
ReSciLac

Revue pluridisciplinaire Lettres, Langues, Arts,
Communication, sciences humaines et sociales
ISSN : 1840-8001

1^{er} semestre 2025
(juin 2025, vol.10)

Université d'Abomey-Calavi
©SODYLARY, 2025



Indexation : Worldcat, Stanford Libraries, Penn Libraries, Zeitschriften Datenbank

Preuve de l'indexation

- <http://www.worldcat.org/title/rescilac-revue-des-sciences-du-langage-et-da-la-communication/oclc/957341200>

- <https://searchworks.stanford.edu/view/11844535>

Indexation ReSciLaC (WorldCat)

The screenshot shows the WorldCat record for 'ReSciLaC revue des sciences du langage et de la communication'. The page includes the WorldCat logo, a search bar, and navigation links. The main content area displays the title, author (Université d'Abomey-Calavi), and publication details. A sidebar on the right offers an 'Emprunter' (Borrow) button for the Universitätsbibliothek J. C. Senckenberg, Zentralbibliothek (ZB) in Benin, with a note about a 4555 km distance.

ReSciLaC revue des sciences du langage et de la communication
Auteur: [Université d'Abomey-Calavi](#)
Périodique/Revue, français et 2015
Éditeur: [Faculté des Lettres, Arts et Sciences Humaines], Abomey-Calavi et 2015

Genre:	Zeitschrift
ISSN:	1940-8001
Numéro OCLC/Identifiant unique:	957341200
Sujets:	Zeitschrift

Emprunter de **Universitätsbibliothek J. C. Senckenberg, Zentralbibliothek (ZB)** près de Bénin
Emprunter
4 555 kilomètres de distance

Indexation ReSciLaC (Stanford)

The screenshot shows the Stanford SearchWorks catalog record for 'ReSciLaC : revue des sciences du langage et de la communication'. The page features the Stanford Libraries logo, a search bar, and navigation links. The main content area displays the title, publication information, and physical description. A sidebar on the left shows 'At the library' information, including a 'Request' button and a list of available volumes. A sidebar on the right shows 'Description' information, including 'Creators/Contributors' and 'Subjects'.

ReSciLaC : revue des sciences du langage et de la communication
Publication: Abomey-Calavi, Bénin : Université d'Abomey-Calavi, Faculté des Lettres, Arts et Sciences Humaines, [2015]-
Physical description: volumes ; 21 cm

At the library
SAL3 (off-campus storage)
No public access
Stacks
Latest: no.12:v.2 (2020:December) [Request]
Library has: no.1(2015)-
P40.45 .A35 R48 NO.12.V.2 DEC 2020 Available
P40.45 .A35 R48 NO.12.V.1 DEC 2020 Available
P40.45 .A35 R48 NO.11.V.2 JUN 2020 Available
P40.45 .A35 R48 NO.11.V.1 JUN 2020 Available

Description
Creators/Contributors
Contributor: Université d'Abomey-Calavi. Faculté des lettres, arts et sciences humaines Issuing body.
Subjects
Sociolinguistics > Africa > Periodicals.
Linguistics > Africa > Periodicals.
Philology > Africa > Periodicals.
Linguistics.
Philology.
Sociolinguistics.

Université d'Abomey-Calavi
Faculté des Lettres, Langues, Arts et Communication
Laboratoire des Sciences du Langage et de la Communication
SODYLARY / UAC – 2025

ReSciLaC Vol.I0

I^{er} semestre 2025 (juin), vol.I0

Directeur de publication

Prof. Moufoutaou ADJERAN (Université d'Abomey-Calavi, Bénin)

Rédacteur en Chef

Prof. Aimé Dafon SEGLA (Université d'Abomey-Calavi, Bénin)

Comité de rédaction

Dr (MC) Guillaume CHOGOLOU (Université d'Abomey-Calavi, Bénin)

Comité scientifique et de lecture

Prof. Aimé Dafon SEGLA (CNRS, Université d'Abomey-Calavi, Bénin)

Prof. Akanni M. IGUE (Université d'Abomey-Calavi, Bénin)

Prof. Céline PEIGNE (INALCO, Paris)

Prof. Christophe H. B. CAPO (Université d'Abomey-Calavi, Bénin)

Prof. Pascal O. TOSSOU (Université d'Abomey-Calavi)

Prof. Gratien Gualbert ATINDOGBE (Buea, Cameroun)

Prof. Jean Euloge GBAGUIDI (Université d'Abomey-Calavi, Bénin)

Prof. Kofi SAMBIENI (Université d'Abomey-Calavi, Bénin)

Prof. Laré KANTCHOA (Université de Kara, Togo)

Prof. Maxime da CRUZ (Université d'Abomey-Calavi, Bénin)

Prof. Tcha PALI (Université de Kara, Togo)

Prof. Bernard KABORE (Université Joseph KI-ZERBO, Burkina Faso)

Prof. Bangré-Yamba PITROIPA (Université de Koudougou, Burkina Faso)

Prof. Romuald TCHIBOZO (Université d'Abomey-Calavi, Bénin)

Prof. Djoko Luis Stéphane KOUADIO (Université Félix Houphouët-Boigny, Côte d'Ivoire)

Prof. Laurent-Fidèle SOSSOUVI (Université d'Abomey-Calavi, Bénin)

Prof. Innocent Sourou KOUTCHADE (Université d'Abomey-Calavi, Bénin)

Prof. Etienne K. Iwikotan (Université d'Abomey-Calavi, Bénin)

Prof. Dame NDAO (Université Cheikh Anta Diop, Sénégal)

Prof. Alain Christian BASSENE (Université Cheikh Anta Diop, Sénégal)

Prof. Mamadou DRAME (Université Cheikh Anta Diop, Sénégal)

Prof. Kuessi Marius SOHOUE (Université d'Abomey-Calavi, Bénin)

Prof. Constant KPAO SARE M. (Université d'Abomey-Calavi, Bénin)

Prof. Joseph N. SAHGUI (Université d'Abomey-Calavi, Bénin)

Prof. Désiré MEDEGNON (Université d'Abomey-Calavi, Bénin)

Prof. Mapkehrou Rogatien TOSSOU (Université d'Abomey-Calavi, Bénin)

Adresse

Unité de recherche en Sociolinguistique, Dynamique des Langues et Recherche en Yoruba

Laboratoire des Sciences du Langage et de la Communication (LaSciLCom)

Université d'Abomey-Calavi.

laboratoiresociolinguistique@yahoo.fr

Site : <https://revues-uac.org>

Consignes aux auteurs

Modalités de soumission

Les articles doivent être envoyés au directeur de publication à l'adresse suivante : **laboratoiresociolinguistique@yahoo.fr** ou **directement à partir du site de la revue** (<https://revues-uac.org/>).

Chaque proposition est évaluée par deux instructeurs anonymes dans un délai d'un mois (les propositions sont anonymées pour la relecture). Un article proposé pourra être refusé, accepté sous réserve de modifications, accepté tel quel. Les articles peuvent être rédigés **en français, en anglais, en allemand, en espagnol et en yoruba**.

