



ÉMERGENCE DE L'ESPACE AUDIOVISUEL IVOIRIEN ET INTERCULTURALITÉ CHEZ LES JEUNES ABOURÉ DE BONOUA : QUELLES REPRÉSENTATIONS SOCIALES

Mahipou Fernande Marie Josée AHOULOU
Université Alassane Ouattara, Bouaké (Côte-d'Ivoire)
amahipoufernande2@gmail.com
&
Tahirou KONÉ
Université Alassane Ouattara, Bouaké (Côte-d'Ivoire)
ktahiroo@yahoo.fr

Résumé : Ces dernières décennies ont été marquées par la montée en puissance de l'espace audiovisuel ivoirien. Il offre de nouvelles opportunités de créativité d'expression et d'innovation, tout en présentant des défis. Les médias jouent en effet un rôle indispensable en tant que médiateurs culturels, façonnant les identités et les représentations sociales. Ils favorisent l'interculturalité par l'accès à divers contenus audiovisuels. Ces différents contenus influencent la perception des jeunes Abouré en les exposant constamment à des cultures étrangères qui influencent négativement leur identité culturelle. Cette recherche vise à explorer l'impact de l'émergence de l'espace audiovisuel en Côte d'Ivoire sur la perception et la culture des jeunes Abouré.

Mots-clés : Espace audiovisuel, interculturalité, jeunes abouré, représentation sociale, Bonoua.

EMERGENCE OF THE IVORIAN AUDIOVISUAL SPACE AND INTERCULTURALITY AMONG YOUNG PEOPLE ABOURE DE BONOUA: WHAT SOCIAL REPRESENTATIONS

Abstract: Recent decades have been marked by the rise of the Ivorian audiovisual space. It offers new opportunities for creative expression and innovation, while presenting challenges. The media play an essential role as cultural mediators, shaping identities and social representations. They promote interculturality through access to various audiovisual content. These different contents influence the perception of young Abouré people by constantly exposing them to foreign cultures which negatively influence their cultural identity. This research aims to explore the impact of the emergence of the audiovisual space in Ivory Coast on the perception and culture of young Abouré.

Keywords: Audiovisual space, interculturality, young people, social representation, Bonoua.

Introduction

Ces trois dernières décennies ont été marquée par la montée en puissance de l'espace audiovisuel dans plusieurs pays en Afrique (Jedlowski, 2019). Cette émergence des médias audiovisuels a permis d'avoir un accès facile aux informations, mais à favoriser des échanges interculturels en particulier chez les jeunes (Ngono, 2020). En effet, ces médias façonnent les

interactions, les représentations au sein d'une société, et imposent de nouvelles formes de communication (Dias et Rentel, 2023). F. Balle (2005, cité par Doua 2009, p 111) disait dans cette même veine que : « *loin d'être des moyens ou des techniques parfaitement neutre, les médias agissent sur la culture et sur l'ordre social, après avoir exercé leur influence, subreptice et irrésistible, sur nos façons d'appréhender le monde sensible* ». Les médias audiovisuels sont non seulement des outils de communication et de divertissement, mais sont également des vecteurs d'influence sur les cultures en Afrique, car ils exposent les jeunes à des contenus étrangers. Ce qui conduit souvent à la dévalorisation et à la dégradation de nos cultures (Kodjo, 1979).

La Côte d'Ivoire s'est lancée également dans ce processus de libéralisation de l'espace audiovisuel en 1990. Il fait un appel à candidature aux opérateurs privés (Konan, 2012). Ce n'est qu'en 2016 que la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle (HACA) intervient dans la libération de l'espace audiovisuel. Nous assistons dès lors à la naissance de plusieurs chaînes de télévision. La Côte d'Ivoire dispose aujourd'hui des chaînes publiques telles que : RTI 1, RTI 2 et La 3. Et ses chaînes privées sont : A+Ivoire, LIFE TV, NCI et 7 Info. Elles sont diffusées sur le câble, le satellite et la télévision numérique hertzienne terrestre (TNT). Les nouvelles chaînes de télévisions s'inscrivent dans un contexte concurrentiel (Kredens et Rio, 2015, p.15-16) et bousculent la suprématie de la RTI, la chaîne historique qui a fonctionné pendant longtemps dans une situation monopolistique et accumulait la totalité des revenus publicitaires. Aujourd'hui, la course à l'audience et à l'audimat est le souci de toutes les chaînes pour espérer une pérennité et une viabilité. Les nouvelles chaînes mettent en œuvre un plan marketing commercial et une politique éditoriale solide et efficace (Sonnac, 2012), en proposant des programmes alléchants et inédits aux téléspectateurs ivoiriens. Pour atteindre un maximum de personnes susceptibles de consommer leurs programmes audiovisuels, elles font le choix de se déployer sur les plateformes numériques. Depuis la libéralisation et la diversité des chaînes de télévision ivoirienne, nous assistons à des programmes tels que : le Vrai Match, et Allo Caviar sur LIFE TV qui proposent des contenus sexuels et sensibles influençant de plus en plus la jeunesse ivoirienne. Aussi, en Côte d'Ivoire, pour fidéliser et attirer les téléspectateurs, les chaînes de télévision publiques et privées n'hésitent pas à faire du marketing d'influence (Dufour, 2021). Cette stratégie consiste à recruter des influenceurs web bien connus sur la toile pour bénéficier de leur audience.

