



RESEARCH ARTICLE

RÉSEAUX SOCIONUMÉRIQUES ET TRANSFORMATION DES MODES DE PARTICIPATION
CITOYENNE ET D'ENGAGEMENT POLITIQUE EN CÔTE D'IVOIRE: APPROCHES
THÉORIQUES ET APPLICATIONS GÉOPOLITIQUES

*Guipié Gérard Eddie Marc

Université Peleforo Gon Coulibaly de Korhogo, Côte d'Ivoire

ARTICLE INFO

Article History:

Received 21st October, 2017
Received in revised form
05th November, 2017
Accepted 19th December, 2017
Published online 31st January, 2018

Key words:

Social digital networks,
Facebook, Twitter, political space,
cyberjournalists, cyberpoliticians,
Côte d'Ivoire (Ivory Coast).

ABSTRACT

La question de l'influence des réseaux sociaux sur l'activité politique a déjà fait l'objet d'une abondante littérature. La présente étude se focalise sur la Côte d'Ivoire, pays majeur de l'Afrique de l'Ouest sorti d'une longue guerre civile et disposant d'une économie en pleine croissance. Cette croissance profite au secteur des technologies de l'information et de la communication où le pays à l'instar de nombreux Pays africains semble refaire son retard. L'utilisation accrue des réseaux sociaux dont l'utilisation était initialement ludique semble se déployer dans le domaine politique. Dans un contexte de paix précaire, les réseaux sociaux se sont mués en véritables tribunes politiques épousant les contours partisans de la société politique ivoirienne. L'utilisation politique des réseaux sociaux en Côte d'Ivoire a déplacé les antagonismes partisans des espaces physiques que sont les Sorbonnes et les Grins vers les groupes Facebook et Twitter. L'usage de l'internet a entraîné une multiplication des acteurs politiques mettant ainsi fin au monopole de l'activité politique jusque-là dominée par les professionnels. L'activité politique fait désormais l'objet d'une sorte de ménage à trois. Entre d'une part les journalistes mués en cyberjournalistes, l'opinion publique qui assume désormais ses positions politiques et son cybermilitantisme et in fine les politiques. Mots-clés: Réseaux sociaux, Facebook, Twitter, espace politique, cyberjournalistes, cyberpoliticiens, Côte d'Ivoire."

Copyright © 2018, Guipié Gérard Eddie Marc. This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Citation: Guipié Gérard Eddie Marc. 2018. "Réseaux sociaux et Transformation des modes de participation citoyenne et d'engagement politique en Côte d'Ivoire: approches théoriques et applications géopolitiques", *International Journal of Current Research*, 10, (01), 64813-64823.

INTRODUCTION

L'Afrique apparaît marquée par plusieurs paradoxes. Nonobstant, une croissance démographique importante¹, elle reste marginale dans les échanges internationaux² et demeure fragilisée par des famines et des guerres tant civiles³ qu'internationales⁴. Ces handicaps infrangibles en apparence n'empêchent cependant pas le Continent d'être irrigué par le flux de l'internet et de sa révolution⁵.

*Corresponding author: Guipié Gérard Eddie Marc,
Université Peleforo Gon Coulibaly de Korhogo, Côte d'Ivoire.

¹ Selon des estimations, en 2017, l'Afrique serait peuplée de plus de 1.256.000 millions d'habitants (source : Département des Affaires économiques des Nations Unies, voir https://esa.un.org/unpd/wpp/Publications/Files/WPP2017_Volume-I_Comprehensive-Tables.pdf consulté le 2 janvier 2018).

² Les échanges africains hors pétrole se chiffrent à environ 3% du commerce international.

³ La situation au Soudan du Sud dernier Etat africain illustre bien la tragédie africaine. A peine indépendant après plusieurs décennies de guerre civile, le Soudan du Sud se déchire dans une guerre civile sanglante.

⁴ L'émergence du djihadisme armé en Afrique a obligé les Etats sahéliers à constituer des coalitions internationales pour le combattre.

⁵ Manuel Castells, *La société en réseaux, tome 1 : L'ère de l'information*, Paris, Fayard, 1998, 613p.

L'Afrique a donc à toute allure emboîté le pas de la mondialisation essayant de refaire son retard technologique. L'internet depuis ne cesse de s'y étendre, des auteurs tels que le sociologue espagnol Manuel Castells corroborent cette évolution voyant une priorité absolue pour les pays en voie de développement⁶. Le continent compte désormais près de 281 millions d'internautes soit un taux d'accès moyen d'environ 23%⁷. Le développement du réseau internet en Afrique s'est fait corrélativement à celui des réseaux sociaux en ligne encore appelés réseaux sociaux⁸. Initialement développés par des étudiants américains afin les réunir en réseau, les réseaux sociaux ont rapidement dépassé leur objet ludique pour

⁶ Castells indique ainsi que ne pas être connecté à Internet, ou l'être superficiellement, c'est se faire marginaliser dans le système planétaire en réseaux. Se développer sans Internet aujourd'hui, ce serait comme s'industrialiser sans électricité hier. Voir Manuel Castells, *La Galaxie Internet*, Paris, Fayard, 2001, 365p.

⁷ Source : Internet Live Stats, membre du projet Real Time Statistic voir <http://www.internetlivestats.com/internet-users/#byregion> consulté le 17 décembre 2017.

⁸ Degenne, Alain. « Retour à l'analyse des réseaux sociaux. Entretien réalisé par Thomas Stenger et Alexandre Coutant », *Hermès, La Revue*, vol. 59, no. 1, 2011, pp. 39-42.

constituer une efficace tribune d'expression et de mobilisation politiques.

Ainsi, à l'instar de la « révolution twitter » iranienne⁹, les cyberactivistes¹⁰ africains, Tunisiens et Egyptiens en particulier se sont servis des réseaux sociaux Facebook¹¹ et Twitter¹² afin de mobiliser les populations contre leurs gouvernements respectifs et obtenir des changements politiques inédits. En octobre 2014, des cybermilitants burkinabés mobilisés dans la rue grâce aux réseaux sociaux et à Facebook¹³ en particulier, finissent après une mobilisation historique¹⁴ par obtenir la démission de Blaise Compaoré au pouvoir depuis 1987. La Côte d'Ivoire pays d'Afrique de l'ouest voisin du Burkina n'échappe pas à cette nouvelle donne. D'une part, conforté par une croissance économique prometteuse¹⁵, le pays connaît une frénésie et un attrait réel pour les TIC¹⁶ avec un des plus importants taux de connexion à l'internet mobile du Continent¹⁷; d'autre part, si l'atmosphère politique n'est pas à l'insurrection comme dans les Pays cités en amont, il n'en demeure pas moins que l'internet par le biais des réseaux socio-numériques constitue une tribune politique de choix et un mode d'expression. En effet, il appert paradoxal que le développement de la participation citoyenne sur les réseaux socio-numériques soit concomitant à une baisse de la mobilisation politique des citoyens manifestée par la baisse du taux de participation des citoyens aux élections¹⁸. C'est donc

⁹ En 2009, à la suite d'une crise post-électorale, des centaines de milliers de jeunes Iraniens descendent dans la rue pour réclamer la victoire du candidat Mir Hossein Mousavi. Le soulèvement fut surnommé « Révolution Twitter », en raison de l'importance qu'eut le réseau social instantané dans l'organisation des manifestants. Voir Faris, David M. « La révolte en réseau : le « printemps arabe » et les médias sociaux », in *Politique étrangère*, vol. Printemps, no. 1, 2012, pp. 99-109.

¹⁰ Le néologisme composé des termes *cyber* qui désigne les activités entreprises sur l'internet et *activiste*. Ce substantif appelé aussi cybermilitant désigne une personne engagée politiquement utilisant internet à des fins principalement militantes.

¹¹ Réseau créé en 2004 par un étudiant en informatique de l'Université de Harvard du nom de Mark Zuckerberg, Facebook revendique plus de deux milliards d'utilisateurs mensuels depuis juin 2017. (Source : <https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-facebook> consulté le 20 décembre 2017). Sur l'histoire de Facebook on consultera Borel, Simon. « Facebook, stade suprême de la quête de reconnaissance », *Revue du MAUSS*, vol. 40, no. 2, 2012, pp. 257-266.

¹² Twitter a été créé le 21 mars 2006 par Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone et Noah Glass, et lancé en juillet de la même année. Twitter est un réseau social qui permet à un utilisateur d'envoyer gratuitement de brefs messages, appelés *tweets*, sur internet, par messagerie instantanée

¹³ 34^{ème} sur les 54 Etats africains, le Burkina-Faso a pourtant connu une hausse de 180% du nombre de personnes connectées à internet, passant de 519 526 au 31 décembre 2012 à 1 541 422 au 31 décembre 2013. (Source : Autorité de régulation des communications et des postes (ARCEP) du Burkina Faso.

¹⁴ Sten Hagberg, Ludovic Kibora, Fatoumata Ouattara and Adjara Konkobo, « Au cœur de la révolution burkinabè », *Anthropologie & Développement*, 42-43 | 2015, 199-224.

¹⁵ La croissance économique toise les 2 chiffres. Elle est estimée à 8.4 % en 2016 par la Banque africaine de développement (BAD), serait de 7.3 % en 2017. (Source : Banque Africaine de Développement https://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Publications/Perspectives_economiques_en_Afrique_2017.pdf consulté le 18 décembre 2017).

¹⁶ Les chiffres de vente des ordinateurs et des smartphones et autres tablettes n'étant pas disponibles, on peut néanmoins supposer que le boom des ventes des smartphones, tablettes et des ordinateurs a été largement encouragé par la défiscalisation des matériels informatiques. (Source : <http://www.assnat.ci/assembleenationale/?la-defiscalisation-du-materiel-informatique-et-des-tablettes-numeriques-au-menu> consulté le 7 décembre 2017).

¹⁷ Si le chiffre d'abonnés à internet apparaît dérisoire 118.628 pour 23 millions d'habitants au 30 septembre 2017. Ce chiffre est fortement relativisé par le parc d'abonnés à internet mobile qui s'élève à 16.935.794. (Source : Autorité de Régulation des Télécommunications de Côte d'Ivoire : Données statistiques du 3^{ème} trimestre. http://www.artci.ci/images/stories/pdf/rapport_activite/stat_3e_trimestre_2017.pdf consulté le 16 décembre 2017).