Ils doivent comporter un résumé de 20 lignes maximum en français et en anglais, ainsi que 5 mots-clefs en français et en anglais. Le nombre de pages ou de caractères d'un article n'est pas limité. En revanche, un minimum de 8 pages est requis.

Présentation des contributions

Mise en forme

Format A4 ; Marges = 2,5 cm (haut, bas, droite, gauche) ; Reliure = 0 cm ; Style normal (pour le corps de texte) : Police Centaur 15 points, sans couleurs, sans attributs (gras et italiques sont acceptés pour des mises en relief) ; paragraphe justifié, pas de retrait, pas d'espacement, interligne simple.

Titre de l'article : Police Centaur 16 points, sans couleurs, majuscules, gras ; paragraphe centré, pas de retrait, espacement après = 18 points, pas de retrait de première ligne, interligne simple.

Titre 1 : Police Centaur 14 points, sans couleurs, gras ; paragraphe gauche, espacement avant = 18 points, espacement après = 12 points, pas de retrait, pas de retrait de première ligne, interligne simple.

Titre 2 : Police Centaur 13 points, sans couleurs, italique ; paragraphe gauche, espacement avant = 12 points, espacement après = 6 points, pas de retrait, pas de retrait de première ligne, interligne simple.

Titre 3 : Police Centaur 13 points, sans couleurs, italique ; paragraphe gauche, espacement avant = 12 points, espacement après = 3 points, pas de retrait, interligne simple.

NB : notes de bas de page, numérotation continue, 1...2...3... ; Police Centaur 10 points, sans couleurs, sans attributs (gras et italiques sont acceptés pour des mises en relief) ; paragraphe justifié, pas de retrait, pas d'espacement, pas de retrait de première ligne, interligne simple.

Références bibliographiques : Police Centaur 14 points; paragraphe justifié, pas d'espacement, interligne simple. Retrait d'une tabulation à partir du début de la deuxième ligne de chaque référence.

Exemples :

Blakemore, D. 1992. *Understanding Utterances*. Oxford : Blackwell Publishers.

Braconnier, C. 1993. Quelques aspects du passif mandingue dans saversion d'Odiène. *Linguistique Africaine* 10 : 29-64.

Casali, R. 2008. ATR harmony in African languages. *Language and Linguistics Compass* 2/3 : 496–549.

De Korne, H. 2007. The pedagogical potential of multimedia dictionaries. Lessons from a community dictionary project. The 14th annual stabilizing indigenous language symposium in Michigan on 1-3 June 2007. Consulté le 1er février 2012 sur <http://jan.ucc.nau.edu/~jar/ILR/ILR-11.pdf>.

Présentation

ReSciLaC (Revue des Sciences du Langage et de la Communication) est une revue de l'Unité de recherche en Sociolinguistique, Dynamique des Langues et Recherche en Yoruba (UR-SODYLARY) du Laboratoire des Sciences du Langage et de la Communication (LaSciLCom) de l'Université d'Abomey-Calavi (UAC). ReSciLaC est une revue pluridisciplinaire en Lettres, Langues, Arts, Communication. Elle accueille des contributions abordant un grand nombre de champs d'études des sciences humaines et sociales.

ReSciLaC permet de faire la diffusion de travaux de jeunes chercheurs ou de chercheurs confirmés en sociolinguistique, en linguistique, en didactique des langues, en communication, en littérature, en philosophie du langage, en sciences de l'éducation, en sociologie, en histoire des sciences et techniques, en histoire de l'art, en histoire contemporaine, etc.

L'objectif de ReSciLaC est d'encourager des discussions scientifiques et théoriques les plus larges possibles portant aussi bien sur les sciences humaines, les sciences sociales.

Ethique et authenticité

Pour lutter contre le plagiat, nous utilisons l'application en ligne **Grammarly – plagiarism-checker** pour vérifier les contenus des articles publiés. Un code QR pour la revue. Ce code QR personnalisé contribue au renforcement de la sécurisation et de l'authentification des articles.

SOMMAIRE

SCIENCES DU LANGAGE & LETTRES

1. CONTACT DE LANGUES ET EMPRUNTS LINGUISTIQUES DANS LES PRATIQUES DU FRANÇAIS PAR DES ÉTUDIANTS DE L'UNIVERSITÉ CHEIKH ANTA DIOP DE DAKAR, **Ngari DIOUF**.....2 - 18
2. LES « CORPS DES LAMENTATIONS » DANS SYNGUE SABOUR, PIERRE DE PATIENCE D'ATIQ RAHIMI, **Arouna COULIBALY**19-30
3. ANALYSIS OF PERSUASIVE LINGUISTIC ELEMENTS ON PRODUCT DESCRIPTIONS: A STUDY OF SELECTED PRODUCTS ON JUMIA'S E-COMMERCE PLATFORM, **Emmanuel Selorm GLIGBE & Charlotte SEMONNO**.....31-43
4. STÉRÉOTYPE D'ÊTRE AFRICAIN EN FRANCE : UNE LECTURE DE LE GONE DU CHAÂBA D'AZOUZ BEGAG, **Akudo Ogechi UGWUMBA**44-50
5. SYNTHÈSE DE QUELQUES EXPERIENCES POUR REUSSIR LA CORRECTION DES PRODUCTIONS ECRITES EN CLASSE DU FRANÇAIS LANGUE ETRANGERE, **Orindu Sunny OPARA & Anthonia Nkeiruka NWAOKWEANWA**51-59
6. L'EXUBERANCE COMPORTEMENTALE DE L'ANCIEN COMBATTANT, SIRIMAN KEÏTA DANS LE LIEUTENANT DE KOUTA DE MASSA, **Makan DIABATE & Alidieta DRABO**.....60-72

LANGUES

7. ROLE OF ERROR CORRECTION IN PROMOTING LANGUAGE SKILLS IN EFL CONTEXT: A CRITICAL REVIEW, **Koaténin KOUAME**.....74-87
8. NO FUTURE FOR THE INNOCENT: GENDER, WAR, AND THE DESTRUCTION OF CHILDHOOD IN PAT BARKER'S *THE SILENCE OF THE GIRLS*, **Nonnougou SILUE**88-99

SCIENCES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION

9. INTERNET, MOYEN DE CONQUÊTE ET D'EXERCICE DU POUVOIR D'ÉTAT EN AFRIQUE, **Bi Kahou Albert DJE, Katcha Richmond KOUACOU & Jean-Michel Kouakou Kan N'GUESSAN**101-113

Sciences de l'Information et de la Communication

INTERNET, MOYEN DE CONQUÊTE ET D'EXERCICE DU POUVOIR D'ÉTAT EN AFRIQUE

Bi Kahou Albert DJE

djeybs@yahoo.fr

Université Alassane Ouattara, (Côte d'Ivoire)

&

Katcha Richmond KOUACOU

katchakouacou@gmail.com

Université Alassane Ouattara, (Côte d'Ivoire)

&

Jean-Michel Kouakou Kan N'GUESSAN

jean_michelnguissan@outlook.fr

Université Alassane Ouattara, (Côte d'Ivoire)