Cette émergence de l'espace audiovisuel ivoirien est souvent vue comme un signe de progrès et de modernité, renforçant le sentiment d'appartenance à une société en évolution (McLuhan, 1964). Elle offre aux jeunes des opportunités de créativité, de connexion, d'apprentissage et a un effet positif d'ouverture au monde et d'apports de connaissances. En Côte d'Ivoire, la diversité des contenus proposés allant des émissions de divertissement aux séries télévisées et clips vidéos nous emmène à nous interroger sur l'interculturalité et leur impact sur la jeunesse, et la représentation sociale chez les jeunes ivoiriens en particulier chez les jeunes Abouré de Bonoua. Certains auteurs tels que J. Baudrillard (1970) et P. Bourdieu (1979) soulignent comment les médias façonnent les comportements et les perceptions. Selon ces auteurs, les médias créent des images qui ne reflètent pas la réalité et participent à la construction des pratiques culturelles et des goûts.



Ce travail s'inscrit dans le courant de pensée de la médiologie développé par R. Debray (1991) qui étudie le rôle des médias dans la transmission des valeurs et idées, et leur impact sur la perception et la compréhension du monde. Les médias jouent en effet un rôle crucial dans la promotion de l'interculturalité. Ils sont des vecteurs de culture qui contribuent à l'échange et à la rencontre entre différentes cultures. Selon S. Yeo (2015, p.597) l'interculturalité « *facilite les échanges, joue un rôle fondamental dans la formation des identités culturelles* ».

Selon E. Doua (2009, p.111) : « *les médias influencent subrepticement sur l'ensemble des activités, sur la nature du lien qui unit les hommes les uns aux autres et, en définitive, sur le cours de leur histoire* ». Les médias sont de puissants producteurs de messages, qui illustrent dans les sociétés pour influencer l'ensemble des activités et les pensées de la population ivoirienne. En d'autres termes, les chaînes de télévision ivoirienne diffusent des émissions, des films et des séries qui proviennent de différentes cultures, permettant aux jeunes Abouré d'être exposés à des perspectives et des modes de vie variés. A. Kouassi (2022, p.25) dit à ce propos que : « *ce que nous décrivons dans ces films, ce sont des scènes d'amour exposées les embrassades, les caresses, des jeux de séductions, les tenues légères qui exposent presque la nudité de certains personnages dans ces films* ». En consommant les contenus audiovisuels, les jeunes sont exposés à une pluralité de cultures qui influence leurs attitudes et perceptions des choses. Ces influences médiatiques jouent en effet un rôle important sur la représentation sociale chez les jeunes Abouré.

L'émergence de l'espace audiovisuel en Côte d'Ivoire a transformé les dynamiques sociales et culturels chez les jeunes Abouré. Les Abouré de Bonoua sont à la base un peuple riche en traditions et très ancré dans sa culture, qui ne voulait subir aucune modification culturelle au contact permanent avec d'autres peuples. Aujourd'hui cette culture a subi beaucoup de transformation à cause de l'essor des médias. Ces jeunes se trouvent à la croisée des chemins entre leur héritage culturel et les influences extérieures véhiculées par les médias (Kouassi, 2023). P. Albert et C. Leteinturier (1999) disaient à cet effet que les médias jouent un rôle important comme véhicule précisément d'idées, d'idéologies d'images, de représentation qui alimentent les controverses et les malentendus. Ces constats nous amènent à poser la question suivante : comment l'interaction entre l'espace audiovisuel et l'interculturalité façonne les représentations sociales au sein des jeunes abouré de Bonoua ? Pour tenter de répondre à cette question, nous avons formulé l'hypothèse selon laquelle l'émergence de l'espace audiovisuel ivoirien a un impact significatif sur les représentations sociales des jeunes abouré en favorisant une diversité d'identités culturelles. Notre objectif ici est d'analyser comment les jeunes Abouré consomment les contenus audiovisuels et comment cela influence leur identité culturelle et leurs valeurs. Cet article sera réparti en quatre parties : d'abord un cadre de référence théorique, un cadre méthodologique, une présentation et analyse des résultats et enfin une discussion.

1. Cadre de référence théorique

D'un point de vue théorique, notre article s'inscrit dans la droite de la théorie de la médiologie de Régis Debray (1991).

La théorie de la médiologie a été développée par le sociologue Régis Debray dans les années 1990. Il explore la relation entre les médias, la culture et la société dans ses ouvrages « La médiologie (1991) » et « Éloge des médias (1997) ». Concluant que les médias ne sont pas de

simples instruments et outils de communication, mais qu'ils jouent un rôle fondamental dans la construction des représentations sociales et des identités culturelles. Il affirme également que les médias construisent leur contenu en fonction de la culture de la société. L'auteur fait l'analyse des médias audiovisuels tout en mettant l'accent sur leur rôle dans la transmission de l'information et de la culture. Selon Y. Jeanneret (1995, p.6), la médiologie permet d'« *analyser la façon particulière dont l'image fait sens, mesurer la force propre de sa séduction, observer précisément comment le regard se modifie quand on passe de l'icône au tableau, à la photographie, puis à l'écran* ». La médiologie étudie les effets de la transmission médiatique sur les générations futures : la culture, la tradition et les savoirs.

