1990 que l'UNFPA³ a sollicité les griots dans le cadre de son programme élargi de vaccination (Pev), pour sensibiliser les populations. Ce choix des griots avait pour objectif, selon Diop J-M (2015) « de vaincre la suspicion culturelle, populaire vis-à-vis de la vaccination et on crut que le griot pouvait aider à dissiper cette méfiance ».

Même s'il faut admettre que tous les griots ne sont pas des « communicateurs traditionnels », nous empruntons le concept pour décrire et cerner cette nouvelle vocation du griot des médias.

¹ Une catégorie de griots

² DIOP A.B (1983), *La société wolof*. Transitions et changements. Les systèmes d'inégalité et de domination, Paris, Karthala

³ D'aucuns disent l'UNICEF, et les communicateurs traditionnels sont eux-mêmes partagés

Qui sont-ils ? Comment comprendre leurs pratiques et leurs représentations ? Quels apports du communicateur traditionnel au contenu des médias et à la pratique journalistique au Sénégal ? De l'arbre à palabre au « petit-écran », rupture ou continuité ?

L'irruption du griot dans le paysage médiatique sénégalais nécessite alors l'interrogation de l'écologie des médias, voire la redéfinition du journaliste en partant de la conviction que la présence des griots dans les médias est source de changement et d'influence sur les pratiques journalistiques et le parler urbain au Sénégal.

2. Le Cadre théorique : De l'« écologie des médias »

L'expression « écologie des médias » a été utilisée, selon Serge Proulx (s.d.), pour la première fois en 1968 par Neil Postman selon qui, « l'écologie des médias examine la façon dont les médias affectent la perception humaine, la compréhension, les sentiments et les valeurs ; et comment notre interaction avec les médias facilite ou empêche nos chances de survie ».

Faire l'écologie des médias au Sénégal, c'est donc tenir un discours sur le paysage médiatique, son histoire, le cadre normatif, les acteurs, les pratiques et les représentations, etc. Cependant, comme l'affirme Pierre Levy (1996), « pour bien comprendre la mutation contemporaine, il faut passer par un retour réflexif sur la première grande transformation dans l'écologie des médias : le passage des cultures orales aux cultures de l'écriture ».

Au Sénégal, selon la Loi 79-44 du 11 avril 1979 communément appelée « Code de la presse », alinéa 2 : « Le journaliste professionnel est celui qui a pour occupation principale, régulière et rétribuée, l'exercice de sa profession dans une agence d'information ou dans une entreprise de presse publique ou privée... et qui en retire le principal des ressources nécessaires à son existence. » C'est dire donc que l'exercice du métier de journaliste n'est pas assujéti à la détention d'un diplôme en journalisme. Ce qui explique par ailleurs, la prolifération des pratiquants de la communication parmi lesquels les communicateurs traditionnels.

3 - Approche méthodologique : le « sense-making »

Les pratiques info-communicationnelles des griots peuvent être analysées selon la méthode du « Sense-making » (B.Dervin, 1992) dans une approche constructiviste. Il s'agit d'un modèle de construction de la réalité qui place l'individu au centre de l'information. Dans cette optique, l'information cesse d'être « un objet neutre et objectif dont on pourrait déduire le sens par une observation empirique. » (Theureau, 2004).

Le modèle théorique du sense-making est présenté chez Dervin comme une métaphore dont elle propose son propre schéma :