Résumé

Malgré un certain retard technologique, l'Afrique connaît depuis les années 2000 une révolution numérique portée par l'irruption d'internet. Plus qu'un simple outil de communication, internet est devenu un levier stratégique de conquête du pouvoir politique et un instrument moderne de gouvernance en Afrique. Il permet ainsi aux acteurs politiques de faire du marketing politique en diffusant largement leurs idées et leurs actions ; d'entretenir leur image et d'interagir directement avec leurs militants et sympathisants. Par ailleurs, internet permet de soutenir les dynamiques de transparence et d'efficacité administrative dans les États africains en pleine transformation numérique tout en luttant contre la cybercriminalité. S'appuyant sur la théorie de l'espace public médiatisé, enrichie par les apports de la démocratie numérique, cette étude adopte une approche qualitative d'analyse de contenu appliquée aux plateformes numériques des partis politiques, mais aussi des administrations publiques. Les résultats de cette réflexion indiquent qu'internet est aujourd'hui incontournable tant dans la conquête du pouvoir politique que dans la gestion administrative de l'État en Afrique.

Mots-clés : Internet- Pouvoir- Communication politique- Gouvernance, Média numérique

Abstract

Despite a certain technological delay, Africa has experienced a digital revolution since the 2000s driven by the emergence of the internet. More than a simple communication tool, the internet has become a strategic lever for conquering political power and a modern instrument of governance in Africa. It thus allows political actors to carry out political marketing by widely disseminating their ideas and actions; to maintain their image and interact directly with their activists and supporters. Furthermore, the internet helps support the dynamics of transparency and administrative efficiency in African states undergoing digital transformation while fighting against cybercrime. Based on the theory of the mediated public space, enriched by the contributions of digital democracy, this study adopts a qualitative approach to content analysis applied to the digital platforms of political parties, but also public administrations. The results of this reflection indicate that the Internet is today essential both in the conquest of political power and in the administrative management of the State in Africa.

Keywords: Internet- Power, Political communication- Governance- Digital media

Introduction

La politique, de l'avis de Charaudeau (2012), est largement tributaire de la communication du fait du lien consubstantiel qui lie ces deux concepts. Mais, pour conquérir le pouvoir politique de manière démocratique, les hommes politiques ont besoin de persuader les électeurs par leur projet de société. C'est là que la diffusion du message politique devient nécessaire. En effet, si le marketing politique doit sa naissance aux techniques du marketing commercial (Albouy, 1994 ; Trétarre, 2012), force est de reconnaître que son développement et son émergence ont été rendus possible grâce aux médias (Gerstlé et Piar, 2016). Dans cette veine, à côté des médias traditionnels, la vulgarisation d'internet et ses applications (Facebook, Twitter, LinkedIn, Skyblog...) participent à la diversification des moyens de communication politique (Atchoua, 2013 : I).

Aujourd'hui, ces nouveaux moyens de communication jouent un rôle indéniable surtout dans les campagnes politiques et dans la gouvernance du pouvoir d'État. Internet devient de ce fait un instrument majeur de conquête et de gouvernance (Bogui, 2024 ; Agney, 2023). C'est fort de ce constat que cette étude s'interroge sur les usages d'internet dans le domaine politique et dans la gestion administrative de l'État en Afrique. De manière explicite : En quoi internet est-il un moyen de conquête du pouvoir en Afrique ? Comment internet participe-t-il à l'exercice et à la gestion du pouvoir d'État en Afrique ?

L'internet, grâce à ses nombreuses applications, participe à faire connaître, aimer et élire les hommes politiques par le truchement du marketing politique. Aussi, est-il un levier indispensable de la gouvernance administrative dans une Afrique en pleine transition numérique. L'objectif poursuivi est de montrer qu'internet est un moyen efficace de conquête du pouvoir politique et de gouvernance. Avant d'étayer ces affirmations, il importe d'indiquer le cadre théorique et l'approche méthodologique de cette étude.

I. Positionnement théorique et cadre méthodologique de l'étude

La théorie de l'espace public médiatisé de Wolton (1992) fonde l'ancrage théorique de l'étude. Elle met un accent particulier sur le rôle des médias dans la construction et la structuration du débat public. Pour l'auteur, ce sont les médias qui, par le truchement de la théorie de l'agenda setting, guident et contrôlent le contenu informationnel. Elle insiste sur le fait que les médias de masse, en tant qu'intermédiaires entre les sphères de production et de réception, agissent sur les récepteurs. Cette théorie met également un accent sur la performance des médias qui jouent un rôle essentiel dans la persuasion. Dans le cadre de ce travail, internet, en tant qu'outil de communication numérique permet de diffuser une information à un public large et diversifié. Il est utilisé dans le cadre des communications et des campagnes politiques pour promouvoir soit la vision, soit le projet de sociétés des acteurs politiques. Les dirigeants l'utilisent pour mettre en place des politiques de contrôle et de sécurisation des données. Cette théorie valide l'orientation des analyses proposées qui met en lumière le rôle et les usages d'internet en tant que moyen de diffusion et de communication de l'information dans la conquête du pouvoir d'État et dans la gestion administrative des affaires publiques.

Sur le plan méthodologique, nous avons opté pour une analyse qualitative de contenu des données des plateformes numériques des acteurs politiques, des gouvernants et de leurs partisans. Le corpus est constitué d'informations prises sur les plateformes numériques des organisations politiques ivoiriennes telles que le PDCI (Parti Démocratique de Côte d'Ivoire), le RHDP (Rassemblement des Houphouëtistes pour la Démocratie et la Paix) et le PPA-CI (Parti des Peuples Africains-Côte d'Ivoire), les médias numériques officiels des partis politiques comme PDCI TV, PPA-CI TV, des pages Facebook officielles des organisations politiques et les pages affiliées qui diffusent des contenus en vue de la conquête du pouvoir puis les sites gouvernementaux. L'objectif est d'examiner et de saisir le contenu des messages publics qui y sont diffusés par ces structures.

2. Internet : instrument de conquête du pouvoir d'État en Afrique

La croissance fulgurante d'internet en Afrique, en général, et en Côte d'Ivoire en particulier, s'explique entre autres, selon Atchoua (2013), par la baisse progressive de leur modalité d'acquisition¹⁰. Les acteurs politiques et leurs communicants vont donc surfer sur cette nouvelle dynamique pour exploiter à fond cet outil en vue de faire le marketing de l'homme politique et la cyber communication politique.

2.1 Les médias sociaux numériques comme instruments de marketing de l'homme politique

Le marketing de l'homme politique¹¹ est une stratégie de communication qui consiste à créer une adéquation entre le besoin exprimé par la population et l'offre politique du candidat. Pour cela, il tente de valoriser le candidat, de faire sa promotion pour le faire correspondre à la demande du public (Lora, 2006 ; Albouy, 1994). Cette forme de communication tire son origine du marketing commercial dont le succès a été exploité et transposé à quelques variables près dans le domaine politique (Lidon, 1977).