La médiologie se concentre sur le rôle des médias dans la transmission des valeurs et idées, également sur leur impact sur la perception et la compréhension du monde. Elle met en avant l'impact de l'espace médiatique dans la transmission et la formation des identités collectives et individuelles. Aussi J-P. Esquenazi (1999) aborde-t-il les fondements de la médiologie. Selon lui, la médiologie s'appuie sur plusieurs disciplines dont la psychologie, la sociologie et la communication pour analyser les médias. Il soutient également que les médias ne sont pas uniquement des outils de communication, mais des acteurs qui modifient les relations sociales et culturelles, soulignant l'importance des technologies dans la transformation des pratiques médiatiques et des interactions humaines. S. Broca (2005), spécialiste de la médiologie et de communication aborde les enjeux des médias dans notre société pour comprendre les dynamiques actuelles de la communication et leur impact sur notre vie quotidienne. Nous pouvons citer entre autres : l'impact des médias sur la société, l'éthique de la communication, l'identité, la représentation et la transformation des modes de communication. La théorie de la médiologie offre un cadre analytique pour mieux explorer comment l'essor de l'audiovisuel ivoirien influence la construction de l'identité sociale et culturelle chez les jeunes Abouré. Selon cette théorie, les médias peuvent être influencés par la culture de la société et les médias peuvent influencer la culture d'un peuple. Mais nous constatons que les médias exercent de plus en plus de pouvoir sur la population. Ce qui explique pourquoi plusieurs jeunes Abouré sont hybrides, alors qu'ils sont considérés comme un peuple très conservateur en Côte d'Ivoire.

2. Présentation du dispositif empirique et description de l'échantillon

2.1. Terrain de l'étude

Nos recherches s'effectuent dans le sud-est de la Côte d'Ivoire, précisément à Bonoua. Elle s'est restreinte à la communauté Abouré de Bonoua. Le choix de ce peuple a été motivé par notre appartenance, mais aussi parce que sa population était à la base un peuple très conservateur lorsqu'il s'agissait de sa culture. Force est de reconnaître qu'avec l'arrivée des médias, cette culture longtemps conservée et pérennisée commence à connaître de sérieuses modifications (Tudesq, 2008) car la plupart des jeunes sont sous l'influence des médias. Nous constatons le jaillissement d'une génération hybride composée des jeunes combinant des éléments de leur culture locale avec des influences globales, créant ainsi de nouvelles formes d'expressions culturelles.



2.2. Instrument de collecte et participants

Dans cet article, nous avons opté pour la méthodologie de la recherche qualitative. Pour ce faire, nous avons utilisé de l'observation participante qui est une technique de collecte de données très efficace (Bonneville, Grosjean et al, 2007) pour être en contact direct avec les jeunes, pour comprendre leurs attitudes et comportements. Les focus groups nous ont également permis de collecter les verbatim des jeunes. Nous avons interrogé les jeunes parce qu'ils sont directement exposés aux médias et beaucoup vulnérables. Le choix des présidents des jeunes s'est fait dans nos enquêtes parce qu'ils sont en contact avec les jeunes et ils connaissent leur réaction face aux médias et leur culture. Nous avons également décidé de faire une enquête auprès de la chefferie, car elle représente la garante de la culture au sein de la communauté Abouré, aussi le sociologue spécialiste des médias pour montrer le lien entre les médias et la culture. Et le professionnel des médias pour expliquer le processus de productions des contenus médiatique et leurs influences sur la jeunesse. Nous avons opté pour la méthode d'échantillonnage par quota. Nous répartissons notre échantillon comme suit : trente jeunes, dont dix de chaque quartier traditionnel de Bonoua : Koumassi, Begnini et Blonouklo. Ainsi, nous avons touché trois présidents des jeunes de ces différents quartiers, deux notables, un sociologue spécialiste des médias et un professionnel des médias.

2.3. Instrument d'analyse

Dans cette étude, le principal instrument d'analyse que nous avons utilisé est l'analyse de contenu. Elle permet de rendre compte de la façon la plus fiable et objective possible les dits des interviewés (Berelson, 1952). Elle nous a permis de recueillir, interpréter et examiner les informations sur l'impact de l'émergence de l'espace audiovisuel sur la jeunesse abouré. Nous avons, dans cette démarche, accordé une priorité à l'analyse de contenu simplifiée.

3. Espace audiovisuel ivoirien : entre interculturalité et influence sur les jeunes Abouré

3.1. Perception de l'émergence de l'espace audiovisuel ivoirien

Au cours de nos entretiens et focus groups, nous avons identifié deux catégories d'indicateurs essentiels qui reflètent les perceptions des participants concernant l'émergence de l'espace audiovisuel ivoirien : les perceptions positives et les perceptions négatives. La méthode d'analyse de contenu simplifiée nous a permis de faire les grilles d'analyse des perceptions de l'émergence de l'espace audiovisuel.