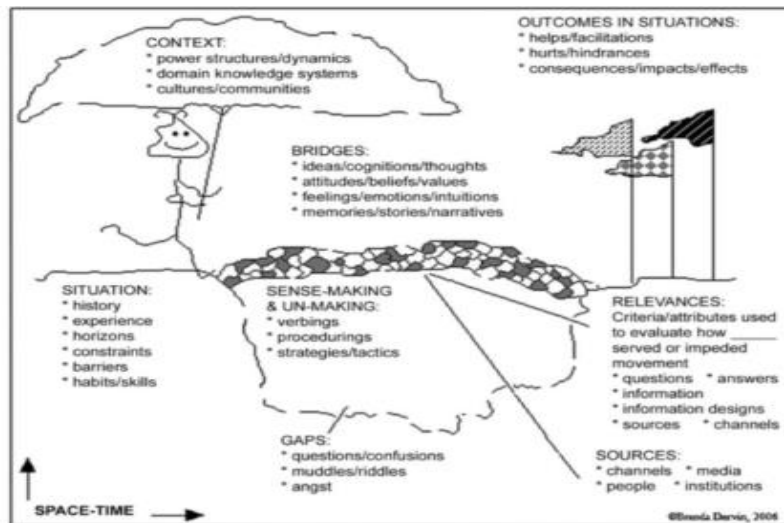


Figure 1 : Métaphore du sense-making de Brenda Dervin

La métaphore du « sense-making » se résume à trois concepts fondamentaux : la situation initiale de l'individu, le manque ou « gap » et le résultat final. Ce modèle est certes plus utilisé dans les recherches en « comportement informationnel », mais il nous paraît pouvoir servir à étudier les pratiques info-communicationnelles des griots. D'autant que les concepts de base qui le fondent peuvent selon Maurel (2010), se décliner à travers trois questions qui résument le comportement informationnel et indiquent le caractère dynamique et itératif du processus : « Qu'est-ce qui manque dans votre situation et qui fait en sorte que vous vous arrêtez ? Quelles questions avez-vous ou quelles ambiguïtés ressentez-vous ? Quel genre d'aide espérez-vous obtenir pour pouvoir continuer ? »

Audrey Bongard considère que la situation initiale de l'individu est déterminée par son histoire, son expérience et ses horizons présents et passés. Le « gap » est le manque d'information, les questions que se pose un utilisateur. Le résultat est l'aide obtenue et les conséquences de la recherche d'information. (Bongard, 2014).

Aussi, selon Maurel (2010) « les acteurs organisationnels peuvent puiser dans les croyances, les valeurs et routines partagées, tout comme ils peuvent improviser et créer de nouvelles façons de faire collective ». Cela traduit pour nous la réalité du griot qui tout en restant ancré dans la culture et la tradition orale, est aujourd'hui capable de trouver sa place dans la société dite de l'information où les réseaux de relations humaines sont fortement dépendants

des réseaux technologiques. Le griot tente ainsi de profiter des réseaux technologiques modernes pour préserver et promouvoir la culture et la tradition orale.

Que l'approche soit individuelle (Dervin, 1983) ou collective (Weick, 1995), constructiviste ou située (Theureau, 2004), les pratiques info-communicationnelles des griots s'inscrivent dans une trajectoire (espace et temps), s'effectuent à travers des outils (les médias et autres espaces publics) et nécessitent des interactions entre plusieurs acteurs.

Notre approche de « la construction de sens » se veut en réalité, plus simple : il s'agit alors de voir comment les griots construisent leur propre réalité à un moment précis de l'histoire (trajectoire), dans le temps et dans l'espace des médias (paysage médiatique) pour exister à l'ère du numérique. Cette approche s'inscrit alors dans le « constructivisme social » qui étudie la relation entre un groupe social et son environnement, comme l'énonce (Maurel, 2010), « le constructivisme social, pour sa part, inclut le lien entre l'individu et son environnement. Cela peut aussi s'appliquer au modèle de Dervin, où la conception même de la situation initiale implique la prise en compte du contexte ».

4- Présentation et analyse des résultats de l'étude :

Pour étudier les pratiques info-communicationnelles des griots des médias, nous avons privilégié une approche mixte qui combine l'observation pratique et les entretiens semi-dirigés. Nous avons ainsi suivi une trentaine d'émissions de télévisions et radios animées par des communicateurs traditionnels. Nous avons par ailleurs, pendant six mois, observé plusieurs griots opérant dans des manifestations publiques pour comprendre leurs discours et analyser leurs pratiques communicationnelles. Aussi avons-nous eu des entretiens avec une quinzaine de communicateurs traditionnels présents dans 15 organes de presse, dont 7 télévisions ; 5 radios, 2 autres médias. Les données issues du terrain sont analysées avec l'outil Sphinx en ce qui concerne le profil des communicateurs traditionnels. Pour les pratiques et les représentations, nous privilégions l'analyse de contenu.

La principale difficulté de l'étude se trouve être l'indisponibilité des communicateurs traditionnels. Ces derniers sont souvent occupés en semaine à la télé et pris le week-end par les cérémonies familiales. Aussi, il a fallu bien souvent traduire en Français des expressions qui n'existent que dans la tradition orale, les griots étant habitués au langage imagé et à la métaphore, certains ne parlant pas français.