¹⁸ De 81% au 1^{er} tour de l'élection présidentielle en 2010, le taux est passé à

toute l'activité politique professionnelle qui est profondément influencée au travers des réseaux socio-numériques. Sous le prisme de cette révolution numérique, l'activité politique n'est plus l'apanage des professionnels de la politique, elle est éclatée en une multitude d'acteurs dont l'influence s'avère déterminante.

La problématique de cette étude se formulera donc ainsi : Quelle est la nature des réseaux socio-numériques ? Quelle est l'influence des réseaux socio-numériques sur les modes de participation citoyenne et d'engagement politique en Côte d'Ivoire ? Quels sont les nouveaux acteurs qui apparaissent à la faveur de cette révolution numérique ? Quels enjeux et stratégies en présence ? Le présent article combine deux approches méthodologiques complémentaires. D'une part, il s'agit par le biais de l'analyse sociologique structurale¹⁹, d'appréhender la nature et la structure des réseaux socio-numériques afin d'en dégager une fonction politique. D'autre part en convoquant la méthode géopolitique, nous évoquerons la question de la mutation du concept d'espace, mais aussi expliciterons le phénomène de multiplication des acteurs et des stratégies. La présente étude se déclinera en trois parties, dans une première partie (I) il sera question de délimiter théoriquement la notion de réseaux socio-numériques, une deuxième partie sera consacrée à la révolution de la notion d'espace (II), avant de s'attarder in fine dans une dernière partie (III) traitera des acteurs et de leurs stratégies.

1. Réseaux socio-numériques : délimitations théoriques, mutations et mode d'emploi.

La question de l'origine et des fonctions sociétales des réseaux socio-numériques a fait l'objet d'une abondante littérature qu'il serait intéressant de recenser afin de mieux percevoir l'influence de ces derniers sur le fait politique. Ces réseaux socio-numériques sont en effet nombreux, il conviendrait donc de les distinguer afin d'appréhender au mieux leur mode de fonctionnement et d'emploi et leur efficacité dans la mobilisation politique ainsi que dans la participation citoyenne à la vie politique.

1.1. Réseaux socio-numériques : Historique et définitions.

Les réseaux socio-numériques que nous appellerons indistinctement réseaux sociaux, réseaux socio-numériques ou encore médias sociaux sont moins récents qu'il n'y paraît. Plusieurs études de sociologues font état du caractère *anté-internet*²⁰ des réseaux socio-numériques. Brigitte Munier assimile ainsi les réseaux sociaux contemporains irrigués par l'internet aux *kulas*, vastes systèmes d'échanges obligatoires et désintéressés répandus dans la Mélanésie précoloniale²¹. Les réseaux sociaux ne sont donc pas dus à l'innovation

¹⁹ On consultera pour ce faire les travaux de Maria Mercanti-Guérin qui traitent de la question de l'analyse des réseaux sociaux ou (ARS). Cf. Mercanti-Guérin, Maria. « Facebook, un nouvel outil de campagne : Analyse des réseaux sociaux et marketing politique », *La Revue des Sciences de Gestion*, vol. 242, no. 2, 2010, pp. 17-28.

²⁰ Nous évoquons ce néologisme pour caractériser la période précédant la vulgarisation de l'outil internet.

²¹ Lors de fêtes rituelles organisées à l'occasion du nouvel an ou d'un événement exceptionnel, le chef et tous les membres d'une tribu hôte offraient solennellement des cadeaux (nourritures et objets) à leurs visiteurs tenus de leur rendre des richesses équivalentes ou supérieures lors de leur tour de réception. Cette pratique, un « fait social total » selon la formule maussienne, mobilise tous les aspects de la vie commune : le prestige, la hiérarchie, l'économie, le droit, l'esthétique et même la religion, puisque tout homme incarne ses ancêtres et l'esprit de son clan. (cf. Munier, Brigitte. « Du Kula à Facebook : le poids du prestige », *Hermès, La Revue*, vol. 59, no. 1, 2011, pp. 113-116.)

technologique, ils ont préexisté à cette dernière en renforçant des réseaux de solidarité et de sociabilité anciens. Le principe central de ces réseaux ainsi que le mentionnent Stenger et Coutant est simple et se résume en 3 lettres : UGC pour *User Generated Content* autrement dit Contenu Généré par les Utilisateurs. Bloggeuse professionnelle et spécialiste de marketing digital, Lexane Sirac indique que par contenu généré par les utilisateurs (ou UGC), on entend « *un contenu pertinent produit par les utilisateurs [...] Les formats fréquemment utilisés sont les photos, les commentaires, les articles de blog, [...] La spécificité du UGC est la production authentique par les utilisateurs.* »²²

Les réseaux sociaux numériques apparaissent pour le sociologue structuraliste Alain Degenne comme étant des « *supports de communication comme le téléphone ou Internet, ce sont des outils de médiation. Les réseaux sociaux sont des formes sociales composés de relations ou d'interactions entre des personnes* »²³. Boyd et Ellison renchérisent en définissant les réseaux sociaux comme « *des services Web qui permettent aux individus de (1) construire un profil public ou semi-public dans un système limité, (2) articuler une liste d'autres utilisateurs avec lesquels ils partagent une connexion, et (3) afficher et parcourir leur liste de connexions et celles faites par d'autres dans le système. La nature et la nomenclature de ces connexions peuvent varier d'un site à l'autre* »²⁴. Si la notion de réseaux sociaux numériques est galvaudée et que ces derniers sont nombreux, il n'en demeure pas qu'une distinction et une précision doivent être opérées. Thomas Stenger et Alexandre Coutant²⁵ font ainsi la différence entre : les blogs²⁶, les communautés en ligne, les wikis²⁷, les sites de partage de contenus et in fine les réseaux sociaux numériques à proprement parler comme Facebook et Twitter²⁸. Ce sont les deux derniers cités qui intéresseront notre étude.

Facebook et Twitter : structures, mode d'emploi et fonctions

Facebook et Twitter sont donc les plateformes qui représentent au mieux le concept de réseaux sociaux numériques. Comme indiqué antérieurement leurs fonctions initiales étaient purement ludiques. Apportant plus de détails quant aux fonctions initiales des réseaux sociaux numériques, le sociologue Michel Grossetti opine en affirmant que « *ces dispositifs offrent la possibilité de gérer de façon plus réflexive des relations sociales diverses, généralement regroupées sous le vocable « amis ».* »

Il n'est donc pas exclu qu'ils favorisent des évolutions des structures relationnelles ou au moins des formes d'engagement

²²<https://blog.hubspot.fr/marketing/importance-contenu-genere-utilisateurs> consulté le 20 décembre 2017.

²³Degenne, Alain. « Retour à l'analyse des réseaux sociaux. Entretien réalisé par Thomas Stenger et Alexandre Coutant », art.cit, p.40.

²⁴Boyd, D. et Ellison, N., « Social Network Sites : Definition, History, and Scholarship », *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 13, n° 1, 2007.

²⁵Stenger, Thomas, et Alexandre Coutant. « Introduction », Hermès, La Revue, vol. 59, no. 1, 2011, pp. 9-17.

²⁶ Un blog, anglicisme est un type de site web utilisé pour la publication périodique et régulière d'articles personnels, généralement succincts, rendant compte d'une actualité autour d'un sujet donné.

²⁷Un wiki est une application web qui permet la création, la modification et l'illustration collaboratives de pages à l'intérieur d'un site web.

²⁸ Il est à préciser que Stenger et Coutant ne considèrent pas Twitter comme un réseau social numérique.

dans les relations interpersonnelles. »²⁹ Le mode d'emploi des deux réseaux sociaux numériques est simple et intuitif, il requiert néanmoins un support numérique connecté à internet: tablette, smartphone ou ordinateur.

Une fois sur l'interface d'accueil, l'utilisateur est invité à saisir, un nom, un prénom et une date de naissance³⁰, facultativement l'utilisateur peut ajouter une photo. Ego peut donc s'inventer une identité nouvelle³¹, virtuelle qui peut être assumée tel un pseudonyme. L'utilisateur pour paraphraser la psychologue Angéline Gozlan « *se crée un double virtuel par la publication d'images virtualisées et par celle de la textualité. Facebook participe du « personal Branding » : la mise en scène de soi pour créer et gérer sa marque personnelle ou, nous dirions sur Facebook, son nom propre. Ce terme emprunté à la logique marketing est également employé pour désigner toute personne sur les réseaux sociaux qui se met en valeur et se bâtit un nom. Tout est fait sur Facebook pour mettre en valeur l'utilisateur.* »³². Cette possibilité de s'inscrire sous une identité fictive donne lieu à la création d'un nouveau phénomène d'identité virtuelle qui est celui des « avatars ». Pour le communicant Antonio Caselli c'est « *en mettant en scène son corps, un usager arrive à être « téléprésent » dans un échange en ligne et peut interagir avec les autres par l'entremise d'un personnage qui est son représentant à l'écran. Couramment, on appelle ce personnage « avatar ». Ce terme sanskrit, qui désignait dans la tradition hindoue l'incarnation d'une divinité, renvoie aujourd'hui à une photo ou à un personnage numérique dans des services aussi variés que Twitter [...] Une incarnation faite de pixels, si l'on veut, derrière laquelle un acteur social cherche à exprimer ses exigences, ses goûts, ses dispositions* »³³.

Publications, audience et e-réputation

L'usager une fois son compte créé avec une identité fictive ou réelle a la possibilité de « poster » (le terme est propre à l'interface et désigne la publication d'un billet) un message dont la longueur n'est pas limitée. Facebook donne la possibilité à ce message d'être apprécié par le biais d'un « j'aime », ou « like », qui est la représentation iconographique d'un pouce levé. S'il dispose d'un compte, l'utilisateur a la possibilité de déposer un « like » ou laisser un commentaire³⁴. Ainsi, l'utilisateur et ses « amis » ont la possibilité d'échanger directement sur le message d'origine par le biais d'autres messages appelés « commentaires ». Ces échanges sont publics et se font *sur le mur* de l'utilisateur selon l'expression consacrée. Ils diffèrent ainsi des échanges privés qui se font par

²⁹ Grossetti Michel, « Communication électronique et réseaux sociaux ». In: *Flux*, n°29, 1997, pp. 5-13.

³⁰ La majorité civile est exigée pour pouvoir accéder aux réseaux Facebook et Twitter cependant une date falsifiée peut être fournie pour ouvrir un compte. L'opérateur effectuera un contrôle a posteriori en cas de problème sur le compte.

³¹ Facebook donne la possibilité aux utilisateurs de changer jusqu'à 3 fois de noms. Si, hors ligne, l'onomastique est un outil d'attestation officielle de l'identité, réglementé par les pouvoirs étatiques afin de limiter les malentendus et les abus, au sein des communautés d'Internet, les traces monodimensionnelles sont « liquides » et fugaces.