Le marketing de l'homme politique, dans sa mise en œuvre, exploite diverses théories et stratégies, notamment la stratégie bandwagon, via les médias numériques. Selon l'effet bandwagon, « le comportement et les croyances des individus sont influencés par ceux des majorités » (Trétarre, 2012 : 297). Ainsi, les populations voyant la forte popularité du candidat dans les médias pourraient, par effet de conformisme, adhérer à sa position.

En Côte d'Ivoire, à mesure que l'on se rapproche de l'élection présidentielle d'octobre 2025, les principaux partis politiques comme le RHDP, le PDCI et le PPA-CI en présence sur l'échiquier politique rivalisent d'ardeur pour présenter leur potentiel candidat comme étant celui qui a une plus forte légitimité. Pour cela, par le truchement des médias numériques, ils exploitent la théorie bandwagon. Pour démontrer qu'ils ont la majorité numérique, ces partis politiques emploient à foison les médias sociaux et des éléments de langages. C'est le cas du RHDP qui, à travers sa propagande, exploite ses pages numériques (RHDP ou rien horizon 2025, 164 000 membres) pour couvrir ses activités

¹⁰ Selon les données de l'ARTCI, (Autorité de la Régularisation des Télécommunications de Côte d'Ivoire)s en date du 21 juin 2023, le nombre d'abonnés à la téléphonie mobile, serait de 50 130 099 et celui d'utilisateurs d'internet mobile est de 26 789 366. Ces chiffres montrent à suffisance la forte pénétration des réseaux numériques dans l'espace médiatique ivoirien.

¹¹ À ces débuts, le marketing de l'homme politique a fait l'objet de nombreuses critiques. Il lui a été reproché de vendre l'homme comme un savon. Malgré ces critiques, grâce à ses performances, aujourd'hui, il s'est imposé dans le domaine politique.

politiques. Au cours desdites activités, il met en évidence le volet attractif de leur organisation politique qui enregistre de nombreuses adhésions¹².

Se référant aux campagnes présidentielles de 2010 et 2015, Tahirou (2024 : 26) souligne le fait que le candidat Ouattara a fortement exploité la communication numérique à travers de nombreuses pages officielles comme « @AvecAdoPr, RHDP France @avecAdo, et jeune avec Ado sur @jeuneAvec Ado ». Il ajoute également que tous ces comptes et pages de réseaux sociaux sont adossés à des sites web tels que : avecado.ci, jeuneavecado.ci et dispora225avecado.net. Toutes ces pages numériques ont été créées dans l'unique but de vendre le candidat Ouattara et son projet politique via internet.

Les médias publics étant fortement contrôlés par les pouvoirs publics¹³ (Agney, 2023), le PDCI va davantage jeter son dévolu sur les médias sociaux et numériques pour communiquer sur ses activités politiques. Si en 2010, il a été reproché au PDCI de n'avoir pas exploité suffisamment les médias numériques lors de la campagne présidentielle (Coulibaly, 2016), force est de reconnaître que depuis l'élection du président Thiam en décembre 2023, les choses ont beaucoup évolué dans le sens de la communication numérique. En effet, aujourd'hui le PDCI dispose de médias numériques pour couvrir ses activités (PDCI TV qui compte 218000 followers)¹⁴ ou encore (Pdci24H /24TV 71 000 followers). Outre ces plateformes officielles du Parti, il convient de noter que plusieurs pages Facebook ont été créées pour vendre l'image de Tidiane Thiam ; ce sont à titre d'illustration : « les sentinelles pour Tidiane Thiam, 49 000 followers », « génération Tidiane Thiam, 16000 followers », « les amis de Tidiane Thiam avec 49520 membres, etc. ». Par le truchement de ces canaux numériques, les partisans du PDCI et les sympathisants du président Thiam disposent de plusieurs moyens de communication pour faire connaître davantage leur président, ses activités et sa vision politique. Le PDCI en renouant avec les médias numériques démontre ainsi l'importance et la puissance de ce média. Aujourd'hui, par le biais des émissions comme « Autrement politique » diffusées les dimanches à 20 h, et « C'est jeudi »¹⁵ diffusée chaque jeudi, ce parti politique mène une offensive médiatique pour redorer son blason, refaire son retard au niveau de la communication digitale et propager ses messages sur des questions d'actualité dans l'optique de séduire et convaincre de nouveaux militants et sympathisants à les rejoindre (Trétarre, 2012).

Le PPA-CI de Laurent Gbagbo n'est pas en reste dans l'usage du numérique dans la communication politique. Ce parti politique dispose d'une télévision numérique appelée (Ppa-Ci Tv qui compte 132000 followers). Ce média numérique a pour mission la couverture et la diffusion des activités du parti. Outre cela, le parti dispose aussi de pages

¹² La théorie bandwagon se manifeste davantage par les différentes adhésions au parti. Cela montre que le parti est de plus en plus attractif.

¹³ Les médias de service public semblent avoir perdu cette fonction pour être devenus des médias d'État. À cet effet, ces médias consacrent plus d'audience au parti au pouvoir, rompant le traitement égalitaire des activités des autres partis.

¹⁴ Ces chiffres ont été consultés sur les différentes pages le 05 Mars 2025 à 9h 57 mn sur ces plates formes.

¹⁵ La mise en place des émissions comme « autrement politique » diffusé les dimanches à 20h et « c'est jeudi » diffusé le jeudi à 20h résulte d'une protestation contre la Nouvelle Chaîne Ivoirienne. Ce parti politique a décidé de créer ces émissions sur ces plateformes numériques pour ne plus participer à l'émission NCI 360. En effet, dans un communiqué rendu public le 09 février 2025 par le porte-parole du PDCI, ledit parti protestait comme un acharnement médiatique orchestré contre son président. En réaction, il a décidé de ne plus prendre part aux débats sur cette chaîne. Il a décidé de créer ses émissions pour compenser ce déficit communicationnel.

Facebook officielles comme (PPA-CI relais : 291 000 followers) (Papa Gbagbo 19000 followers) et de pages personnelles pour promouvoir le nouvel instrument politique de Laurent Gbagbo. Ces médias alternatifs arrivent à alimenter l'actualité politique et surtout à faire connaître les principaux messages de leur parti. Ces médias deviennent non seulement un instrument de marketing politique, mieux, ils permettent de contourner les médias de services publics qui sont contrôlés par les gouvernants.

Au regard du développement précédent, l'on note avec Atchoua (2013) que tout comme le citoyen lambda, les acteurs politiques africains et leurs partis politiques s'investissent davantage dans le numérique pour communiquer (magazine réseau télécom network n°59 ; janvier 2013). Ils se déploient sur le Net pour diffuser leurs projets, mobiliser les électeurs à voter pour eux. À côté de cette communication diffusée par les hommes politiques eux-mêmes, ou des organes de presse plus ou moins officiels de leurs partis, une autre forme de communication est menée par les cybermilitants dans le but de construire une image honorable ou reluisante des potentiels candidats et défendre leurs projets de sociétés auprès des électeurs.