4.1 – Le profil du communicateur traditionnel

Les résultats de l'étude permettent de dégager un profil type du communicateur traditionnel opérant dans les médias. Il s'agit principalement d'un homme (93 %) âgé de 50 à 60 ans (40 %) généralement non scolarité (43 %).

Aussi, le profil qui se dégage indique que 71 % des communicateurs traditionnels exercent une activité professionnelle en plus de leurs interventions dans les médias. La télévision reste leur médium préféré (55 %) suivi de la radio 42 %, seuls 3 % interviennent dans d'autres médias (presse écrite et la presse en ligne.)

Même si les femmes sont présentes dans l'espace médiatique, notamment lors des soirées culturelles diffusées en direct à la télé, il reste que le profil du communicateur traditionnel présent dans les médias révèle une large prédominance des hommes. Ces derniers sont favorisés aussi bien par l'âge, le niveau d'instruction que le type d'activité exercé en dehors des médias.

En effet les statistiques montrent qu'au Sénégal beaucoup de filles abandonnent l'école avant l'âge de la majorité. À titre d'exemple, selon l'UNICEF (2016)⁴, sur 100 filles inscrites à l'école, seules les 64 arrivent à dépasser le niveau secondaire, alors que le taux de réussite au bac est de seulement 34,48 % pour les filles contre 38,84 % pour les garçons⁵. C'est dire donc que beaucoup de filles sont inscrites à l'école, mais très peu arrivent à dépasser le niveau secondaire. Celles qui ne réussissent pas à l'école préfèrent souvent changer d'orientation.

En ce qui concerne les griottes, les métiers liés à l'esthétique de la femme (tresse, coiffure, pédicure, manucure, etc.) sont aujourd'hui privilégiés du fait de leur rentabilité. Aussi, les métiers de l'art (chant, théâtre, danse) ou encore l'animation de cérémonies familiales en tant que maîtresse de cérémonie occupent davantage les griottes. Très peu d'entre elles se retrouvent à la télé ou à la radio pour animer des émissions de société ou couvrir des soirées culturelles, mais les femmes ne sont généralement pas traditionalistes même si elles savent bien chanter la généalogie de leurs « géer ».

Quant aux hommes, leur âge relativement avancé s'explique par le fait qu'ils sont nés avant la période des indépendances (1960) et certains sont des retraités de l'administration ou du secteur privé qui se reconvertissent comme animateurs à la télé ou à la radio. Aussi, les moins jeunes (40-50 ans) exercent cette profession en même temps qu'ils se livrent à d'autres activités (commerçant, boucher, maître de cérémonie, artistes).

⁴ https://www.unicef.org/senegal/french/Unicef_Education.pdf

⁵ Rapport 2017 du Ministère de l'éducation nationale.

Cependant avec le phénomène de la lutte traditionnelle de plus en plus de jeunes griots (moins de 35 ans) sont engagés dans les médias comme reporters sportifs, mais ils ne sont pas des communicateurs traditionnels. Il arrive même qu'ils remplacent leur propre parent ou qu'ils co-animent avec ce dernier une émission.

4.2 Les pratiques info-communicationnelles des « griots journalistes ».

Il ressort de notre étude que les griots admettent qu'il ne suffit pas d'être griot pour être communicateur traditionnel. Selon Abdou Aziz Mbaye, communicateur traditionnel à Tfm, « la communication sur la tradition est une spécialité et il faut avoir un vécu pour exercer ce métier ». Pour autant, plusieurs types d'émission sont confiés aux communicateurs traditionnels comme le montre le graphique suivant :