³²Gozlan, Angéline. « Le héros éphémère sur la scène facebookienne », *Topique*, vol. 126, no. 1, 2014, pp. 51-63.

³³Casilli, Antonio. « Être présent en ligne : culture et structure des réseaux sociaux d'Internet », *Idées économiques et sociales*, vol. 169, no. 3, 2012, pp. 16-29.

³⁴Babeau, Franck. « La participation politique des citoyens « ordinaires » sur l'Internet. La plateforme Youtube comme lieu d'observation », *Politiques de communication*, vol. 3, no. 2, 2014, pp. 125-150.

le biais d'une messagerie spécialement dédiée à cet effet, appelée « Messenger »; ces échanges sont dits « *inbox* ». L'utilisateur voit son message commenté, il peut lui aussi commenter les commentaires et les apprécier. S'en suit donc une discussion entre l'utilisateur et ses « amis ». Les messages édités par l'utilisateur peuvent voir leur confidentialité paramétrée. Ainsi, un utilisateur peut voir ses messages vus et lus par ses seuls « amis » ou encore avoir la latitude par le biais de la fonction « partager » de voir son message lu par l'ensemble des utilisateurs du réseau Facebook. Les fonctionnalités de Facebook donnent pleins pouvoirs à l'utilisateur, il lui est accordé un droit de rétractation de ses propos. Il peut ainsi supprimer un message et supprimer les commentaires afférents. Il peut même supprimer de la liste d'amis des personnes ou les bloquer, ces dernières n'auront plus accès à ses publications.

Le fonctionnement de Twitter est quelque peu similaire de celui de Facebook avec quelques particularités propre à cette plateforme de *microblogging* ou *microblogue*. Le microblogue se définit selon l'office québécois de la langue française comme un blogue constitué de messages diffusés en temps réel, qui contiennent souvent des mots³⁵. Le *microblogging* permet des publications plus courtes que dans les blogs classiques, qu'il s'agisse de textes courts, d'images ou de vidéos embarquées. La diffusion peut être restreinte par l'éditeur à un cercle de personnes désirées. Chaque court message, un *tweet*³⁶, est limité à l'origine à 140 caractères³⁷. La plateforme contraint les utilisateurs à être concis dans leur rédaction³⁸. Pour en revenir à Facebook, à la différence de Twitter, il dispose d'une fonctionnalité utilisée par les professionnels qui est la « Page Facebook ». Cette dernière a toutes les fonctionnalités d'un blog classique, elle est cependant plus élaborée qu'un profil classique Facebook. Elle permet plus de contrôle par le propriétaire de la page qui peut ainsi surveiller l'activité de sa page. Certaines options sont payantes et permettent à la page d'être lue par un nombre important de personnes. Cette dernière fonctionnalité pose la problématique de l'audience et la réputation sur les réseaux sociaux.

Concernant la *e-réputation* ou réputation en ligne, les communicants Fillias et Villeneuve précisent que le terme *e-réputation* est « un terme fortement employé [...] pour désigner l'ensemble des facteurs et actions visant à développer et assurer la réputation d'une organisation par le biais du web social »³⁹. L'*e-réputation* se façonne par la mise en place d'éléments positifs et la surveillance des éléments négatifs. Sur Facebook, la *e-réputation* s'apprécie quantitativement, elle se mesure au nombre de *likes* enregistrés lors d'une publication, au nombre de commentaires afférents, au nombre d'amis ou de personnes abonnées à sa page. Sur Twitter, c'est en nombre de *followers*⁴⁰ et de *retweets*⁴¹ qu'on peut apprécier l'*e-réputation*, l'audience et la portée du message d'un utilisateur. La notion

est utilisée en marketing où elle sert à référencer des marques, elle correspond à l'identité de cette marque ou de cette personne associée à la perception que les internautes s'en font. Ce concept reste essentiel en matière de participation citoyenne et d'engagement politique, devenant le baromètre de référence de l'acteur politique qu'est le *cybermilitant* et son concurrent immédiat le *cyberpoliticien* ou *cyberpolitique*. Ce dernier apparaît comme un politicien professionnel (élu, haut fonctionnaire, ministre etc...) disposant d'un compte Facebook et ou Twitter et participant par le biais d'une communication fréquente et privée à l'activité politique sur l'espace numérique.

Les réseaux socio-numériques: une révolution géopolitique des espaces

La géopolitique qui apparaît comme étant la discipline analysant l'importance des facteurs géographiques, sociaux, culturels et militaires sur la politique d'une entité politique donnée traite de la question des espaces. Cette dernière est fondamentale pour la discipline.

Le paradoxe de l'espace sans territoire

Le géopolitologue Bohou souligne que « l'analyse géopolitique se penche bien évidemment sur les lieux, les espaces et les territoires ; aires de jonction de rivalités de pouvoir entre acteur étatique et non étatique afin d'asseoir un contrôle et une domination. Ces espaces sont vécus, appréhendés, revendiqués, exploités par des acteurs, sans lesquels l'analyse géopolitique n'a pas de sens, car sans acteur, il n'y a pas de dynamique des territoires, pas de rivalité de pouvoir sur ces espaces et territoires. La géopolitique dépend donc des stratégies, des motivations, des alliances et mésalliances, des parrains et des relais des acteurs sur l'espace convoité »⁴². L'analyse géopolitique est donc fonction de plusieurs éléments dans lequel l'espace joue un rôle central.

La question de l'espace est dûment contrariée par la révolution numérique. Sans l'abolir la notion se voit ainsi redéfinie. Relativisant les thèses de Lacoste⁴³ qui font de l'espace, l'élément fondamental de la géographie et donc de la géopolitique, l'espace ou « cadre » pour paraphraser Stéphane Rosière⁴⁴ appert dans le monde numérique comme dépourvu de frontières, de limites, il est dématérialisé. Paradoxalement, cet espace dématérialisé et virtuel décuple la notion. Ainsi, l'utilisateur d'un réseau socio-numérique peut être dans un endroit précis et converser, échanger avec des utilisateurs situés aux quatre coins du Monde et ce simultanément. Le facteur temps est accéléré par la simultanéité des échanges. L'internet permet par le biais des outils que sont le smartphone ou la tablette une présence totale sur les réseaux socio-numériques. On parle alors de présence *ubiquitaire*. Cette présence ubiquitaire se manifeste abondamment sur les réseaux socio-numériques et en particulier sur les groupes Facebook, objet d'échanges, de débats, de communication et de mobilisation politique.

³⁵<http://www.gdt.oqlf.gouv.qc.ca/resultat.aspx?terme=microblogue> consulté le 23 décembre 2017.

³⁶ Gazouiller en anglais d'où le logo qui représente un oiseau au bec ouvert donc prêt à gazouiller.

³⁷Kaplan, Andréas M. « Twitter ou le pouvoir de 140 caractères », *L'Expansion Management Review*, vol. 140, no. 1, 2011, pp. 104-113.

³⁸<http://www.140characters.com/2009/01/30/how-twitter-was-born/> consulté le 23 décembre 2017.

³⁹ Fillias Edouard, Villeneuve Alexandre, *E-réputation. Stratégies d'influence sur Internet*, Ellipses, 2011.

⁴⁰ Terme indiquant les personnes en ligne qui suivent et commentent les publications. Aurélie Olivési et Nicolas Hube ont produit une étude fournie à ce sujet. (Olivési, Aurélie, et Nicolas Hube. « Présentation du dossier. Des « vrais gens » aux « followers ». Médias numériques et parole politique », *Politiques de communication*, vol. 6, no. 1, 2016, pp. 5-17.)

⁴¹ Les retweets sont des republications des tweets d'autrui.

⁴² Bohou Jean-Marie, *Géopolitique et Projection de puissance du Brésil au XXI^{ème} siècle*, L'Harmattan, septembre 2007, 368 p.

⁴³ Yves Lacoste, *La géographie, ça sert, d'abord, à faire la guerre*, Ed. Maspero, Paris, 1976 (rééditions en 2012 et 2014 aux Éditions La Découverte).

⁴⁴ Rosière Stéphane. *Géographie politique, géopolitique et géostratégie: distinctions opératoires*. In: *L'information géographique*, volume 65, n°1, 2001. pp. 33-42.

Translation et mutation des espaces: des agoras et grins aux forums Facebook

La communicante Coralie Le Caroff se veut précise quant à la dimension politique du réseau socionumérique Facebook. Elle relève ainsi que « *la massification de l'usage de Facebook à l'échelle internationale et le développement continu des outils de partage et de mise en discussion des contenus qu'il accueille lui a conféré un pouvoir de contournement des censures via la circulation des informations au sein d'une multitude de réseaux interpersonnels disséminés, échappant alors aux mains des autorités. Les termes de « révolution 2.0 », de « révolution Facebook » attribuaient à Facebook le premier rôle dans les conditions de faisabilité de ces mobilisations* »⁴⁵. Le réseau socionumérique Facebook est à cet effet très populaire en Côte d'Ivoire, il est proportionnel à l'utilisation des smartphones dans le dit pays. Ainsi, si les chiffres de vente des smartphones ne sont pas disponibles comme indiqué antérieurement, il n'en demeure pas qu'au 3^e trimestre de l'année 2017, le parc d'abonnés au téléphone mobile s'élevait à plus de 32.291.295 abonnés⁴⁶ pour 23 millions d'habitants⁴⁷ soit un taux de pénétration de 130%⁴⁸. Le nombre de connectés à l'internet fixe reste marginal avec seulement 118.628 abonnés⁴⁹. Concernant les chiffres de l'internet mobile, ils sont édifiants avec environ 17 millions d'abonnés à l'internet mobile soit un taux de pénétration appréciable de 69%⁵⁰. Parmi ces 17 millions d'abonnés à l'internet mobile, La Côte d'Ivoire selon une étude du groupe tunisien MEDIANET compte environ 3 500 000 de personnes connectées à Facebook⁵¹. Si les usagers Ivoiriens de Facebook avouent l'utiliser pour des raisons ludiques, il n'en demeure pas moins que l'activité politique déclinée dans son aspect d'échanges et de débats apparaît comme une des raisons pour lesquelles les Ivoiriens sont réguliers sur le réseau Facebook et en particulier sur les groupes qui constituent de vraies communautés virtuelles.