2.2 La cyber communication : quand les cybermilitants se font une guéguerre sur la toile pour vendre l'image de leur candidat et imposer son projet politique

La communication politique est perçue par Wolton (1989 : 30) comme « l'espace où s'échangent les discours contradictoires des trois acteurs qui ont la légitimité à s'exprimer publiquement sur la politique (...) »¹⁶. Il résulte de cette définition que la communication politique est un lieu de débat, de confrontation idéologique pour le contrôle de cet espace. Aujourd'hui, internet est devenu par la force des choses et par son dynamisme le nouvel espace public puisqu'il offre à ses usagers la possibilité de débattre librement comme cela se faisait dans la Grèce antique avec l'agora¹⁷ (Coulet, 1996) ou à Rome avec le forum (Achard, 1991).

En Côte d'Ivoire, des espaces publics informels de discussion ont vu le jour où ils se sont amplifiés au lendemain de la rébellion armée de septembre 2002. Ces espaces étaient des lieux de mise en scène ou de théâtralisation de la communication politique. Ainsi, Atchoua (2008) et Bahi (2003) qui interrogent la nature de ces espaces dénommés "agoras, parlements, sorbonne, etc." soutiennent que ces espaces étaient favorables aux idéaux de la gauche. Dans ces espaces, on distillait les idées proches du régime du président Gbagbo et on y déconstruisait l'opposition ainsi que les pays occidentaux présentés comme leur suppôt. D'un autre côté, existaient aussi des espaces publics plus restreints appelés les grins¹⁸. Ces espaces traitaient également de l'actualité politique en soutenant l'idéologie du Rassemblement des Républicains (RDR). Dans ces espaces, on défendait l'opposition ainsi que la communauté internationale. Comme on peut le constater, ces espaces étaient en confrontation permanente du point de vue de leur orientation idéologique. Même si

¹⁶ Les trois acteurs dont parle Wolton sont : les hommes politiques, les journalistes et l'opinion publique. Pour lui, ce sont ces trois entités qui sont légitimés pour discuter des questions politiques en société.

¹⁷ L'agora est à l'époque archaïque le symbole de la ville grecque ; c'est un lieu de communauté. L'agora est le symbole de la démocratie ou de la liberté d'expression même si toutes les catégories sociales n'étaient pas autorisées à discourir.

¹⁸ Le mot grin est un mot qui est issu du malinké. Il désigne un rassemblement d'un petit nombre de personne. Le grin est contrôlé par un chef appelé Côrô. C'est donc ce dernier, de par son influence qui régit cet espace.

certains de ces espaces ont disparu aujourd'hui¹⁹, on peut quand même remarquer que l'antagonisme qui les caractérisait est toujours omniprésent et s'exprime désormais sur un nouvel espace, la toile (internet).

En effet, si la communication numérique a longtemps caractérisé les pays du nord, il convient aussi d'admettre que les pays du sud se sont également appropriés ce nouvel espace public²⁰ pour débattre des questions politiques. Aujourd'hui, les nouveaux communicants ou communicants alternatifs comme les cyberactivistes et d'autres créateurs de contenus sont les rois de ces espaces. Ainsi, des questions qui ne peuvent être débattues librement dans les médias classiques comme la Télévision et la radio sont discutées dans cet espace par des cybermilitants²¹. Ils le font par le truchement de panels ou de communication unilatérale sous la forme de conférences. De ce fait, on retrouve des cyberactivistes ou communicants de chaque formation politique majeure de la Côte d'Ivoire qui prennent clairement faits et causes pour leur candidat ou leur parti politique. Dans cette veine, les partisans d'Alassane Ouattara communiquent pour mettre en lumière ses réalisations tout en encourageant le peuple à lui accorder un autre mandat pour qu'il poursuive ses œuvres pour le bonheur des Ivoiriens.

Du côté des cybermilitants proches du PDCI, ils ne tarissent pas d'éloges à l'endroit de leur président Tidiane Thiam. Ils le présentent comme le nouvel espoir ivoirien au regard de sa compétence, de ses performances et surtout de sa parfaite connaissance du milieu de la finance internationale. Son passé en qualité d'ancien Directeur général du BNETD²² (Bureau National d'Étude Technique au Développement), anciennement DCGTx (Direction et Contrôle des Grands Travaux), puis Directeur Général du crédit suisse et Manager général de la compagnie britannique d'assurance « Prudential » font de lui un candidat aux multiples compétences. En plus de cette légitimité par formation²³ et par compétences (Charaudeau, 2012), il bénéficie également de la légitimité par filiation, car Petit fils d'Houphouët Boigny. Toutes ces qualités et bien d'autres sont mis en avant pour vanter ses mérites et lui construire une image honorable, d'homme de la rupture et de la nouvelle génération²⁴.

Les cybers communicants du PPA-CI ne sont pas en reste. Leur communication vise à sensibiliser leurs militants, à les mobiliser pour mener la bataille en vue de la réinscription de leur leader (Laurent Gbagbo) sur la liste électorale et aussi faire sa

¹⁹ La plupart des espaces publics informels comme la sorbonne et les agoras et parlements ont été supprimés par les nouvelles autorités dès leur prise de pouvoir. Aujourd'hui tous ces espaces sont utilisés à d'autres fins.

²⁰ Jouet que cite Tahirou (2024), conteste le fait que internet soit vu comme le nouvel espace public.

²¹ Les médias numériques offrent plus de liberté à ses usagers que les médias classiques. Même si l'on peut regretter le professionnalisme des animateurs de ces plateformes et les questions d'éthiques, ces médias apparaissent néanmoins comme de véritables espaces publics.

²² C'est en sa qualité de DG du BNETD, puis ministre du plan et du Développement, qu'il a initié le projet les 12 Travaux de l'éléphant d'Afrique. Ce vaste programme comportait la politique infrastructurelle du Pays. Il s'agissait de bâtir des infrastructures comme les routes, les hôpitaux, les écoles. Tous les travaux susceptibles de relever le Pays.

²³ Tidiane Thiam, en 1982, après avoir obtenu avec brio le baccalauréat série scientifique, est le premier ivoirien à intégrer la prestigieuse école polytechnique de Paris, d'où il est sorti major de l'école des mines.

²⁴ En Côte d'Ivoire, la scène politique a longtemps été caporalisée autour de trois grandes personnalités que sont Bédié, Ouattara et Gbagbo. Ces trois grands sont souvent suscité des passions. Aujourd'hui de nombreuses personnes pensent que le salut du pays passe par leur mis en retraite et l'avènement de nouveaux leaders, ou d'une nouvelle génération.

promotion. Pour eux, seul Gbagbo est capable de redonner à la Côte d'Ivoire sa dignité et sa souveraineté.

En somme, les cybermilitants, par le biais du cyberspace, construisent et animent l'actualité politique par leur engagement politique et communicationnel. On comprend alors qu'ils utilisent les nouveaux outils de la communication pour tenter de légitimer leur candidat, mais également délégitimer leurs adversaires par le biais d'une esthétique de la laideur (Katcha, 2022). L'objectif de telles communications via le numérique demeure la promotion de leur leader. Outre les fonctions décrites supra, internet se présente aussi comme un puissant moyen de gouvernance en Afrique.