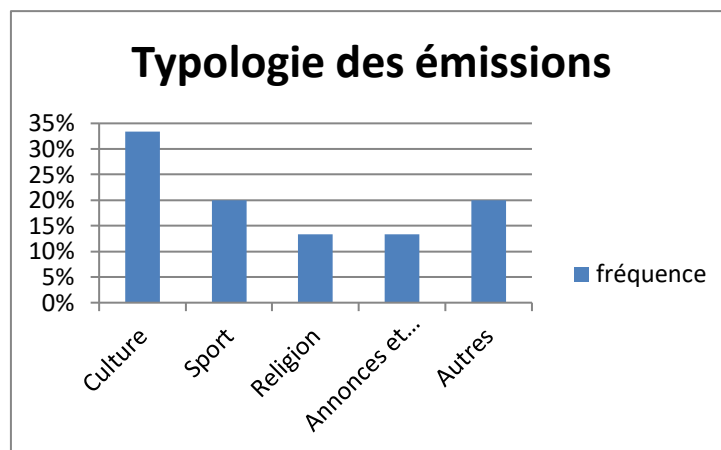


Figure 2 : Typologie des émissions animées par les communicateurs traditionnels

Le graphique montre en effet que les communicateurs traditionnels sont principalement confinés à des émissions qui font plus appel à leur vécu qu'à une analyse intellectuelle poussée. Principalement ils animent des émissions culturelles (33 %), sportives (20 %), religieuses ou de société (20 %). Ils interviennent également dans les annonces (événementiel ou nécrologique 13 %) ou de la publicité. Il n'est alors pas nécessaire de fréquenter une école de communication pour faire ce genre d'animation.

Pour devenir griots des médias, trois formes de recrutement existent. Il peut arriver que le communicateur soit démarché par le groupe de presse, aussi il lui arrive d'être recommandé par un parent ou un ami, tout comme il peut arriver qu'il propose ses services. Certains d'entre eux sont salariés, d'autres sont des prestataires externes ou des bénévoles. C'est le cas de Niokhobaye, communicateur traditionnel dans une radio qui appartient à un autre communicateur traditionnel, « Je fais deux émissions par semaine. Je fais partie des animateurs

qui ont augmenté l'audience de la radio, mais on ne m'a jamais remis un salaire de 75.000 F CFA⁶ ». Sur la même lancée, Khadim Samb, un autre communicateur traditionnel affirme avoir été courtisé pendant longtemps par la RTS alors qu'il travaillait pour la radio Sud Fm. Il finit par accepter en demandant juste un franc symbolique comme salaire. Finalement, selon lui, le salaire qu'on lui donna dépassait largement ses attentes.

Ce type de bénévolat n'est alors qu'apparent puisque la présence à l'antenne profite bien au griot qui acquiert ainsi une visibilité, voire de la notoriété. Il lui arrive, ainsi, pendant qu'il anime une émission, de chanter les louanges de ses « géers », de « riches nobles » desquels il reçoit des dons qui dépassent largement le salaire d'un journaliste.

Ce qui intéresse en réalité le « griot-journaliste », c'est moins un salaire fixe dans une entreprise de média que la possibilité de disposer d'un outil pouvant lui permettre de porter son message le plus loin possible, moyennant la reconnaissance et les récompenses d'une partie de son public. Le journaliste ne peut pas, en principe se permettre de telles pratiques, même s'il arrive à certains d'entre eux d'imiter les griots.

La publicité gratuite est ainsi devenue une pratique courante aussi bien chez les communicateurs traditionnels que chez les journalistes. Il arrive à ces derniers de vanter à l'antenne, le mérite et les bienfaits de leurs patrons de presse pour s'attirer la sympathie de ces derniers.

La société sénégalaise reconnaît au griot le droit de « tendre la main », ne pas travailler et vivre des cadeaux et récompenses des nobles. Les médias donnent ainsi au griot la possibilité de reproduire les mêmes pratiques pour élargir à la fois son champ de connaissance et son champ d'influence, au-delà du Sénégal.

4.3 – Les représentations des « communicateurs traditionnels »

Notre étude montre que les communicateurs traditionnels se définissent tantôt comme des journalistes (23 %), tantôt comme des consultants (29 %) et principalement comme des animateurs (43 %). Pour autant, ils estiment, majoritairement (71 %) ne pas avoir besoin de formation pour exercer leur métier pour diverses raisons :

⁶ Source : Setal.net du mardi 26 janvier 2016

« J'ai la communication dans le sang et je suis naturellement un communicant » (AMG)

« C'est un don de Dieu, un noble intelligent peut aussi exercer la fonction. » (A.N., Rts)

« Je suis né dans une grande famille de griots. Je n'ai donc pas besoin de formation. Je me débrouille tout seul. » (N. L. N., Tfm)

« J'ai juste besoin de formation pour utiliser les nouvelles technologies (L.T. D., Rmd).