Angélique Gozlan dans une remarquable étude sur ces dernières souligne que « *Facebook fonde sa politique sur un lien social élargi dans l'espace virtuel. S'inscrire sur Facebook, c'est rejoindre un groupe, un lieu d'appartenance, de relations. Facebook à lui seul est considéré comme une communauté, dans laquelle se créent de petites communautés. Par ces centaines d'amis en commun, Facebook et les sites de partage créent des communautés. C'est le journaliste Howard Rheingold qui popularise le terme de « communautés virtuelles* »⁵². A la faveur de la longue guerre civile (2002-2011), les parlements et agoras vont proliférer pour servir de courroie de transmission des actions du régime Gbagbo, mais aussi de lieu de mobilisation patriotique et de débats. A propos de ces fameux Parlements et Agoras appelés

aussi « *Sorbonnes* » en référence à la célèbre université française, le politologue Blé Kessé fait de ces *Sorbonnes* « *des sites institués par des acteurs sociaux dominés, des jeunes en particulier, où ils se rencontrent pour discuter. Ce sont des espaces physiques concrets. Mais ce sont surtout des espaces sociaux, réels et symboliques [...] Elles sont un objet important pour penser le social, le politique et le culturel en ce qu'elles expérimentent des formes de socialité particulière.* »⁵³. A la faveur de la victoire du camp Ouattara soutenu par la communauté internationale en 2011, les parlements et agoras symboles du régime déchu seront démantelés et détruits⁵⁴.

Parallèlement à la multiplication des parlements et agoras dans les zones sociologiquement favorables au régime précédent, se développent en pleine guerre civile des espaces similaires qui développent des thèses favorables au camp Ouattara. Ces espaces appelés « *grins* »⁵⁵ sont originellement des espaces de discussion entre hommes se déroulant en soirée en zone sahélienne où le thé consommé par tous les convives est l'élément central. Transposé dans la Côte d'Ivoire voisine, les *grins* cessent d'être des espaces de discussion conviviale pour être exclusivement consacrés au débat politique. Lieux de sociabilité et de discussion au cœur d'Abidjan, les multiples «grins de thé» se sont transformés, au cours de la crise postélectorale de 2010-2011, en lieux dépolitisation, voire de recrutement politique en faveur du candidat Alassane Ouattara⁵⁶. Cornaqués par le Rassemblement des Républicains (RDR) le parti de Ouattara, ces grins servent de relais des décisions du parti⁵⁷.

Comme le mentionnent exhaustivement les politologues Sarah Vincourt et Souleymane Koné, « *à Abidjan, la prise de parole politique s'est ainsi constituée dans des espaces originaux, s'appuyant sur des lieux de sociabilité ordinaire transformés en lieux de mobilisations et de recrutement politique. Dans ces espaces, prendre la parole revient à prendre position par rapport à un camp et par rapport au statut que l'on revendique dans le champ politique institué. Mais c'est aussi se positionner dans la communauté de sociabilité locale et les rapports de pouvoir qui s'y instituent. C'est sous ces deux angles qu'il est nécessaire de considérer les espaces de discussion de rue que constituent les grins. Nous verrons alors que les grins constituent un espace du « passage au politique »*

⁵³ Blé Kessé Adolphe, *Les Sorbonnes à Abidjan: Archéologie de la reconstruction sociale du politique*, Thèse soutenue à l'Université du Québec à Montréal (UQAM), juin 2009, 282 pages.

⁵⁴ Une semaine après la chute du président Gbagbo les nouvelles autorités procèdent par une destruction physique méthodique de tous les espaces de discussions qui s'étaient préalablement mobilisés contre lui. Ce premier acte du nouveau gouvernement Ouattara est lourd de sens : par-delà ses justifications sanitaires et morales, il indique bien que la guerre postélectorale entre les deux camps fut aussi et surtout une bataille pour le contrôle de la rue et de la parole qui s'y déploie. (Cutolo, Armando, et Richard Banégas. « Gouverner par la parole : parlements de la rue, pratiques oratoires et subjectivation politique en Côte d'Ivoire », *Politique africaine*, vol. 127, no. 3, 2012, pp. 21-48.)

⁵⁵ L'origine du terme *grin* est complexe, le mot *grin* et notamment le fait qu'il soit souvent considéré comme un mot français, explique le choix du s pour la forme plurielle. En bambara (*bamanankan*), langue véhiculaire au Mali, la marque du pluriel est le w.

⁵⁶ Vincourt, Sarah, et Souleymane Kouyaté. « Ce que « parler au grin » veut dire : sociabilité urbaine, politique de la rue et reproduction sociale en Côte d'Ivoire », *Politique africaine*, vol. 127, no. 3, 2012, pp. 91-108.

⁵⁷ La reconnaissance politique de ces grins qui apparaissent comme des comités de base du RDR a été effectuée par une décision de la nouvelle secrétaire générale du parti Kandia Kamissoko-Camara. En Mme Kamissoko-Camara a nommé un des jeunes loups de la politique ivoirienne à savoir le député Karamoko Yayoro comme secrétaire-général adjoint du parti chargé du Maintien de l'Ordre, de la Logistique et des Grins en date du 14 décembre 2017.

⁴⁵ Le Caroff Coralie, *Les usages sociopolitiques de l'actualité en ligne. S'informer, partager et commenter sur Facebook*, Thèse de doctorat, Paris, 2015, 582 pages.

⁴⁶ Ce chiffre ne correspond à l'évidence pas au nombre d'habitants qui y est inférieur. Il faut considérer que de nombreux abonnés sont simultanément abonnés aux 3 réseaux de téléphonie portable (Orange, MTN, Moov).

⁴⁷ <http://www.ins.ci/n/templates/docss/RGPH2014D.pdf> consulté le 24 décembre 2017.

⁴⁸ <http://www.artci.ci/index.php/Telephonie-mobile/abonnes-service-mobile.html> consulté le 26 décembre 2017.

⁴⁹ <http://www.artci.ci/index.php/Internet/abonnes-service-internet.html> consulté le 26 décembre 2017.

⁵⁰ <http://www.artci.ci/index.php/Internet/abonnes-service-internet.html> consulté le 26 décembre 2017.

⁵¹ <http://blog.medianet.com.tn/blog/chiffres-cles-sur-facebook-pour-la-cote-divoire-pour-2017> consulté le 26 décembre 2017.

⁵² Gozlan, Angélique. « Facebook : de la communauté virtuelle à la haine », *art.cit. p.123*.

particulier, marqué par des règles de distinction et de compétence oratoire formalisant la prise de parole dominante. Lieux de mobilisations et de recrutement politique, mais aussi lieux d'interactions interpersonnelles très hiérarchisées, les grins révèlent les dynamiques sociales et politiques de ce pays en reconstruction après des années de crise violente⁵⁸. Ainsi devant la faiblesse d'une opposition minée par des divisions et dont certains cadres sont emprisonnés, la monopolisation des médias publics par le gouvernement, la « gérontocratisation » ressentie du pouvoir⁵⁹, l'absence d'alternance achèvent de détourner l'intérêt des jeunes de la participation au débat et à la vie politique. Ceci étant, le dynamisme des populations semble peu s'accommoder des rigidités du monde politique. Concomitamment au monde institutionnel dont le pouvoir est caractérisé par sa verticalité, une alternative horizontale s'amorce. Cette dernière est renforcée par un nouveau mode de communication galvaudé en cela par la révolution internet. Facebook transpose ainsi les antagonismes politiques ivoiriens sur le terrain virtuel, les groupes de discussion sont investis par une population, jeune en particulier.

Les forums Facebook: représentations virtuelles des antagonismes et des tendances politiques actuelles

A la différence de Twitter qui est unipersonnel, le réseau social Facebook permet de créer des « groupes de discussion ». Ces pages sont plus élaborées que les pages unipersonnelles que propose la plateforme. Elles peuvent être animées par un ou plusieurs utilisateurs qui deviennent alors des administrateurs du groupe. A l'instar d'une page personnelle, le groupe peut voir sa confidentialité et donc son audience modifiée. Facebook donne la possibilité de créer des groupes dit *ouverts* qui peuvent être vus par tous les utilisateurs et qui peuvent être commentés par ceux-ci sans inscription préalable, des groupes *fermés* dans lesquels l'inscription est obligatoire et les groupes *secrets* qui comme leur nom l'indique sont vus par un nombre restreint de membres. A la différence des groupes dits fermés, ils ne peuvent être vus dans la barre de recherche prévue par la plateforme Facebook. Les groupes Facebook conçus par des Ivoiriens et investis par ceux-ci sont légions, ils traitent de toutes les thématiques, des droits des consommateurs⁶⁰ aux questions de sécurité⁶¹. Cependant, la question politique semble mobiliser les *Facebookers*. Plusieurs groupes sont créés en fonction des sensibilités politiques. D'un côté on est en présence de partisans de l'ancien pouvoir socialiste⁶² qui se

comptent par centaines de milliers au sein du groupe « GBAGBO OU RIEN »⁶³.

Le groupe enregistre en effet plus de 511.000 membres. Si la multiplication de profils *avatars*, peut biaiser le nombre de membres réels il n'en demeure pas moins que ce groupe est un espace de mobilisation des partisans de l'ex-président. Le groupe développe une très forte iconographie du président Gbagbo, ses actions, idéaux, sa biographie y sont galvaudés à l'extrême. Les discussions y sont à sens unique nonobstant les incursions rapidement sanctionnées d'utilisateurs sympathisants du pouvoir actuel⁶⁴. Le discours est sans équivoque et au titre de la rubrique « A propos », les fondateurs y indiquent sans ambages que « *L'actualité aujourd'hui c'est la libération de l'Afrique en général et de la Côte d'Ivoire en particulier. Pour ceux d'entre nous qui pensent que notre victoire et la réconciliation nationale passent par la libération du Président Gbagbo, le vrai Président de Côte d'Ivoire, un groupe a été créé: le groupe "GBAGBO OU RIEN". J'aimerais vous informer ici chers amis, que je vais vous inviter à prendre part aux activités de ce groupe. Je sais que nous sommes tous inscrits dans une infinité de groupes. Mais je vous prie de nous faire confiance. Nous avons pour objectif d'atteindre un très grand nombre de participants jamais atteint jusqu'ici. Il ne s'agira donc pas d'un groupe de trop. Ne ratez pas l'évènement... A tout à l'heure!!!!* »⁶⁵.