Tableau 1 : Perceptions positives de l'émergence de l'espace audiovisuel ivoirien

Catégories sémantiques (variables)	Occurrences (indicateurs)	Nombre de mots	% par rapport au nombre total de mots	Rang
Créativité et innovation	Accessibilité accrue grâce à l'essor des plateformes numériques	250	39,06%	1 ^{er}
Représentation de la richesse culturelle ivoirienne	Apprentissage des cultures étrangères	180	28,12%	2 ^{ème}
Engagement social	Divertissement	120	18,75%	3 ^{ème}
Accès facile et rapide aux informations	Education	90	14,06%	4 ^{ème}
Total		640	100%	

Les résultats montrent que parmi les perceptions positives, la catégorie « Créativité et innovation » est dominante avec 39,06% des occurrences. Cela indique une appréciation majeure pour l'innovation apportée par l'émergence de l'espace audiovisuel ivoirien. La « représentation de la richesse culturelle ivoirienne » arrive en deuxième position avec 28,12%, tandis que « engagement social » et « accès facile et rapide aux informations » complètent les perceptions positives.

Tableau 2 : Perceptions négatives de l'émergence de l'espace audiovisuel ivoirien

Catégories sémantiques (variables)	Occurrences (indicateurs)	Nombre de mots	% par rapport au nombre total de mots	Rang
Qualité technique parfois discutable	Stéréotypes de certaines cultures dans les films et séries	200	35,08%	1 ^{er}
Influence croissante des tendances étrangères	Superficialité ou répétition de certains programmes	150	26,31%	2 ^{ème}
Manque de contenus éducatifs	Influence des médias sur les perspectives des jeunes	120	21,05%	3 ^{ème}
Contenus nuisibles ou inappropriés	Diffusions incessante de certains programmes indécents	100	17,54%	4 ^{ème}
Total		570	100%	

Concernant les perceptions négatives, la "Qualité technique parfois discutable" occupe la première place avec 35,08%, suivie par "Influence croissante des tendances étrangères" à 26,31%. Ces résultats révèlent des préoccupations majeures liées à la qualité des productions et à l'impact culturel de l'audiovisuel sur la société ivoirienne.

3.2. L'audiovisuel ivoirien et la promotion de l'interculturalité : perspectives des participants

La majorité des participants estiment que l'audiovisuel joue un rôle significatif dans la promotion de l'interculturalité. De plus, les entretiens ont révélé que cette réalité se manifeste principalement à travers la diffusion de contenus étrangers, mais aussi par d'autres aspects.

Tableau 3 : Rôle de l'audiovisuel dans la promotion de l'interculturalité

Indicateurs	Description	Observations
Présentation des récits et traditions	Présentation de récits et traditions de cultures différentes	Exposition à des pratiques culturelles variées; enrichissement de la compréhension interculturelle
Création de dialogue interculturel	Facilitation du dialogue entre cultures diverses	Débats et échanges sur des plateformes numériques, renforcement des échanges culturels
Création de communautés en ligne	Formation de communautés virtuelles autour de cultures diverses	Apparition de forums et groupes en ligne autour de thématiques culturelles diverses
Construction de stéréotypes	Formation et diffusion de stéréotypes culturels	Renforcement de certains clichés culturels; création d'images parfois simplifiées ou erronées
Promotion d'événements culturels	Mise en avant d'événements culturels variés	Diffusion d'événements culturels internationaux et locaux; opportunités de découverte culturelle
Partage d'expériences	Échange d'expériences culturelles	Partage d'expériences de vie et de traditions à travers des témoignages médiatiques
Diffusion incessante des contenus occidentaux	Présentation continue de contenus issus de cultures occidentales	Influence notable des valeurs et pratiques occidentales sur les jeunes, parfois au détriment des valeurs locales
Innovation créative locale	Intégration de pratiques créatives influencées par les médias étrangers	Émergence de nouvelles formes d'expression artistique inspirées des médias étrangers
Éducation interculturelle	Apprentissage sur les divers modes de vie et valeurs culturelles	Programmes éducatifs via les médias qui favorisent la sensibilisation interculturelle
Impact sur les comportements et valeurs	Influence sur les attitudes et les valeurs des jeunes	Changement des comportements sociaux et des normes culturelles chez les jeunes Abouré



Les indicateurs obtenus attestent bien que l’audiovisuelle est un espace qui contribue plus à la promotion des cultures étrangères. Les échanges ont révélé également bien que l’audiovisuel ivoirien intègre aussi des éléments locaux, il reste fortement influencé par les médias occidentaux, ce qui engendre à la fois des opportunités d’enrichissement culturel et des défis en termes de préservation des valeurs locales.

3.3. Influence des cultures étrangères sur les jeunes Abouré : des témoignages aux réalités

Le tableau ci-dessous présente les récits de divers intervenants ainsi qu'une analyse de leurs témoignages qui met en lumière les effets de la culture étrangère sur la jeunesse Abouré et les défis auxquels elle est confrontée.

Tableau 4 : Témoignage relative aux impacts culturelles étrangères sur les jeunes abouré