J'ai la communication dans le sang. C'est l'absence d'instruction en Français qui fait mon originalité. (K. S., Rts)

J'ai déjà un Master en communication, mais bien avant cela j'exerçais le métier. Parler est un don chez nous. (A.A. M, Tfm)

La perception du communicateur traditionnel montre que ce dernier ne se considère pas généralement comme un journaliste et qu'il n'a donc pas besoin de formation pour exercer son métier. Il n'est pas non plus préoccupé par la question de l'éthique et de la déontologie si chère aux écoles de formation en journalisme. Ce qui se lit dans les propos d'un communicateur traditionnel bien connu du public sénégalais : « Le métier de communicateur traditionnel est devenu un business lucratif et attire même certains nobles qui se « guéwélisent ⁷ » (LTD, Rdm).

En effet, le public des médias est beaucoup plus large et plus diversifié que celui des cérémonies familiales et la présence à la télé donne plus de visibilité et de popularité. Certains griots ont d'ailleurs leur propre groupe presse alors qu'ils n'ont aucune formation en journalisme, d'autres sont devenus conseillers du Président de la République.

En ce qui concerne leurs rapports avec les journalistes, il ressort de nos entretiens que les perceptions sont variées. Pour certains communicateurs traditionnels, les journalistes ont encore du mal à les admettre dans les médias. Certains d'entre eux dénoncent un manque de respect de la part des jeunes journalistes et parfois de la jalousie. Cependant, pour la grande majorité (11/15), les rapports avec les journalistes sont plutôt complémentaires comme en atteste la réponse d'Abdoul Aziz Mbaye, de la Tfm : « Nous les aidons à mieux connaître

⁷ De guéwél (griot) – « se guéwéliser » se comporter comme un griot

l'histoire et la tradition. Ils nous montrent les techniques modernes et l'utilisation des appareils ». C'est dire que la cohabitation entre les journalistes et les communicateurs traditionnels est parfois conflictuelle, mais bien souvent pacifique, voire complémentaire.

5 – Discussion : De l'arbre à palabre au petit écran, rupture ou continuité ?

Il apparaît clairement que le griot à l'époque de la civilisation orale (situation initiale du sense-making), même s'il était issu d'une catégorie sociale dite « inférieure », occupait un rôle et une place importante dans la société. Il était à la fois un historien, un confident du roi et surtout un médiateur social.

Sa position lui donnait droit à certains privilèges notamment celui de recevoir des dons et d'autres types de récompenses de la classe des « géers ». À l'époque, l'écriture et la pragmatique de la communication moderne n'existaient pas encore en Afrique, du moins dans sa forme actuelle. Il appartenait alors aux griots d'interpréter et de transmettre le message du roi à son peuple.

La colonisation et son corollaire, l'écriture ont mis le griot dans une situation d'inconfort (situation de manque, le gap). Les rois étant chassés, tués ou exilés, l'arbre à palabre n'existant plus, le griot a dû se reconvertir pour pouvoir survivre. Ceux qui avaient de l'habileté manuelle sont retournés à leurs métiers de basse alors que d'autres qui ne savaient travailler que par la parole ont dû se reconvertir en chambellan chez les marabouts qui ont survécu à la colonisation. C'est dire donc que la colonisation a plongé le griot dans une sorte d'ambiguïté voire une angoisse existentielle, l'obligeant non seulement à perdre son statut, mais devant vivre de courtisanerie auprès d'une petite catégorie de privilégiés.

Avec l'arrivée des médias et la communication de masse au Sénégal, le griot semble avoir retrouvé un souffle nouveau qui lui a permis de se reconvertir en communicateur traditionnel. Au début des années 1950, son rôle se limitait à faire de l'animation culturelle et historique à la radio, avec le foisonnement des médias, il a su retrouver sa place dans la société en tant que communicateur des masses et médiateur social. Il a pu donner un sens nouveau à sa vocation initiale qui se limitait aux trois fonctions verbales de base décrites par Diop, Ablaye Bara (1983) à savoir la transmission de message, la laudation et la bouffonnerie. Le communicateur traditionnel a donc su se servir des médias comme une sorte de bouée de sauvetage, ce que Dervin appelle le « gab bridging » pour pouvoir retrouver sa place d'antan.

Par ailleurs, la forte présence des griots dans les médias a engendré des pratiques et des changements à la fois chez les journalistes et chez les populations sénégalaises en général.