De l'autre côté, corollaire du groupe « Gbagbo ou Rien », le groupe Facebook intitulé « Rassemblement des Républicains » consacré aux militants du RDR tient lui aussi un discours sans équivoque, professant ainsi « *comme son nom l'indique, il s'agit ici d'un forum UNIQUEMENT destiné aux militants et sympathisants du RDR. On y fait des critiques, des suggestions et des propositions de sorte à aider notre parti à aller de l'avant. Ces critiques devront aussi se faire tout en respectant les principes de courtoisie et de bon ton. S'abstenir surtout de toute publication ou commentaire n'ayant aucun lien (direct ou indirect) avec le RDR ou le Président Alassane OUATTARA.* »⁶⁶. Les discussions dans ce groupe sont centrées sur la promotion d'Ouattara et de son parti le RDR. A l'instar du groupe « GBAGBO OU RIEN » le groupe « Rassemblement Des Républicains » est peu porté sur les débats contradictoires. Cependant nonobstant cette atmosphère de guerre larvée, il subsiste des plateformes, des foras sur Facebook où le débat contradictoire demeure, le plus emblématique et le plus médiatisé en Côte d'Ivoire est « L'Observatoire Démocratique de Côte d'Ivoire ».

L'Observatoire Démocratique de Côte d'Ivoire: forum-pivot dédié aux échanges politiques contradictoires

⁵⁸ Vincourt, Sarah, et Souleymane Kouyaté, art.cit. p. 96.

⁵⁹ Ainsi, les chefs des institutions en particulier sont frappés par la limite d'âge ordinaire qui est pourtant de 55 ans dans la Fonction publique. L'exécutif est animé en effet par des septuagénaires et le jeune âge du président de l'Assemblée nationale (46 ans) apparaît comme l'exception qui confirme la règle.

⁶⁰ Le groupe Un "consommateur" averti en vaut deux (UCAEVD) est l'un des groupes les plus fréquentés de la « Facesphère » ivoirienne avec plus de 170.000 membres, il traite des droits des consommateurs face aux abus des entreprises privées mais aussi de l'Administration. Il apparaît de surcroît comme un remarquable promoteur des entreprises privées, restauration en particulier.

⁶¹ La plateforme « Police Secours » dédiée à une sécurité citoyenne et participative compte plus de 200.000 membres.

⁶² Le Front Populaire Ivoirien (FPI) et ses partis alliés formant La Majorité Présidentielle (LMP).

⁶³ « GBAGBO OU RIEN » est le slogan de l'aile animée par Aboudrahamane Sangaré proche de l'ex-président emprisonné à la Haye considérée comme l'aile légitimiste, en conflit ouvert avec l'aile « légaliste » moins populaire représentée par Pascal Affi N'Guessan.

⁶⁴ Les administrateurs ou les modérateurs ont le pouvoir de supprimer des publications ou de supprimer des personnes qui selon eux ne respectent pas la ligne directrice de la page consacrée à la promotion des idéaux et des actions de Laurent Gbagbo.

⁶⁵ <https://www.facebook.com/groups/170627289678888/> consulté le 28 décembre 2017.

⁶⁶ <https://www.facebook.com/groups/170627289678888/> consulté le 28 décembre 2017.

Fondé par Thierry Coffie un entrepreneur ivoirien formé aux États-Unis, le groupe est public. Selon son fondateur, le groupe est une « tribune libre pour discuter des avancées démocratiques en Côte d'Ivoire. [...] Ici, le bon ton est de rigueur. [...] Merci et bon débat »⁶⁷. Devant le succès du groupe qui affiche plus de 150.000 membres, les administrateurs du forum ont pris soin de réglementer les discussions par une charte. Cette dernière récemment modifiée en date du 26 décembre 2017 proclame ainsi que « L'ODCI est un cadre de concertation plurielle. Ce forum a pour ambition de rassembler tout le monde autour du projet de l'évolution démocratique en Côte d'Ivoire : il faut respecter la volonté de neutralité de l'ODCI. Le fondateur et les administrateurs ont le droit d'exprimer leur positions personnelles mais celles-ci ne les engagent que personnellement et n'ont aucune incidence sur la NEUTRALITE de l'Observatoire »⁶⁸. Ce forum recense toutes les sensibilités politiques ivoiriennes, des partisans de la coalition au pouvoir⁶⁹, aux sympathisants de l'ancien régime en passant par ceux qui se déclarent neutres. La notoriété de la plateforme est devenue internationale, le quotidien français Le Monde a même consacré un article⁷⁰. Les ambitions de son fondateur nous édifient sur l'avenir du forum. Thierry Coffie à terme vise à faire de sa plateforme un :

- Vecteur de promotion démocratique
- Creuset de formation de la future classe politique
- Réseau d'influence
- Organisme de contrôle électoral en soutien aux structures existantes qui pourra suppléer aux petits partis qui n'ont pas les moyens d'être représentés très largement
- Médiateur politique
- Incubateur de candidats rompus à l'exercice démocratique⁷¹.

Le succès de ce groupe de discussion s'explique par le fait que l'information n'est plus l'apanage des médias classiques, encore moins le monopole des canaux gouvernementaux. Ces derniers sont devenus insipides, se bornant à ne relayer que les informations gouvernementales sans permettre à d'autres sensibilités politiques ou à d'autres groupes de pression de pouvoir s'exprimer par leur biais. Conséquence directe de cette atonie des médias gouvernementaux et ou classiques, la vente des journaux a drastiquement baissé. Le quotidien pro-gouvernemental « Fraternité Matin », organe de référence commercialisait 432.774 exemplaires pour le seul mois de mars 2005⁷², là ou en mars 2017, il affiche une vente de 169.169 exemplaires⁷³. Au-delà des sensibilités partisans, plusieurs types d'utilisateurs se rencontrent sur ODCI. Certains ne postent ni ne commentent de billets, ils sont en fait des « invisibles » encore appelés « Bobos »⁷⁴ dans le langage

populaire imagé des Ivoiriens. Ces personnes tiennent à être informées des dernières nouvelles politiques que certains membres du forum postent ou relaient. L'e-réputation que nous avons évoquée en amont est capitale, elle permet à certains utilisateurs d'être des références et d'être suivis par la centaine de milliers d'utilisateurs. Ces utilisateurs jouent donc le rôle de leaders d'opinion et voient leurs billets commentés assidument. Les conditions de la prise de parole et l'audience de ces leaders d'opinion sont fonction de la véracité des informations données aux utilisateurs. La toile ivoirienne privilégie les informations de première main fracassante Arrimée à l'e-réputation, la notion de *buzz*⁷⁵ permet d'entretenir et de relayer une information. Les réseaux sociaux entretiennent un cercle peu vertueux, ainsi moins les informations seront véridiques et moins l'e-réputation du *posteur*⁷⁶ sera affirmée. Par contre, plus les informations sont de première main et vérifiées mieux l'e-réputation du posteur sera établie et il sera ainsi suivi et ses billets appréciés, en témoignent le nombre de *likes* et d'abonnés. D'autres Facebookers membres du groupe ODCI encore appelés *ODCistes* servent de cette tribune politique pour dénoncer l'inertie ou les excès du Gouvernement. Ce dernier dispose lui aussi de soutiens sur la plateforme qui défendent ses positions et celles du parti au pouvoir. La possibilité pour certaines personnes de voir leur identité réelle masquée sous une identité fictive, celle de l'avatar permet aux débats d'être libres et ouverts à la condition expresse de respecter les termes de la Charte.

La plateforme permet en sus des débats contradictoires de mobiliser sous le prisme de l'engagement citoyen, les Facebookers contre certaines mesures du Gouvernement jugée inique et considérée comme antipopulaires. Ainsi face à une augmentation des prix des tarifs de l'électricité décidée par le Gouvernement, de nombreux membres du forum se sont mobilisés contre cette mesure. Interrogé sur cette importante mobilisation sur les réseaux sociaux contre la mesure, le ministre de l'Economie numérique par ailleurs porte-parole du Gouvernement a minimisé la portée de la mobilisation affirmant « les réseaux sociaux, c'est mon secteur d'activités. Donc, je peux en parler assez bien. Sans regarder les profils, quand on prend les noms de ceux qui commentent l'actualité ivoirienne, on arrive difficilement à 100 ou 200 personnes. (...) Et il faut savoir aussi que les réseaux sociaux déforment beaucoup, tout simplement parce que lorsqu'on est favorable à une décision, on n'ose pas l'affirmer (...) Nous ne devons donc pas nous laisser tous tromper par cette apparence de "rien ne va" »⁷⁷. Face à ce qui est apparu comme une erreur d'appréciation et de jugement quant à l'ampleur de la grogne des internautes, ces derniers se sont insurgés à nouveau créant le hashtag⁷⁸ #les200. Les internautes ivoiriens ont lancé plusieurs opérations pour prouver au porte-parole du gouvernement qu'il n'y avait pas que 200 personnes à dénoncer la cherté de la vie, les factures de la CIE, la réforme du permis

⁶⁷ <https://www.facebook.com/groups/obsdemocratic/about/> consulté le 29 décembre 2017.

⁶⁸ <https://www.facebook.com/notes/observatoire-democratique-en-cote-divoire/charte-express-de-lodci/1842784799098769/> consulté le 29 décembre 2017.

⁶⁹ Le Rassemblement des Houphouëtistes pour la Démocratie et la Paix (RHDP).

⁷⁰ http://www.lemonde.fr/afrique/article/2017/08/20/en-cote-d-ivoire-quand-une-actu-ou-une-rumeur-fait-le-buzz-c-est-signé-odci_5174404_3212.html.

⁷¹ Entretien avec M. Thierry Coffie fondateur du groupe Facebook « ODCI » en date du 13 janvier 2018.

⁷² http://www.lecnp.com/publication/ca_2005.pdf.

⁷³ [http://www.lecnp.com/publication/ca_2017\(1\).pdf](http://www.lecnp.com/publication/ca_2017(1).pdf).

⁷⁴ Le *bobos* en Côte d'Ivoire le terme est une onomatopée qui désigne les sourds-muets. Les bobos sont donc muets, ils ne s'expriment jamais.

⁷⁵ Emprunté au marketing, cet anglicisme qui signifie bourdonnement est une technique consistant à susciter du bouche à oreille autour d'un événement, d'un produit ou d'une offre commerciale et, ce faisant, des retombées dans les médias. Le *buzz* fonctionne selon un principe : c'est le consommateur potentiel qui devient lui-même le média ; le média devient l'objet de la communication et non son moyen. (Voir Muzard, Marie. « *Bad buzz*, mode d'emploi », *Sciences humaines*, vol. 278, no. 2, 2016, pp. 23-23.)