3. Internet : Outil de gouvernance et de gestion des affaires publiques en Afrique

Aujourd'hui, internet est un levier indispensable dans la gouvernance en Afrique. De ce fait, il est utilisé par les dirigeants pour contrôler et diriger l'administration publique. Cette forme de gouvernance est aussi appelée la gouvernance numérique ou e-gouvernance.

3.1 Internet et transformation des modes de gouvernance : entre efficacité institutionnelle et exigence de transparence

Les nouveaux outils de la communication qui découlent de l'avènement d'internet apparaissent comme une aubaine pour les gouvernants africains. Aujourd'hui, aucune gouvernance sérieuse ne peut ignorer ces nouveaux outils (Bogui, 2024). L'utilité de ces outils se démontre à plusieurs niveaux. Au niveau de la gouvernance économique, internet permet un meilleur recouvrement des ressources de l'État. En Côte d'Ivoire par exemple, l'État a entrepris d'importantes réformes en mettant en place des outils de digitalisation pour le recouvrement des deniers publics au niveau des régions financières. Dans cette perspective, l'administration des douanes, du trésor et celle des impôts disposent de services numérisés permettant de collecter efficacement et directement les ressources via les instruments du numérique comme trésor pay, trésor money²⁵. Outre le recouvrement des ressources financières, internet permet également de lutter contre la corruption et la fraude. Avec les applications numériques, les services de douanes arrivent à contrôler un peu plus efficacement les produits dédouanés ou non. C'est grâce à ses outils qu'en 2018, il a été découvert un vaste réseau de fraude de véhicules non dédouanés²⁶.

Au niveau de la communication gouvernementale, internet joue également un rôle fondamental à côté des outils traditionnels de communication (médias classiques). L'internet facilite la communication entre les gouvernants et les gouvernés. Les gouvernements africains exploitent les plateformes numériques pour diffuser les informations et communiquer sur les actions du gouvernement. À titre d'illustration, le gouvernement ivoirien s'est doté de plateforme de communication, notamment de compte Facebook, de compte Instagram, de compte YouTube et de compte LinkedIn²⁷.

²⁵ L'État ivoirien a décidé de prélever les impôts via les comptes des entreprises. Il s'agit désormais de réduire la présence humaine dans les transactions entre les contribuables et l'État.

²⁶ Dans une conférence de presse, le Directeur général des Douanes ivoiriennes a déclaré que plus de 200 véhicules importés en Côte d'Ivoire n'ont pas suivi le circuit de dédouanement. (Source, abibjan.net du samedi 14 Juillet 2018.

²⁷ Tous ces sites ont été repérés sur le portail du gouvernement de Côte d'Ivoire le 16 Mars 2025 à 8h.

Tous ces outils témoignent de la volonté et de l'engagement du gouvernement ivoirien à se rapprocher davantage de ses populations. Selon un rapport de l'Union Africaine (2019), l'usage des technologies de l'information et de la communication permet d'assurer une gestion saine et transparente de la gouvernance. Ces outils permettent aux populations de suivre et de contrôler l'action gouvernementale selon Transparency International (2021). Dans son ouvrage gouverner c'est paraître, Cottérêt (1991) met un accent particulier sur la visibilité de l'action publique et des acteurs politiques. Pour lui, une gouvernance juste et transparente doit être visible. La bonne gouvernance dans les collectivités locales grâce aux TIC est mis en relief par Kra (2013). Pour cet auteur, il est possible de résoudre efficacement les problèmes de transparence et de participation citoyenne au développement local grâce à l'usage des technologies de l'information et de la communication.

L'instauration de la e-gouvernance permet aux usagers d'avoir un accès facile à la documentation. Cela permet aux populations de bénéficier, dans des délais raisonnables, de documents administratifs en facilitant les démarches administratives. Au Rwanda par exemple, l'usage du numérique dans la gestion permet à l'administration d'être efficace et transparente dans la gestion des ressources à travers la plateforme "Irembo" (Kanyamibwa, 2021). Tout comme les TIC, internet contribue à une meilleure information des citoyens africains et à la plus grande transparence de l'action politique (Koné cité par Bogui, 2024 : 44). Outre la bonne gouvernance et la transparence, internet apparaît aussi comme un moyen de lutte contre la cybercriminalité et de modernisation de l'administration publique.

3.2 Internet en Afrique : levier stratégique pour la lutte contre la cybercriminalité et la modernisation de l'administration publique

L'avènement d'internet a également donné naissance à de nombreuses formes de criminalité. Ainsi, de l'espionnage numérique au vol de données secrètes, internet est malheureusement utilisé à tort pour commettre un certain nombre d'infraction. Ainsi, certains usagers l'utilisent pour commettre des crimes ou pour diffuser des fake news susceptibles de créer des troubles à l'ordre public. C'est le cas d'une vidéo diffusée par un internaute pour inciter les populations à s'en prendre aux nigériens au motif que des ivoiriens sont maltraités par ces derniers dans leur pays²⁸. Cette vidéo d'appel à la haine a malheureusement eu des conséquences néfastes sur les populations incriminées. Face aux dérives orchestrées via internet, les autorités ivoiriennes ont entrepris dès 2012, en application du décret « n°2011-476 du 21 Décembre 2021 portant identification des abonnés de services de télécommunications ouverts au public » au recensement des usagers d'internet au travers des téléphones portables.

L'objectif de cette opération est de créer une sécurité numérique afin de pouvoir tracer et identifier les auteurs qui pourraient commettre des cybercrimes. Il s'agit aussi de protéger l'image du pays qui a été écornée par le phénomène du broutage (Bogui, 2016 :

²⁸ Dans un article publié sur le site internet, Abidjan.net le mercredi 19 Mai 2021, une information diffusée faisait cas d'ivoiriens maltraités au Niger. Cette vidéo relayée a failli créée des émeutes contre la communauté nigérienne en Côte d'Ivoire.

2) ²⁹. En plus des instruments juridiques, les autorités ont mis en place des structures comme la plateforme de lutte contre la Cybercriminalité (PLCC). Cette unité de lutte contre la criminalité numérique permet à l'État de mettre hors d'état de nuire les personnes malveillantes qui utilisent internet pour commettre des infractions numériques (Tahirou, 2024).

Outre les défis sécuritaires, internet se présente aussi comme un moyen de modernisation de l'administration publique. En effet, la célérité dans le traitement des documents administratifs, de même que la conservation des données sont aujourd'hui facilitée grâce à l'usage intelligent d'internet dans l'administration publique. En Côte d'Ivoire, le gouvernement a mis en place des plateformes numériques dans le but de faciliter la délivrance des documents administratifs. Il envisage à terme d'établir une interconnexion entre les différentes administrations en vue de leur efficacité. En prenant de telles mesures, l'État ivoirien manifeste clairement sa volonté de voir son administration se performer davantage en rendant l'action publique plus efficace. Ces innovations menées grâce à internet permettent d'améliorer la qualité des services publics. Dans un autre sens, internet à travers le cloud computing, permet selon N'Guessan (2025 : 505) d'améliorer la sécurité et l'efficacité des services administratifs. Cet instrument apparait aussi comme une solution stratégique pour relever les défis liés à la gestion des données publiques, même si des actions et des infrastructures doivent au préalable être mis en place. En somme, le cloud computing se présente comme un instrument incontestable d'internet pour répondre aux préoccupations des usagers dans bien de domaines.