Intervenant	Récits	Analyse des récits
Le Notable	« Je pense que la culture occidentale a une mauvaise influence sur les jeunes en les éloignant de notre culture et en les incitant à prendre de mauvaises décisions. »	La culture occidentale est perçue comme une menace pour les valeurs locales, entraînant une adoption de comportements jugés nuisibles.
Président des jeunes de Blonouklo	« Autrefois, les enfants respectaient les conseils de leurs parents. Aujourd'hui, ils imitent les comportements des Occidentaux, se croient tout permis et adoptent des attitudes contraires à nos traditions. »	Les jeunes semblent rejeter les conseils traditionnels en faveur des comportements étrangers, ce qui érode les valeurs culturelles locales.
Jeune de Koumassi	« Les films et séries étrangères m'ont permis de découvrir de nouvelles perspectives et modes de vie, ce qui a élargi ma compréhension des dynamiques sociales contemporaines. »	Les médias étrangers enrichissent les connaissances des jeunes mais peuvent aussi créer un décalage avec leurs propres traditions.
Président des jeunes de Blonouklo	« La culture occidentale a conduit à une diminution de l'usage de la langue abouré au profit du français. Bien que le français soit important dans un contexte francophone, nous ne devons pas négliger notre langue maternelle. »	L'influence des médias étrangers contribue à la prééminence du français sur la langue abouré, ce qui peut affaiblir la préservation de la culture locale.
Président des jeunes de Begnini	« La diffusion fréquente de contenus à caractère sexuel dans les médias étrangers a entraîné une augmentation des comportements déviants chez les jeunes, tels que les grossesses précoces et divers vices. »	Les contenus sexuels dans les médias étrangers semblent avoir des effets négatifs sur les comportements des jeunes, entraînant des problèmes sociaux comme la sexualité précoce.
Président des jeunes de Koumassi	« Les cultures étrangères sont fascinantes et nous offrent une perspective moderne. Cependant, il est important de trouver un équilibre pour intégrer ces influences tout en préservant notre identité culturelle. »	Les influences étrangères peuvent apporter une dimension moderne et attrayante, mais il est crucial de maintenir un équilibre avec les valeurs culturelles locales.
Sociologue spécialiste des médias	« Les jeunes sont de plus en plus influencés par les valeurs des cultures étrangères véhiculées par les médias, ce qui crée un décalage avec leurs traditions culturelles. »	L'influence des médias étrangers crée un fossé entre les nouvelles valeurs adoptées par les jeunes et leurs traditions culturelles, entraînant un désalignement culturel.
Professionnel des médias	« Les programmes étrangers sont souvent plus attractifs et poussent les jeunes à adopter des modes de vie qui ne correspondent pas à leur réalité culturelle. »	Les programmes étrangers, en raison de leur attrait, incitent les jeunes à adopter des comportements et des styles de vie qui sont en décalage avec leurs traditions culturelles.

Ces informations collectées permettent de comprendre que les cultures étrangères, surtout occidentale exerce une grande influence sur le comportement des jeunes et cela agit sur leur identité culturelle. Cette influence se traduit par la vulgarisation incessante des cultures étrangères dans l’audiovisuel ivoirien.

4. Médias audiovisuels, dynamiques culturelles et interculturalité chez la jeunesse abouré

Pour comprendre l'impact de l'émergence de l'espace audiovisuel ivoirien sur les jeunes Abouré de Bonoua, il est essentiel d'examiner l'influence de ces médias sur leur perception culturelle et sociale. Cette étude s'articule autour de trois axes : l'analyse des perceptions entre modernité et conservation des valeurs culturelles, le rôle de l'audiovisuel comme catalyseur d'interculturalité, et enfin, l'impact des contenus étrangers sur les dynamiques culturelles locales. Ces aspects révèlent les défis et les opportunités de cette ère médiatique, soulignant ainsi les enjeux de préservation identitaire face à la mondialisation et au développement de l'espace audiovisuel ivoirien.

4.1. Analyse des perceptions : entre modernité et conservation des valeurs culturelles

La perception de l'espace audiovisuel ivoirien comme un vecteur de créativité et d'innovation est soutenue par les travaux de F. Jost (2021), qui analyse comment les médias contribuent à la création et à l'innovation culturelle dans des contextes locaux et globaux. L'essor des médias numériques suscite pour certains de nos enquêtés un intérêt positif, car il offre aux jeunes des plateformes pour expérimenter de nouvelles formes de créativité culturelle. Cette dimension de créativité et d'innovation indique que les médias sont perçus comme des espaces favorisant l'expression culturelle et la diversité des représentations sociales, permettant aux jeunes d'expérimenter et de diffuser leurs propres visions culturelles.

B. Sidiki et K. Waliyu (2022, p.429) affirment que : « *le visionnage des émissions n'est pas la seule modalité des rapports entre le public et ces télévisions numériques. La participation des internautes s'observe sous plusieurs formes, notamment les commentaires ...ils donnent leurs avis sur les émissions en « live » ou en dessous extraits de vidéos. Ils adressent également des suggestions aux médias concernées, font des blagues, se chambrent entre eux* ». L'émergence des médias audiovisuels en Côte d'Ivoire, permet aux jeunes de participer aux différents programmes, de s'exprimer et de se projeter dans un avenir où leur voix compte. Cette émergence permet également d'avoir accès à des contenus variés en favorisant une meilleure valorisation des cultures locales et internationales. Selon V. Bru (2022), l'émergence des médias numériques contribue à une meilleure visibilité des cultures locales tout en permettant une intégration des influences globales. Pour les jeunes Abouré, cela signifie une appréciation accrue de leur propre culture dans un contexte global. Les médias permettent une meilleure reconnaissance et valorisation des identités culturelles locales tout en intégrant des influences culturelles externes, créant ainsi des représentations culturelles hybrides. Cependant, au-delà de la simple valorisation de la créativité et de l'innovation, il est essentiel de comprendre comment l'audiovisuel joue un rôle déterminant dans le



renforcement identitaire et l'hybridation culturelle chez les jeunes Abouré. Cette dynamique ouvre la voie à une réflexion plus profonde sur l'interculturalité.