⁷⁶ Le néologisme désigne un utilisateur qui publie ou « poste » selon le terme consacré

⁷⁷ Déclaration de Koné Bruno en date du 21 avril 2016.

⁷⁸ Un *hashtag* (est un marqueur de métadonnées couramment utilisé sur Internet où il permet de marquer un contenu avec un mot-clé plus ou moins partagé.

de conduire, les années blanches à l'université, etc. Une pétition a même été lancée sur le web : « *Ministre ivoirien des TIC : Bruno Koné: Nous ne sommes pas que 200 à nous plaindre... Ne nous méprisez pas* »⁷⁹. Devant l'ampleur de la contestation et la mobilisation inédite, le ministre a été obligé de se raviser et de présenter ses excuses. Par ailleurs touché par l'ampleur de la mobilisation, le président Ouattara s'est saisi de la question annulant les mesures jugées impopulaires par les populations lors de son discours du 1^{er} Mai 2016⁸⁰. La mobilisation citoyenne des bénévoles amplifiée en cela par l'outil internet et par Facebook en particulier a permis de revigorer les débats politiques. En sus de la mobilisation et la défense des droits des citoyens, la plateforme propose des sondages qui permettent de constituer un réel baromètre de l'activité politique et de l'opinion publique en Côte d'Ivoire⁸¹.

Acteurs et stratégies sur les réseaux socio-numériques en Côte d'Ivoire: entre fin des monopoles classiques et prolifération.

Les TIC bouleversent on l'aura remarqué les relations entre les citoyens et le pouvoir. Comme le signifie le géopolitologue Pascal Boniface⁸², l'information n'est plus réservée à une élite mais elle se démocratise en devenant accessible au plus grand nombre. Il s'instaure pour paraphraser la politologue Emilie Pirnay une sorte de « *ménage à trois* »⁸³ entre d'une part, les politiques qui s'investissent de plus en plus sur les réseaux sociaux, les citoyens qui leur disputent l'apanage de l'activité politique en s'imposant de plus en plus dans le débat politique désormais ouvert et in fine les journalistes qui voient leur métier révolutionné par les TIC.

La crise de la presse ivoirienne et l'émergence des cyberjournalistes

Comme évoqué précédemment, les ventes des journaux ivoiriens ont considérablement baissé. Les ventes ont chuté à un seuil plus que critique. Concomitamment, à ce déclin de la presse papier, la réforme consacrant la libéralisation de l'espace audiovisuel ivoirien tarde à être concrétisée⁸⁴. Nonobstant les garanties législative (Loi du N°2004-644 du 14 décembre 2004 portant régime juridique de la communication audiovisuelle) et réglementaire (Ordonnance N°2011-474 du 21 décembre 2011). La montagne a vraisemblablement accouché d'une souris. Curieusement, 3 des 4 groupes audiovisuels ayant remporté l'appel d'offres en vue d'un service de télévision commerciale privée⁸⁵ sont possédés par des proches du pouvoir. Ainsi : LIFE TV, OPTIMUM MEDIA

⁷⁹http://www.imatin.net/article/societe/cherte-de-la-vie-en-cote-d-ivoire-bruno-kone-et-les-200-la-guerre-ne-fait-que-commencer_35867_1461298736.html?fb_comment_id=1133924159962402_1134002876621197#f1760cfe9f59788 consulté le 30 décembre 2017.

⁸⁰<http://www.jeuneafrique.com/mag/323667/politique/bruno-kone-seule-minorite-pense-va-mal-cote-divoire/> consulté 30 décembre 2017.

⁸¹ Les sondages sont des fonctions que Facebook permet dans chaque groupe de discussion.

⁸² Boniface Pascal, *La géopolitique*, Paris, Eyrolles, 2016, 207 pages.

⁸³ Pirnay Emilie, « Le politologue et son rôle face aux médias », in *Science Politique et actualité: L'actualité de la Science Politique*, ABSP-CF, Academia Bruylant, 2008, pp. 25-40.

⁸⁴ L'Etat de Côte d'Ivoire s'est lancé, depuis 1990, dans un processus de libéralisation du secteur de l'audiovisuel. Il s'agit, au bout du parcours, d'autoriser, après souscription à un appel d'offres ou appel à candidatures, des opérateurs privés de droit ivoirien, à user des fréquences de radiodiffusion sonore ou télévisuelle. (cf. Le journal, Le Nouveau Réveil, du 6 novembre 2012).

⁸⁵http://www.haca.ci/fichier/PUBLICATION_RESULTATS.pdf consulté le 2 janvier 2018.

CÔTE D'IVOIRE, et SORANO-CI appartiennent respectivement à Fabrice Sawegnon, magnat de la communication et communicant attiré du Président de la République, Optimum media est la propriété de Jean-Philippe Kaboré fils de la Grande Chancelière et présidente du RDR, Henriette Dagri-Diabaté et Sorano-Ci est la société exploitante de Radio Nostalgie, la première radio commerciale du pays. Propriété de Dominique Ouattara, la première dame de Côte d'Ivoire, l'entreprise est présidée par son fils Loïc Folloroux. Outre le déclin financier et la libéralisation sous le contrôle étroit du pouvoir. Ce dernier a récemment amorcé une phase d'autoritarisme qui s'est traduit par l'adoption d'une loi rétrograde dépénalisant les délits de presse et sanctionnant durement les atteintes à l'honneur du chef de l'Etat. Devant ce qu'ils ont qualifié de grave recul des libertés, les journalistes⁸⁶ et les internautes se sont mobilisés physiquement (à l'Assemblée nationale pour les journalistes) et sur le net obligeant le gouvernement à reculer. Il finira par adopter la loi en catimini à la fin de l'année, les populations étant préoccupées par les festivités de fin d'année⁸⁷.

Ces 2 facteurs cumulés conduisent à un déclin inexorable de la fonction de journaliste. Ces derniers tentent opportunément de se relancer par le biais des réseaux socio-numériques en devenant des journalistes freelance. Plusieurs journalistes ivoiriens à la réputation établie se sont convertis au freelance numérique. Les choses sont il est vrai paradoxalement plus aisées dans le monde numérique. Comme l'indique Éric Scherer « *Plus besoin d'imprimerie pour se faire lire, de stations de radio pour se faire entendre ou de télévision pour se faire voir. Chacun est devenu un média !* »⁸⁸. Ainsi des journalistes ivoiriens comme André Silvére Konan⁸⁹, Théophile Kouamou⁹⁰, Ferro Bally⁹¹, Fernand Dedeh⁹² et Daouda Coulibaly⁹³ et Assalé Tiemoko⁹⁴ pour les plus présents sur la toile sont aisément passés du monde physique au monde virtuel

⁸⁶ Les hommes de médias entendaient fustiger la nouvelle loi sur la presse qui prévoit des peines d'emprisonnement, notamment l'article 90 parlant des délits par voie de presse : « *Est puni par un emprisonnement de 1 à 5 ans, et d'une amende de 300 000 à 3 millions de francs CFA quiconque par voie de presse incite au vol et au pillage, au meurtre, incite à la xénophobie, à la haine tribale...* », dit le texte. Cet article selon certains journalistes et Facebookers visent à museler la presse mais aussi les internautes devenus très critiques devant l'action gouvernementale. Certains articles concernant l'audiovisuel, qui vient d'être libéralisés, sont très restrictifs et donnent aux autorités de régulation un pouvoir jugé trop important par les manifestants. <http://www.jeuneafrique.com/435503/politique/cote-divoire-organisations-de-journalistes-vent-debout-contre-projet-de-loi-presse/> consulté le 2 janvier 2018.

⁸⁷<http://www.assnat.ci/assembleenationale/?six-projet-de-loi-votes-en-pleniere> consulté le 2 janvier 2018.

⁸⁸ Scherer, Éric. *A-t-on encore besoin des journalistes? Manifeste pour un journalisme augmenté*. Presses Universitaires de France, 2011.

⁸⁹ Journaliste proche du RHDP, il publie néanmoins des billets critiques contre la coalition au pouvoir.

⁹⁰ Théophile Kouamou est un journaliste franco-camerounais précurseur de la transformation des journalistes en blogueurs puis du statut de blogueurs à celui de cyberjournaliste. Il a ainsi créé la plateforme « IvoireBlog », il anime deux pages Facebook sous 2 identités : Tambou Tchagain où il donne ses avis personnels et donc subjectifs sur certaines questions d'actualité et Théophile Kouamou qui est son profil personnel.

⁹¹ Ancien rédacteur en chef du groupe Fraternité Matin quotidien gouvernemental, il s'est lancé dans la presse en ligne.

⁹² Journaliste à la RTI (Radiotélévision Ivoirienne), il est très actif sur les réseaux sociaux. Il a été associé au projet de presse en ligne de Ferro Bally appelé « mapageperso » qui permettait aux internautes moyennant un abonnement de lire des articles sur un site internet. L'expérience n'a pas prospéré.

⁹³ Jeune journaliste très engagé dans la blogosphère ivoirienne, il est très présent sur Facebook.

⁹⁴ Assalé Tiemoko est le directeur de publication de l'Éléphant déchaîné, un hebdomadaire satirique d'investigation.

confrontant leurs écrits à la fugacité du monde numérique. Daouda Coulibaly récuse l'expression *cyberjournaliste*, il lui préfère celle de *journaliste-citoyen* qu'il définit ainsi « [un journaliste] qui rapporte un fait en temps réel sans prendre parti pour un camp où l'autre en ne s'en tenant qu'aux faits. Il ne mène pas d'analyse il dit simplement ce qu'il voit [...] le journalisme citoyen est une bonne chose dans la mesure où la presse dans toutes son entièreté est sous le joug des politiques. Même si ces derniers n'ont pas la carte de presse de journaliste pro ils ont le mérite de nous montrer un autre aspect que les communiqués et les éléments de langage sorti tout droit des officines politiques »⁹⁵.