Conclusion

La révolution numérique qui est actuellement en cours en Afrique a profondément transformé le paysage politique et administratif africain. De simples outils de communication à l'origine, internet est devenu aujourd'hui le nouvel espace public médiatisé. Tous les débats publics y sont régulièrement menés. Par ailleurs, il est un instrument central de conquête du pouvoir politique puis de gestion de l'action publique. Les acteurs politiques africains qui investissent massivement cet espace en font un moyen de stratégies marketing, de mobilisation sur les réseaux sociaux numériques, et de la gouvernance numérique (e-administration), transparence, dématérialisation. Néanmoins, cette transformation appelle aussi à une réflexion critique dans la mesure où, elle s'accompagne de dérives comme la désinformation, les manipulations idéologiques et la surveillance numérique. De plus, la fracture numérique demeure un frein majeur à l'inclusion citoyenne. Il devient donc essentiel pour les usagers de repenser les politiques publiques numériques dans une perspective éthique, inclusive et démocratique.

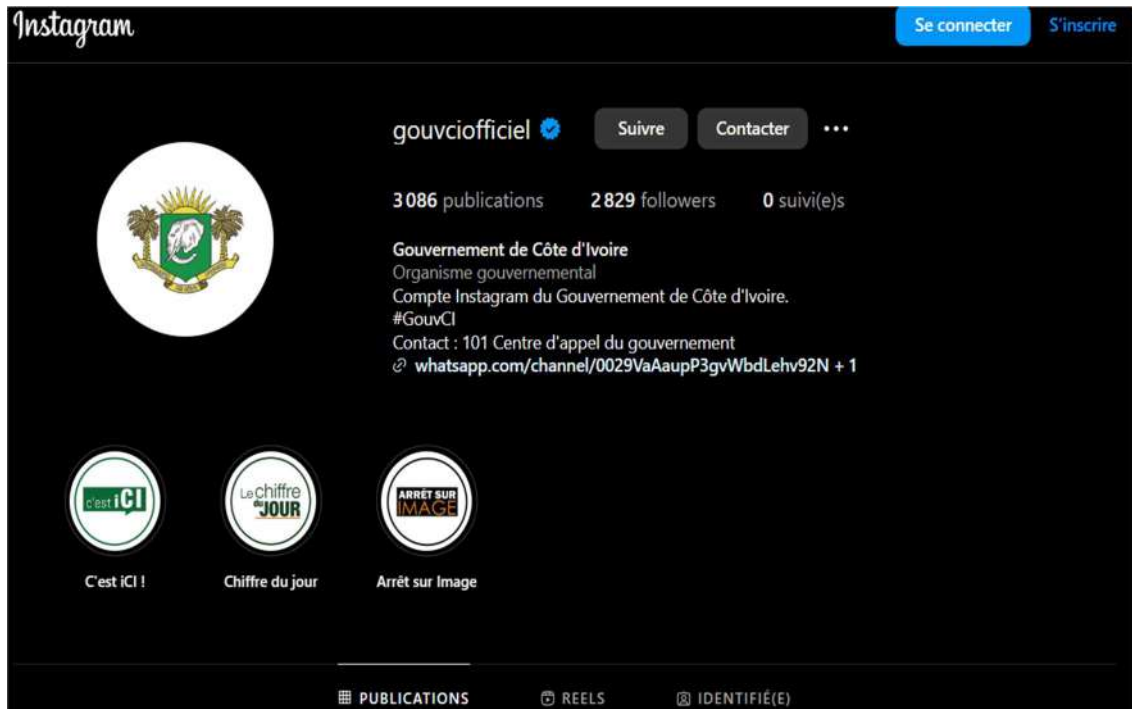
²⁹ Le phénomène du broutage ou de l'escroquerie numérique a détérioré l'image de la Côte d'Ivoire. En effet, la Côte d'Ivoire et le Nigeria étaient vu comme des pays où la délinquance numérique était très en vogue. Ce fait impactait l'image du pays au plan international.

ANNEXES : Quelques captures d'écran
Capture d'écran I : Page Facebook officielle Gouvernement Cote d'ivoire



Source : <https://web.facebook.com/gouvci.official/>

Capture d'écran 2 : Page Instagram officielle Gouvernement Cote d'ivoire



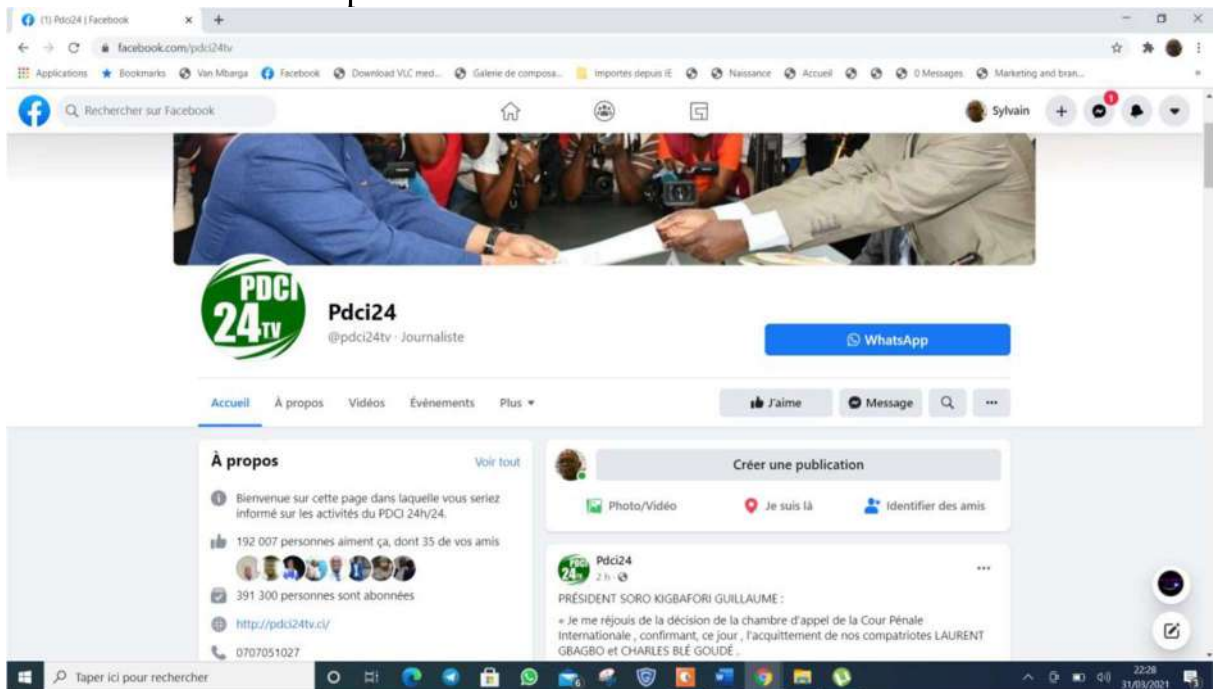
Source : <https://www.instagram.com/gouvci.official/#>