4.2. L'Audiovisuel comme déclencheur d'interculturalité : entre renforcement identitaire et hybridation culturelle

Les médias sont perçus comme un espace d'engagement social, ce qui est renforcé par les travaux de M-J.Bertini (2020) qui souligne l'importance des médias numériques pour la participation sociale et politique des jeunes. Les jeunes Abouré utilisent les médias pour s'engager dans des discussions et des actions sociales. Cette utilisation des médias pour l'engagement social montre leur rôle en tant que catalyseur de la participation active et de l'expression des opinions, influençant les représentations sociales et les dynamiques communautaires. Ils facilitent également l'accès à l'information, ce qui est un avantage significatif dans un contexte numérique. Les travaux de C.Askolovitch (2021) soulignent l'importance de la rapidité et de l'efficacité de l'accès à l'information pour le développement personnel et social. Les jeunes Abouré bénéficient d'une meilleure réactivité et d'une intégration rapide des connaissances. Cette dimension renforce le rôle des médias comme médiateurs de l'information, facilitant l'accès aux savoirs et influençant la manière dont les jeunes Abouré assimilent et utilisent les informations. À cet effet, M.Loicq (2012, p.2) stipule que : « très tôt, les jeunes, grand consommateurs et habiles usagers des médias, ont été perçus comme des victimes de la manipulation des médias commerciaux et idéologiques ». Toutefois, l'influence des contenus étrangers diffusés par les médias sur les jeunes Abouré ne doit pas être sous-estimée. Il importe aussi d'évaluer comment ces influences externes reconfigurent les dynamiques culturelles locales, parfois au détriment de leur diversité.

4.3. Impact des médias étrangers sur la jeunesse Abouré : une réévaluation des dynamiques culturelles

L'émergence des médias est également perçue comme un facteur d'influence majeur sur la perception des jeunes. Les préoccupations concernant la qualité technique des productions locales reflètent des défis dans la professionnalisation du secteur. Selon François Jost (2021), des lacunes dans la qualité technique peuvent affecter la réception des contenus et leur impact culturel. Une qualité technique inférieure peut réduire l'efficacité des médias en tant que médiateurs culturels. Ces médias vulgarisent des séries et films étrangers qui façonnent la culture locale. L'espace audiovisuel joue un rôle prépondérant dans la formation des idées, opinions, et comportements des jeunes dans un monde de plus en plus connecté. Selon T. Balima (2001, p.4), « les manifestations de l'influence culturelle sont perceptibles à plusieurs niveaux et dans plusieurs domaines mais l'on peut s'en tenir à quelques exemples : les médias

d'information et de distraction, l'école et les modes de vies politiques et institutionnels et l'organisation socio-économique ». Les productions audiovisuelles ivoiriennes intègrent dans le grand public des connaissances, des idées, des produits, et des cultures étrangères. Elles font la propagande des autres cultures, et la culture la plus vulgarisée est la culture occidentale selon nos enquêtes.

La domination des tendances étrangères entraîne une homogénéisation culturelle. Selon M. B. Salem (2023), les médias internationaux influencent fortement les cultures locales, parfois au détriment de leur diversité. Les jeunes sont influencés à force de recevoir des milliers de messages contenant des cultures étrangères. Ils finissent par avoir des préjugés sur leur culture et préfèrent ces cultures à la leur.

Les émissions de télévision ivoirienne ne sont pas toutes mauvaises, mais les données démontrant les effets négatifs de l'exposition à la violence, à une sexualité inconvenante et à un langage ordurier ou grossier sont convaincantes. La télévision aliène les esprits, déforme l'imagination, appauvrit la curiosité des jeunes, et façonne à notre insu notre cadre de pensée. Elle manipule les informations, impose des modèles culturels dominants, abolit les réalités culturelles, et dévalorise notre culture. La télévision incite à la violence, à la vulgarité ainsi qu'à la pornographie (Bellart, 2015).

Les préoccupations concernant les contenus nuisibles montrent la nécessité de réguler les médias pour protéger les jeunes des influences négatives. Les travaux de F. Bérard (2022) sur la régulation des contenus médiatiques soulignent l'importance d'une régulation appropriée pour maintenir la qualité et la sécurité des contenus.

Plusieurs émissions sont également orientées vers le divertissement. Par exemple, des émissions telles que « La Télé d'Ici », « Yvidero Show », « Les Femmes d'ici » et « Showbuzz » sur NCI captivent souvent les jeunes avec des sujets de faible importance. Le manque de contenus éducatifs dans les médias limite les opportunités d'apprentissage et de développement personnel. La recherche d'Isabelle Bruneau sur la communication éducative dans les médias montre l'importance d'inclure des éléments éducatifs pour soutenir le développement intellectuel (Bruneau, 2020). Cette lacune souligne la nécessité d'améliorer l'offre éducative dans les médias pour soutenir le développement culturel et intellectuel des jeunes Abouré, en équilibrant divertissement et contenu éducatif.