Le griot est connu pour son éloquence, son élégance et... aussi, son attachement à l'opulence. De plus en plus de journalistes et d'animateurs n'hésitent pas aujourd'hui à se faire des amis ou des sponsors qui les soutiennent financièrement et matériellement. Cette pratique nous semble relever du « mimétisme griotique » et elle entraîne par ailleurs un nouveau rapport à l'argent et aux biens matériels chez les journalistes. Certains ne se gênent pas d'ailleurs à demander des perdiems ou le prix du transport après avoir couvert un évènement. Cette pratique ressemble à bien des égards à celle du griot « maître de cérémonies ».

Aussi, le journaliste est connu pour son élégance qui renvoie au costume classique et à la cravate. La tendance actuelle est de plus en plus orientée vers le boubou ou costume africain, même si rien ne peut permettre d'affirmer que c'est par imitation des communicateurs traditionnels.

Enfin, depuis quelques années, on assiste à une multiplication des émissions en langues nationales dans les médias. Pratiquement, toutes les émissions animées par les communicateurs traditionnels se déroulent en langues nationales, ce qui naturellement marque une plus forte présence des langues nationales dans les médias. Sans compter que la revue de presse en langue « Wolof » a tendance à être théâtralisée. On y retrouve encore toute la rhétorique et la gestuelle des griots.

Conclusion :

Même s'il faut admettre qu'un communicateur traditionnel n'est pas un journaliste, on peut lui reconnaître son statut de « volontaire de l'information et de la communication » (Vic). Aussi, sa présence dans les médias a impacté la pratique journalistique, en même temps qu'elles valorisent nos langues nationales. Communicateurs traditionnels et journalistes sont constamment en interaction et peuvent s'enrichir les uns les autres ce qui écarte toute idée d'accaparement, du moins pour le moment, de l'espace médiatique par le griot, même si la concurrence est une réalité.

L'approche du sense-making, a permis de voir que le communicateur traditionnel joue dans les médias d'aujourd'hui le rôle qu'il a toujours joué dans l'histoire, un parolier, un médiateur social, un gardien de la tradition. Il s'adresse à un public plus large et plus diversifié. Son message n'est plus forcément diffusé dans le lieu et au moment où il est produit. Il est souvent enregistré, transformé, diffusé et parfois même réincarné par la société qui s'approprie les termes et les expressions du griot à telle enseigne qu'une grande partie de la population sénégalaise a tendance à l'imiter. De l'arbre à palabre au petit écran, les pratiques info-communicationnelles du griot s'inscrivent dans un continuum, même si elles ont connu une époque d'ambiguïté avec la colonisation.

Bibliographie :

Badillo, P.-Y. (2008). *Écologie des médias*. (Médi@SIC, Éd.). Bruxelles : Bruylant.

Bongard, A. (2014, décembre 1). Le sense-making : une démarche qui a du sens.

Chaudiron et Sow (2018). Analyse des pratiques info-communicationnelles des chercheurs sénégalais selon l'approche *sense-making*, *Actes du colloque cinquantième de l'EBAD, Les éditions de l'EBAD*, pp.79-92

Diop, J. M. (2015, mars 20). Communicateur traditionnel ou tout simplement griot ? Consulté 2 mai 2017, à l'adresse <http://www.senepius.com/article/communicateur-traditionnel-ou-tout-simplement-griot>

Dervin, B., (1983). An overview of sense-making research : concepts, methods and results, Paper presented at the Annual Meeting of the International Communication Association, Dallas, Texas, May

Dervin B., 2008, « Interviewing as dialectical practice: Sense-Making Methodology as exemplar », International Association for Media and Communication Research (IAMCR), p. 20-25.

Lévy, Pierre. 1996. Essai sur le cyberculture : l'universel sans totalité. *DiversCité Langues*. En ligne. Vol.I disponible à <http://www.uquebec.ca/diverscite>

Maurel D., 2010, « Sense-making : un modèle de construction de la réalité et d'appréhension de l'information par les individus et les groupes », *Études de communication*, 35, p.31-46.

Proulx. (s. d.). *Écologie des médias, une ouverture critique*. Consulté 11 janvier 2018, <http://multisite-wordpress.labunix.uqam.ca/sergeproulx/wp-content/uploads/sites/114/2010/12/2008-proulx-ecologie-des-m-10.pdf>

Sarr, I., & Thiaw, I. (s. d.). Les griots journalistes du Sénégal : « Les maîtres de la parole » wolof entre tradition et modernité. *Médiamorphose*, dossier.

WEICK K., 1995, *Sensemaking in organizations*, London, Sage.