Capture d'écran 3 : Page Youtube officielle Gouvernement Cote d'Ivoire



Source : <https://www.youtube.com/user/gouvcivideo>

Capture d'écran 4 : Web Tv du PDCI-RDA



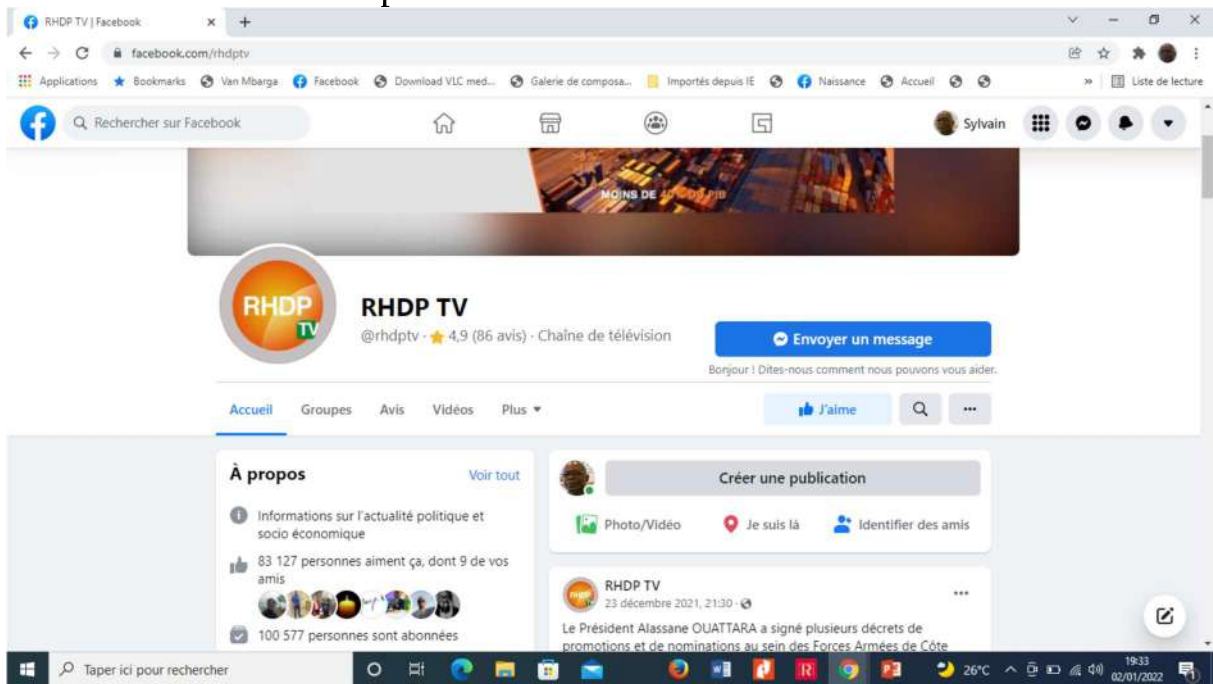
Source : https://web.facebook.com/PDCITV/?locale=fr_FR&_rdc=I&_rdr#

Capture d'écran 5 : Web Tv du PPACI



Source : https://web.facebook.com/ppacitv/?_rdc=I&_rdr#

Capture d'écran 6 : Web Tv du RHDP



Source : https://web.facebook.com/rhdptv?_rdc=I&_rdr#

Références bibliographiques

- Achard, G. 1994. *La Communication à Rôme*. Paris : Éditions Payot & Rivages.
- Agney, F. & Akrebou, S. (2023). Les réseaux sociaux numériques à l'épreuve de l'expression démocratique en Côte d'Ivoire. *Revue international du chercheur*, vol 4 (3) : 718-738.
- Albouy, S. 2012. *Marketing et communication politique*, Paris, L'Harmattan.
- Atchoua, N. J. 2013. « Usages des réseaux numériques et sens de la communication politique en Côte d'Ivoire », *Nodus & Sciendi*, http://nodusciendi.net/telecharger.php?file=Article_ATCHOUAPDF .
- Bahi, A. 2003. « La sorbonne d'Abidjan : rêve de démocratie ou naissance d'un espace public ? » *Revue Africaine de sociologie*, 7(1) : I-17.
- Bogui, J-J. & Assoumou, H. (2024). « De l'usage des TIC dans l'espace public ivoirien : entre enjeux démocratiques et violence politique », *Rel@com, Langage et Communication*, 8 : 43-60.
- Bogui, J-J. & Atchoua, N-J. 2016. « La régulation des usages des TIC en Côte d'Ivoire : entre identification et craintes de profilage des populations », *tic société [En ligne]*, 10 (1) : I-7.
- Charaudeau, P. 2012. *Discours politiques, les masques du pouvoir*. Paris : Lambert Lucas.
- Cotteret, J-M. 1991. *Gouverner c'est paraître*. Paris : Puf.
- Coulet, C. 1996. *Communiquer en Grèce ancienne, Écrits, Discours, Information, voyages*. Paris : Les belles lettres.
- Gerstlé J. & Piar C. 2016. *La communication politique*. Paris : Armand Colin.
- Kanyamibwa, G. 2021. Digital transformation in Rwanda: a model for Africa. *Journal of African Political science*, I-67.
- Koné, T. 2024. *Technologies siconumériques en Côte d'Ivoire, Formes d'engagement politique et médiatique*. Paris : L'Harmattan.
- Kouacou, K-R. 2022. « L'esthétique du langage politique dans la communication électorale ivoirienne : L'exemple des messages des acteurs politiques aux présidentielles de 2010 et 2015 », Thèse de doctorat unique en Communication, sous la direction de Atchoua N'Guessan Julien, Université Félix Houphouët Boigny. (Non publiée).
- Kra, K-R. 2013. « Communication et développement local : La contribution des technologies de l'information et de la Communication (TIC) à la gouvernance locale », *Revue Communication en question*, 1(1) : 80- 103.
- Lidon, D. (1977). *Marketing politique et social*. Paris : Dalloz.
- Lora, M. 2006. *Marketing politique : mode d'emploi*. Paris : Groupe Studyrama.
- N'Guessan, J-M. 2025. « Transformation numérique des administrations en Côte d'Ivoire : rôle stratégique du cloud computing dans la gestion des données publiques », *Revue Ziglôbitha*, 2 : 497-508.
- Trétarre, F. (2012). *Campagnes électorales*. Paris : Gualino, Lextenso.
- Wolton, D. 1992. « Les contradictions de l'espace public médiatisé ». *Hermès*, 10 : 90-114.