De plus, depuis quelques années, les telenovelas occupent une place importante dans les grilles de programmes des chaînes de télévision ivoirienne. Des feuilletons tels que « Teresa », « Rubi », « Marimar », ont énormément influencé la jeunesse et de nos jours, ces influences prennent de l'essor avec certains feuilletons comme : « Abismos de pasión », « Double kara » et bien d'autres. Malgré les leçons de vie et le plaisir qu'ils procurent aux téléspectateurs, ces programmes ont une influence grave sur la vie quotidienne de la jeunesse. Ils sont un facteur d'aplatissement des valeurs morales et culturelles, et d'une banalisation de la sexualité. Ils provoquent des effets néfastes sur



la jeunesse, érodant progressivement l'éducation qu'elle a reçue au profit des dynamiques véhiculées par ces feuillets (Amazebo, 2011). Selon A. Kouassi (2022, p.25) ces films montent : « *des scènes qui exposent très tôt les jeunes au désir de découvrir le sexe et contribuent à la dépravation des mœurs* ».

Les jeunes finissent par s'identifier à ces cultures étrangères et à en adopter les pratiques. Par exemple, certains jeunes Abouré délaissent leur culture sous prétexte qu'elle est ancienne. Certains ne comprennent même pas leur langue natale, mais maîtrisent parfaitement des langues étrangères. Il est important de souligner que la langue et la culture sont indissociables. Selon Benveniste (1966), la langue et la culture sont deux facettes d'une même médaille. De plus, selon L. Strauss (1963), la langue est une condition de la culture, car nous apprenons la culture grâce à la langue.

L'influence des médias sur les jeunes Abouré se traduit également à travers leur mode de vie et leur style vestimentaire. Après nos enquêtes, nous avons remarqué que, selon la conception des jeunes Abouré, la culture occidentale vulgarisée par les médias, à travers leur mode de vie et leur style vestimentaire, est considérée comme tendance et classe. En conséquence, il est impératif d'être au courant de la mode en l'adoptant sans se poser la moindre question de savoir si cela empiète sur leurs propres valeurs. Certains jeunes ne cachent plus leur nudité. En voulant ressembler aux Occidentaux, ces jeunes ont adopté des accoutrements extravagants. Les jeunes filles ne trouvent pas d'inconvénient à exposer leurs parties intimes. La plupart s'habillent de manière indécente avec des poitrines découvertes, des mini-jupes, des jeans serrés, ou de petites culottes laissant deviner leur silhouette, ou encore en dévoilant certaines parties intimes de leur corps. J.Tudesq (2008, p.103) disait à cet effet que les médias provoquent des contacts entre les cultures africaines et les cultures extra-africaines. Et ils permettent également à la culture occidentale et d'autres cultures étrangères de pénétrer dans la culture africaine par leurs différentes émissions proposées aux individus. Face à toutes ces observations, T. Balima (2001, p. 14), affirme que les médias « *dressent de plus en plus le portrait d'un nouveau type d'homme dans un nouveau type de milieu ou l'Afrique sera dépaysée ou marginalisée* ».

Notre époque est dominée par le poids des relations interculturelles à travers les médias. Ces relations culturelles se placent au sein d'un contexte général de domination, de dépendance et d'impérialisme. Ces influences culturelles sont utilisées pour dominer les cultures africaines. Devenus consommateurs, les jeunes Abouré comme la plupart des jeunes africains sont dépossédés mentalement de leurs identités propres à travers le processus d'uniformisation des cultures. Ce phénomène engendre une perte d'identité culturelle. Il est essentiel de prendre en compte ces dynamiques pour concevoir des stratégies visant à préserver la diversité culturelle et les valeurs locales, tout en profitant des avantages offerts par l'interculturalité dans l'espace audiovisuel ivoirien.

Conclusion

L'émergence de l'espace audiovisuel ivoirien a transformé le paysage de l'espace culturel en intégrant des cultures étrangères dans leurs productions. Et en diffusant des programmes qui ne reflètent pas les réalités culturelles locale. Ces différentes émissions influencent la perception et le comportement des jeunes Abouré.

S'il est vrai que ces médias ont un impact négatif sur la construction des identités culturelles chez les jeunes, ils peuvent être aussi des outils de promotion de la culture Abouré. Il appartient dès lors aux jeunes Abouré de ne pas se laisser influencer par les cultures étrangères vulgarisées par les médias, et faire usage des médias de façon rationnelle pour jouir de toutes les chances qu'ils offrent à la promotion et à la conservation de leur culture. Nous devons prendre conscience de l'immense opportunité qui s'ouvre devant nous. La culture Abouré, ses arts, ses coutumes peuvent être conserver et pérenniser par les médias.

Nous faisons cette étude pour permettre aux jeunes Abouré de prendre conscience des effets négatifs qu'ont les médias sur leur culture. Et interpeller les directeurs des différentes chaînes ivoiriennes de diffuser des programmes qui reflètent nos réalités culturelles. Finissons avec le mimétisme. Il devient urgent pour la jeunesse africaine en l'occurrence la jeunesse Abouré de s'imprégner de sa culture afin de mettre un terme à la dégradation de nos cultures. Ce retour vers le patrimoine est nécessaire et possible. Le futur de l'Afrique s'incarne dans notre jeunesse qui, partout sur le continent, est la première de nos richesses. Les dirigeants, les chefs traditionnels et les parents doivent tout faire pour que cette jeunesse connaisse et aime les valeurs culturelles. C'est à eux que revient la tâche d'inculquer la culture aux jeunes.