Ces journalistes participent activement au débat public et contribuent à l'engagement citoyen. Fernand Dedeh apparaît comme un des fers de lance de la contestation qui avait obtenu la suspension du projet de loi sur la presse. André Silvère Konan consacre plusieurs publications par jour sur sa page Facebook mais aussi sur son blog pour dénoncer certains faits sociaux mais aussi mettre en relief les difficultés du Gouvernement. Journaliste investigateur, Tiemoko Assalé publie lui aussi sur son mur les bonnes feuilles de son hebdomadaire, il participe régulièrement aux débats contradictoires associant les internautes dans le groupe ODCI illustrant ses arguments par la production de fac-similés. Théophile Kouamou craignant pour sa sécurité a quitté la Côte d'Ivoire et n'y est plus retourné, pionnier du cyberjournalisme, il a surfé sur la nouvelle fonctionnalité de Facebook qui a l'instar de Youtube permet de diffuser des vidéos en créant un nouveau média uniquement « logé » sur Facebook intitulé « Ye News ! » qui compte plus de 15.000 abonnés⁹⁶. Expérimenté, Théophile Kouamou se mue en théoricien et édifie les utilisateurs des réseaux sociaux sur les dangers de ceux-ci. Il indique ainsi que « les réseaux sociaux - Facebook en particulier - peuvent être nuisibles pour la construction d'un espace politique sain dans les nations qui sortent de longues décennies de parti unique et de réflexes autoritaires. Surtout quand les médias classiques et les institutions délibératives de type Assemblée nationale sont faibles, biaisés et/ou invisibles. - Facebook n'a pas de mémoire. L'outil est conçu pour être dans l'immédiateté la plus abrupte. Or le débat politique ne peut se priver de retours vers le passé, de mise en perspective historique. - Facebook ne valorise pas les tiers de confiance et les "arbitrages crédibles". C'est le nombre de likes qui tient lieu de "fact checking". Ce sont donc les manipulateurs les plus véreux des passions populaires qui semblent avoir raison. »⁹⁷

Cyberactivistes Versus Cyberpoliticiens

Avec les réseaux socionumériques l'activité politique n'est plus l'apanage des seuls professionnels. De nombreux usagers des réseaux Facebook ou Twitter, tout en alimentant l'actualité ne se définissent pas comme des cyberjournalistes ou journalistes citoyens. Ils appartiennent à la catégorie des cyberactivistes ou cybermilitants. En Côte d'Ivoire plusieurs ont une e-réputation établie et ce sans considération de leur appartenance partisane. Ils s'expriment dans les groupes Facebook, mais ce sont sur leurs murs qu'ils s'expriment le plus où ils captent l'attention des internautes. Ces cyberactivistes sont nombreux nous en retiendrons trois dans le

cadre de la présente étude: « Steve Boko », de son vrai nom Lago Fabrice, il a ouvert son compte lors de la crise post-électorale qui s'est soldée par une guerre⁹⁸.

Il revendique une proximité avec le camp de l'ex LMP. Membre d'un parti jeune, l'UNG⁹⁹, il s'est exilé au Ghana à la suite de la défaite du camp de Gbagbo. Il revendique 35.000 abonnés sur sa page. Très incisif contre le Gouvernement, il mobilise les partisans du président Gbagbo lors des manifestations de l'ex-majorité présidentielle à La Haye aux Pays-Bas où Gbagbo est détenu. Arborant en guise de photo de profil une photographie en noir et blanc représentant Gbagbo. Au printemps 2014, Steve Boko dévoile sa vraie identité. Il en profite pour faire la promotion d'un ouvrage qu'il a rédigé, intitulé « Côte d'Ivoire : Comment je suis devenu Cyberactiviste : au cœur de la traque des partisans de Laurent Gbagbo par le régime Ouattara »¹⁰⁰. L'opus retrace son parcours qui tout en étant singulier, est commun à de nombreux jeunes Ivoiriens qui ont dû fuir leur pays pour préserver leur vie face à la violence sans précédent qui s'est abattue sur les partisans de Laurent Gbagbo après sa capture le 11 avril 2011. En exil désormais en France, il est devenu un communicant professionnel ce qui renforce son prestige et la qualité de ses billets. Il fait souvent des vidéos qui sont vues par des milliers de Facebookers pour échanger directement (« en live ») avec ces derniers sur des sujets brûlants de l'actualité.

Aminata Ouattara, elle a ouvert son compte sous le nom de « Reine Aminata » en 2009 pour selon elle donner ses opinions sur le plan politique, culturel, économique et social. En 2011, à la faveur de la victoire du camp Ouattara dont elle est très proche, elle décide d'afficher sa vraie identité « Aminata Ouattara » pour relayer les actions du Gouvernement. Devant l'engouement de sa page, elle crée une page professionnelle qu'elle nomme « Aminata 24 »¹⁰¹. Sa photo de profil est un remake du logo du groupe audiovisuel « France 24 », le France 24 étant remplacé par « Aminata 24 ». Proche de certains membres des différents gouvernements de la coalition au pouvoir, Aminata n'hésite pas à s'afficher avec eux sur des photos mettant en relief ainsi la quintessence des informations qu'elle fournit. Gage de son succès, elle affiche plus de 85.000 abonnés. Elle a pour habitude de finir ses publications par un « ADOOOO », acronyme représentant les initiales du chef de l'Etat Alassane Dramane Ouattara qui est devenu un cri de ralliement.

Serif Tall, auparavant appelé « L'Observateur Shérif », il s'est fait connaître sur le groupe de discussion ODCI alternant humour caustique, vidéos parodiques et style ironique. Appelé le « Robin des Bois » de la toile ivoirienne. Serif qui reconnaît avoir été naguère partisan du parti au pouvoir le RDR se veut désormais à équidistance des chapelles politiques¹⁰². Outre les cyberactivistes, les politiciens conscients de l'efficacité des réseaux socionumériques dans la mobilisation d'un électoral jeune et connecté se sont rapidement pliés à cette exigence de la révolution numérique. L'objectif est triple, d'une part améliorer leur image en les rapprochant des populations et

⁹⁸ Plus précisément le 6 février 2011, entretien réalisé avec Lago Fabrice alias Steve Boko le 3 janvier 2018.

⁹⁹ Union des Nouvelles Générations dont le président Stéphane Kipré proche de Gbagbo est aussi en exil.

¹⁰⁰ Boko Steve, Côte d'Ivoire : Comment je suis devenu Cyberactiviste : au cœur de la traque des partisans de Laurent Gbagbo par le régime Ouattara, Paris, L'Harmattan, 2014, 182 pages.

¹⁰¹ Entretien avec Aminata Ouattara en date du 14 janvier 2018.

¹⁰² Entretien avec Serif Tall en date du 14 janvier 2018.

⁹⁵ Entretien réalisé le 14 janvier 2018 avec Daouda Coulibaly.

⁹⁶ <https://www.facebook.com/yenewsvideo/> consulté le 3 janvier 2018.

⁹⁷ Entretien réalisé avec Théophile Kouamou en date du 5 décembre 2017.

d'autre part véhiculer leurs idées et mobiliser le plus de personnes à leur cause. Les stratégies mais aussi les moyens pour ce faire varient en fonction des acteurs politiques ivoiriens.

Si le nombre des acteurs politiques professionnels est de plus en plus important, nous nous échinons à en sélectionner trois qui sont représentatifs des sensibilités politiques ivoiriennes.

Mamadou Koulibaly, ancien président de l'Assemblée Nationale, s'est séparé en 2011 de son parti le FPI¹⁰³ pour créer Liberté et Démocratie pour la République en abrégé LIDER¹⁰⁴. Iconoclaste et fort en thème, Koulibaly est réputé, franc, direct profite activement des deux tribunes que lui offrent les réseaux socio-numériques par le biais de Facebook et de Twitter dont il maîtrise le langage pour asséner ses vérités. Inscrit depuis juin 2012 sur Twitter, il a déjà publié plus de 13.000 « tweets », il est suivi par 25.000 abonnés¹⁰⁵. Sur Facebook, Mamadou Koulibaly anime une chronique publiée sous forme vidéo tous les jeudis. Koulibaly ne se contente pas de dénoncer, tout en faisant la promotion de son jeune parti, il formule de nombreuses propositions pour montrer la maturité de son parti et se montre prêt à gouverner. L'image d'un Koulibaly, simple, rigoureux, proche des jeunes et accessible séduit fortement la jeunesse, en témoigne le nombre d'abonnés et de « retweets ».

Yasmina Ouégnin, actuelle députée de Cocody a révolutionné la toile ivoirienne en créant lors des élections législatives de 2016 un mouvement citoyen et engagé inédit dans le Pays. Le mouvement « YOSPIRIT » (Yasmina Ouégnin Spirit ou Esprit Yasmina Ouégnin) a en 2016 épousé tous les contours d'une communication ultra-moderne, suscitant l'adhésion de la jeunesse de la circonscription dans laquelle Mme Ouégnin s'était représentée.

Selon la fondatrice de ce mouvement citoyen et engagé Vorena Guessend, le mouvement a surpris par son ampleur¹⁰⁶. Opposée à une candidate de poids issue du gouvernement, Yasmina Ouégnin s'est appuyée sur un mouvement spontané soutenu et entretenu par la toile. La campagne marquée sous le sceau du hashtag #yospirit recensait toutes les actions et les déplacements de la candidate en temps réel. Pour la première fois dans un pays clivé politiquement, la candidature de Yasmina Ouégnin a suscité une ferveur sans précédent. Certains jeunes¹⁰⁷ avouant avoir désobéi aux consignes de leur parti pour adhérer à la cause de Yasmina Ouégnin. Estimant le camp adverse conduit par Mme Affoussy Bamba-Lamine capable de lui voler sa victoire, les partisans de Mme Ouégnin ont suite à des appels donnés sur les réseaux sociaux envahis les bureaux de vote et donnés les résultats des élections bureau de vote par bureau de vote sur la toile, rendant toute fraude impossible. La candidate malheureuse Affoussy Bamba tentera une malheureuse sortie en célébrant toujours sur Facebook et sur Youtube une victoire présumée¹⁰⁸. La Commission électorale finira par confirmer les chiffres communiqués par les internautes en validant malgré le faible taux de participation l'élection de Yasmina Ouégnin. Dernier cyberpoliticien mais non des moindres, le président de l'Assemblée Nationale Guillaume Soro. Ce dernier apparaît comme le cyberpoliticien par excellence, le politique qui utilise le plus les réseaux

sociaux et le premier à avoir compris la profondeur stratégique de cet outil. En effet, nonobstant un cursus honorum fourni, le président de l'Assemblée nationale ivoirienne n'est âgé que de 46 ans¹⁰⁹.