Références bibliographiques

- Amazebo, B. (2011). *La passion des telenovelas : Acculturation ou culture cumulative ?* Le Fasco.net.
- Askolovitch, C. (2021). *La communication numérique : Enjeux et perspectives*. Paris : Éditions La Découverte.
- Balima, T. (2001). Médias et impérialisme culturel : Cas du Burkina Faso. *Africa Focus*, 17(1-2), 3-14.
- Balle, F. (2005). *Médias et société*. Paris : Montchrestien.
- Baudrillard, J. (1970). *La société de consommation*. Paris : Éditions Denoël.
- Ben Salem, M. (2023). *Médias internationaux et cultures locales : Une influence croissante*. Paris : Éditions L'Harmattan.
- Benveniste, E. (1966). *Problèmes de linguistique générale*. Paris : Éditions Gallimard.
- Bérard, F. (2022). *La régulation des médias et la protection des jeunes*. Paris : Éditions Armand Colin.
- Berros, J. (2007). *Génération télévision : La relation controversée de l'enfant avec la télévision*. Bruxelles : De Boeck.



- Bertini, M.-J. (2020). *Jeunesse et engagement : Les médias comme espace de participation*. Paris : Presses Universitaires de France.
- Bonneville, L., & Grosjean, S. (2007). *Introduction aux méthodes de recherche en communication*. Montréal : Gaétan Morin.
- Bourdieu, P. (1979). *La distinction : Critique sociale du jugement*. Paris : Les Éditions de Minuit.
- Broca, S. (2005). *Médiologie et communication*. Paris : Éditions L'Harmattan.
- Bru, V. (2022). *L'émergence des médias numériques en Afrique*. Paris : Éditions Karthala.
- Bruneau, I. (2020). *La communication éducative dans les médias numériques*. Paris : Éditions L'Harmattan.
- Debray, R. (1991). *La médiologie*. Paris : Éditions Gallimard.
- Debray, R. (1997). *Éloge des médias*. Paris : Éditions Gallimard.
- Dias, D., & Rentel, N. (2023). La dimension interculturelle dans les médias numériques. *Revue de l'Institut des Langues et Cultures d'Europe, Amérique, Afrique, Asie et Australie*.
- Doua, E. (2009). Médias et identités culturelles ivoiriennes. *Synergies Afrique Centrale et de l'Ouest*, 3, 109-120.
- Dufour, C. (2021). *Marketing d'influence : Stratégies et outils*. Paris : Éditions Kawa.
- Duru, B. (2015). *Les jeunes et les médias*. Paris : Éditions La Découverte.
- Esquenazi, J.-P. (1999). *Médiologie : Une introduction*. Paris : Éditions L'Harmattan.
- Foucault, M. (1976). *Histoire de la sexualité*. Paris : Éditions Gallimard.
- Jeanneret, Y. (1995). La médiologie de Régis Debray. *Communication et langages*, 104, 4-19. <https://doi.org/10.3406/colan.1995.2583>
- Jedlowski, A. (2019). Afriques audiovisuelles : Transformations contemporaines au prisme du capitalisme global. *Politique Africaine*, 153, 7-27.
- Jost, F. (2021). *Création et innovation dans les médias*. Toulouse : Éditions Érès.
- Kokjo, S. (1979). *Problèmes de l'acculturation en Afrique*. Bamako : Imprimeries du Mali.
- Konan, F. (2012). Libéralisation de l'espace audiovisuel en Côte d'Ivoire : Le dossier traîne, les Ivoiriens s'impatientent. *Abidjan.net, Le Nouveau Réveil*.
- Kouassi, A. (2022). Le marketing social face à l'influence des telenovelas sur le comportement socio-culturel de la population ivoirienne. *Akofena*, 4(6), 21-30.
- Kouassi, S. R. (2023). *L'héritage de mon père*. Abidjan : Plume Habile Édition.
- Kredens, E., & Rio, F. (2015). La télévision à l'ère numérique : Entre pratiques émergentes et reconfiguration de l'objet médiatique. *Études de communication*, 15-28. <https://doi.org/10.4000/edc.6332>
- Leteinturier, C., & Albert, P. (1999). *Les médias dans le monde : Enjeux internationaux et diversités nationales*. Paris : Éditions Ellipses.
- Levi-Strauss, C. (1963). *Structural anthropology*. New York : Basic Books.
- Loicq, M. (2012). Éducation aux médias et problématiques interculturelles : Questions de méthodes. *Questions de communication*, 22, 285-300.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. New York : McGraw-Hill.
- Ngono, S. (2020). Les structures médiatiques africaines à l'épreuve de la diversité culturelle : Le cas de la production des contenus informationnels au Cameroun. *HAL Open Science*, 3, 1-18.

- Sidiki, B., & Waliyu, K. (2022). Reconfiguration des relations entre la télévision et son public à l'ère du numérique : Une étude des programmes des chaînes ivoiriennes L3, Life TV et NCI sur Facebook. *Akofena*, 3(6), 421-434.
- Sonnac, N. (2012). Médias audiovisuels et concurrence : Le cas de la télévision payante. *Revue d'économie industrielle*, 137, 109-129. <https://doi.org/10.4000/rei.5320>
- Tudesq, A. J. (2008). Acculturation ou choc : La radio en Afrique subsaharienne. *Médiamorphose*, 23, 101-107.
- Yeo, S. (2015). Multiculturalisme, interculturalisme et cosmopolitique : Concepts et pratiques de la coexistence des identités culturelles en Afrique. *Revue de L'ACAREF*, 592-606.