Signe de l'audience exceptionnelle de ce politique de premier plan, Guillaume Soro a annoncé lui-même le 25 octobre 2017 sur sa page Twitter qu'il avait franchi le seuil des un million d'abonnés sur Facebook et de 500.000 followers sur Twitter. Il fait ainsi jeu égal avec des acteurs Africains de premier plan comme le président Buhari du Nigeria. Il est à remarquer qu'aucun homme politique n'a son influence et son audience sur les réseaux socio-numériques en Côte d'Ivoire¹¹⁰. Toujours concernant la page Facebook de Soro, celle-ci est complète en sus des informations institutionnelles, il possède une *webtélé* qui édifie les abonnés sur son actualité d'acteur politique mais aussi de président de l'Assemblée Nationale. La page Twitter de Guillaume Soro n'est pas en reste de cette vitalité numérique, elle lui sert de page personnelle où il échange directement avec les internautes. Le style direct et simple, les publications tardives et très personnelles semblent montrer que Guillaume Soro anime lui-même cette page sans l'intermédiaire d'un *Community manager*¹¹¹. Si certains followers se plaignent d'être bloqués c'est-à-dire interdit de sa page lorsqu'ils lui portent la contradiction de façon véhémement¹¹², il n'en demeure pas moins que l'interactivité entre Soro et ses followers est édifiante.

A cet effet, un événement particulièrement inédit a marqué la toile et le monde politique ivoirien. Suite à un retweet d'une de ses followers qui déclarait l'admirer¹¹³. Séance tenante sur sa page Twitter, Soro mandata un de ses chargés de communication d'organiser une rencontre avec l'admiratrice. Cette dernière fut élargie à des invités triés sur le volet tous partisans déclarés de Soro. Intitulé « *Je crush Soro* », l'évènement eut lieu à la résidence du cyberpolitique. Familière et conviviale, surmédiatisée sur les profils Facebook et Twitter de Soro la cérémonie inédite et unique en son genre connut un succès certain et marqua les consciences de la jeunesse. Souhaitant afficher sa proximité avec cette dernière, Soro déclara « *Moi-même, étant utilisateur des réseaux sociaux, j'ai pu noter l'intérêt que la jeunesse ivoirienne porte à la chose publique, à la chose d'intérêt général. Plusieurs fois, j'ai eu l'occasion de lire des commentaires, ici et là, de jeunes qui voulaient en savoir plus sur la marche du pays. J'ai aussi noté l'intérêt des jeunes à interagir avec leurs dirigeants. [...] Des reproches aussi ont été régulièrement faits sur l'inaccessibilité des dirigeants* »¹¹⁴.

Conclusion

Sept ans jour pour jour après le « Printemps arabe » qui a entraîné la chute du dictateur tunisien Ben Ali, les réseaux

¹⁰⁹ Il est né le 8 mai 1972 en Côte d'Ivoire.

¹¹⁰ Après Guillaume Soro vient son concurrent politique Hamed Bakayoko présentement ministre de la défense avec 422.448 abonnés. (Source : Veilleur des médias <https://www.facebook.com/veilleurdesmedias/> consulté le 4 janvier 2018).

¹¹¹ Animateur de communauté est un métier qui consiste à animer et à fédérer des communautés sur Internet pour le compte d'une société, d'une marque, d'une célébrité ou d'une institution.

¹¹² Beaucoup d'opposants à Soro qui lui reprochent vertement son passé de chef rebelle sont bloqués sans autre forme de procès.

¹¹³ L'admiratrice déclara je « crush » pour Soro, celui-ci lui demanda quelle était la signification de ce terme avant de s'entendre dire que cela signifiait qu'elle l'admirait.

¹¹⁴ <https://www.fratmat.info/index.php/politique/assemblee-nationale-guillaume-soro-crush-avec-250-jeunes> consulté le 5 janvier 2018.

¹⁰³ Front Populaire Ivoirien, parti socialiste.

¹⁰⁴ LIDER dispose d'une page professionnelle Facebook qui compte 650.000 abonnés.

¹⁰⁵ https://twitter.com/M_Koulibaly consulté le 4 janvier 2018.

¹⁰⁶ Entretien réalisé avec Vorena Guessend le 10 janvier 2018.

¹⁰⁷ Entretien réalisé le 16 décembre 2016 avec des jeunes ayant requis l'anonymat.

¹⁰⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=LTVTmeccQ3g>.

socionumériques apparaissent comme infrangibles dans l'étude du politique. Ontologiquement interdisciplinaires et à l'intersection de la sociologie structurale, la sociologie politique, la communication politique mais aussi de la géopolitique, les réseaux socionumériques se sont imposés dans le champ d'étude de la science politique. Bien qu'à la traîne de la Mondialisation, les Etats africains et la Côte d'Ivoire en particulier refont leur retard par le biais des TIC. La Côte d'Ivoire est à la pointe de cette révolution numérique. Les réseaux sociaux qui en découlent étaient au départ utilisés dans un but purement ludique avant de connaître une mutation politique. Les réseaux socionumériques se sont mués en véritables tribunes politiques épousant les contours partisans de la société politique ivoirienne. L'utilisation politique des réseaux sociaux en Côte d'Ivoire a déplacé les antagonismes partisans des espaces physiques que sont les *Sorbonnes* et les *Grins* vers les groupes Facebook Le succès croissant des supports que sont les smartphones a entraîné une multiplication des acteurs politiques mettant ainsi fin au monopole de l'activité politique assurée jusque-là par des professionnels. L'activité politique fait désormais l'objet d'un ménage à trois. Entre d'une part les journalistes mués en cyberjournalistes, l'opinion publique qui assume désormais ses positions politiques et son *cybermilitantisme* et in fine les politiques.

REFERENCES

- . 1998. *La société en réseaux, tome 1 : L'ère de l'information*. Paris: Fayard, 1998.
- Babeau, Franck. 2014. « La participation politique des citoyens « ordinaires » sur l'Internet. La plateforme Youtube comme lieu d'observation ». *Politiques de communication*. vol. 3, no. 2 2014, pp. 125-150.
- Bohou, Jean-Marie. 2007. *Géopolitique et Projection de puissance du Brésil au XXIème siècle*. Paris : L'Harmattan, 2007.
- Borel, Simon. 2012. « Facebook, stade suprême de la quête de reconnaissance ». *Revue du MAUSS*. vol. 40, no. 2 2012, pp. 257-266.
- Boyd, Dannah. et Ellison, Nicole., ,,. 2007. « Social Network Sites : Definition, History, and Scholarship ». *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 13, n° 1 2007, pp. 210-230.
- Casilli, Antonio. 2012. « Être présent en ligne : culture et structure des réseaux sociaux d'Internet ». *Idées économiques et sociales*. vol. 169, no. 3 2012, pp. 16-29.
- Castells, Manuel. 2001. *La Galaxie Internet*. Paris : Fayard, 2001.
- Coralie, Le Caroff. 2015. *Les usages sociopolitiques de l'actualité en ligne. S'informer, partager et commenter sur Facebook*. Thèse de doctorat, Paris : 582 pages, 2015.
- Cutolo, Armando, et Richard Banégas. 2012. « Gouverner par la parole : parlements de la rue, pratiques oratoires et subjectivation politique en Côte d'Ivoire ». *Politique africaine*. vol. 127, no. 3 2012, pp. 21-48.
- Degenne, Alain. 2011. « Retour à l'analyse des réseaux sociaux. Entretien réalisé par Thomas Stenger et Alexandre Coutant », *Hermès La Revue*. vol. 59 2011, pp. pp. 39-42.
- Faris, David. 2012. « La révolte en réseau : le « printemps arabe ». *Politique étrangère*. Printemps 2012, pp. pp. 99-109.
- Fillias Edouard, Villeneuve Alexandre. 2011. *E-réputation. Stratégies d'influence sur Internet*, Paris : Ellipses, 2011.
- Gozlan, Angélique. 2014. « Le héros éphémère sur la scène facebookienne ». *Topique*. vol. 126, no. 1 2014, pp. 51-63.
- Kaplan, Andréas. 2011. « Twitter ou le pouvoir de 140 caractères ». *L'Expansion Management Review*. vol. 140, no. 1 2011, pp. 104-113.
- Kessé, Blé Adolphe. 2009. *Les Sorbonnes à Abidjan: Archéologie de la reconstruction sociale du politique*. Thèse. s.l. : 'Université du Québec à Montréal (UQAM), juin 2009.
- Lacoste, Yves. 1976. *La géographie, ça sert, d'abord, à faire la guerre*. Paris : Ed. Maspero (rééditions en 2012 et 2014 aux Éditions La Découverte), 1976 .
- Mercanti-Guérin, Maria. 2010. « Facebook, un nouvel outil de campagne : Analyse des réseaux sociaux et marketing politique ». *La Revue des Sciences de Gestion*. vol. 242, no. 2, 2010, pp. 17-28.
- Michel, Grossetti. 1997. « Communication électronique et réseaux sociaux ». *Flux*. n°29 1997, pp. 5-13.
- Munier, Brigitte. 2011. « Du Kula à Facebook : le poids du prestige », *Hermès, La Revue*, vol. 59, no. 1 2011, pp. 113-116.
- Muzard, Marie. 2016. « Bad buzz, mode d'emploi ». *Sciences humaines*. vol. 278, no. 2 2016, pp. 23-23.
- Olivesi, Aurélie, et Nicolas Hube. 2016. « Présentation du dossier. Des « vraies gens » aux « followers ». Médias numériques et parole politique ». *Politiques de communication*. vol. 6, no. 1 2016, pp. 5-17.
- Pascal, Boniface. 2016. *La géopolitique*, Paris : Eyrolles, 2016.
- Pirnay, Emilie. 2008. « Le politologue et son rôle face aux médias ». *Science Politique et actualité : L'actualité de la Science Politique*. ABSP-CF Academia Bruylant, 2008, 25-40.
- Scherer, Éric. 2011. *A-t-on encore besoin des journalistes? Manifeste pour un « journalisme augmenté »*. Paris : Presses Universitaires de France, 2011.
- Sten Hagberg, Ludovic Kibora, Fatoumata Ouattara and Adjara Konkobo. 2015. « Au cœur de la révolution burkinabè ». *Anthropologie & développement*. t, 42-43 2015, pp. 199-224.
- Stéphane, Rosière. 2001. *Géographie politique, géopolitique et géostratégie: distinctions opératoires. L'information géographique*. volume 65, n°1, 2001, pp. 33-42.
- Steve, Beko. 2014. *Côte d'Ivoire : Comment je suis devenu Cyberactiviste : au cœur de la traque des partisans de Laurent Gbagbo par le régime Ouattara*. Paris : L'Harmattan, 2014.
- Vincourt, Sarah, et Souleymane Kouyaté. 2012. « Ce que « parler au grin » veut dire : sociabilité urbaine, politique de la rue et reproduction sociale en Côte d'Ivoire ». *Politique africaine*. vol. 127, no. 3 2012, pp. 91-108.