



RÔLE DES MÉDIAS SOCIAUX DANS LA PROMOTION DU DÉVELOPPEMENT DURABLE EN CÔTE D'IVOIRE

[Étapes de traitement de l'article]

Date de soumission : 29-04-2025 / Date de retour d'instruction : 06-05-2025 / Date de publication : 15-07-2025

Bassemory KONE

Université Félix Houphouët Boigny, Côte d'Ivoire

✉ konebassemory@gmail.com

Résumé : Les médias sociaux sont devenus aujourd'hui des outils incontournables dans la dynamique de gouvernance et de gestion sociale en Côte d'Ivoire. Leurs contenus informationnels apparaissent de plus en plus comme des baromètres à consulter et à prendre en compte dans la prise de certaines décisions. Cet article analyse la relation d'influence entre les médias sociaux et la promotion du développement durable en Côte d'Ivoire. De manière plus spécifique, il examine comment ces moyens contemporains de communication peuvent être sollicités pour éduquer les populations aux enjeux du développement durable et comment ils peuvent les accompagner à des pratiques plus citoyennes et plus durables. Questionnant alors leur rôle et apports dans la promotion du développement durable, l'étude a investigué dans la ville d'Abidjan. Elle a mobilisé une approche qualitative à travers des entretiens semi-directifs individuels. A terme, elle a débouché sur la conclusion que les médias sociaux ont un rôle structurant à jouer dans la promotion du développement durable en Côte d'Ivoire.

Mots-clé : Rôle ; médias sociaux ; promotion ; développement durable

ROLE OF SOCIAL MEDIA IN PROMOTING SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN CÔTE D'IVOIRE

Abstracts : Social media have become today essential tools in the dynamics of governance and social management in Côte d'Ivoire. Their informational contents increasingly appear as barometers to be consulted and considered in the making of certain decisions. This article analyzes the relationship of influence between social media and the promotion of sustainable development in Côte d'Ivoire. More specifically, it examines how these contemporary means of communication can be used to educate populations about the challenges of sustainable development and how they can support them in more civic-minded and sustainable practices. Questioning their role and contributions in the promotion of sustainable development then, the study investigated in the city of Abidjan. It used a qualitative approach through individual semi-structured interviews. Ultimately, it led to the conclusion that social media have a structuring role to play in the promotion of sustainable development in Côte d'Ivoire.

Keywords: Role; social media; promotion; sustainable development.

Introduction

Le développement durable est un objectif légitime des sociétés humaines. Il est de plus en plus perçu autour d'un consensus scientifique comme l'enjeu incontournable des sociétés contemporaines. En Côte d'Ivoire, beaucoup d'effort reste certainement à fournir en matière de développement humain durable, notamment dans le domaine de l'environnement où des actions anthropiques éprouvent l'équilibre écologique, constituant ainsi un obstacle sur le chemin du bien-être individuel et collectif, aujourd'hui et demain. Cet objectif transgénérationnel requiert l'implication de tous les acteurs. Le rôle des médias est grandement requis, en l'occurrence les médias sociaux dans une Côte d'Ivoire où la jeunesse représente une part importante de la population. Nantis d'une influence de plus en plus évidente sur les comportements et sur les décisions, ces médias sociaux semblent être des éléments essentiels pour promouvoir le développement durable. E. Sigward & C. Trudelle (2016, p. 131) ne disent-ils pas que « les médias de masse sont devenus les communicateurs incontournables des sociétés actuelles, capables d'influencer valeurs, aspirations, attentes et comportements citoyens » ? En effet, les médias sociaux font tomber les barrières classiques en offrant la possibilité du partage à grande échelle de l'information scientifique et technique (IST). Ils ont également la possibilité d'aider à sensibiliser les peuples aux enjeux de l'utilisation responsable des ressources énergétiques et de la protection de l'environnement. Selon le Plan National d'Adaptation (PNA) 2024 de la Côte d'Ivoire par exemple, les médias sociaux jouent un rôle clé dans la sensibilisation des populations aux mesures d'adaptation aux changements climatiques. Ils semblent également efficaces pour éduquer les jeunes aux questions environnementales. La campagne numérique « Notre Climat Notre Combat », lancée en décembre 2023 par le Ministère ivoirien de la Communication et visant à impliquer la jeunesse dans l'adaptation au changement climatique en utilisant les médias sociaux comme vecteur principal témoigne de cette efficacité. En outre, les réseaux sociaux ont déjà servi à porter l'information juste aux touristes sur la biodiversité locale et sur les enjeux environnementaux, encourageant ainsi aux comportements respectueux de l'environnement. Toutes ces initiatives montrent comment ces outils peuvent être mobilisés pour encourager chez la population, la culture de responsabilité numérique. Les médias sociaux pourraient donc constituer un levier puissant pour accélérer la transition vers un développement durable en Côte d'Ivoire. A la lumière de ces observations, des interrogations sont suscitées : quel est le rôle effectif joué par les médias sociaux dans la promotion du développement durable en Côte d'Ivoire ? Comment contribuent-ils à la promotion de l'engagement citoyen, des pratiques durables et de la construction d'une société ivoirienne plus responsable ?

Motivée par ces différentes préoccupations, la présente étude infère par conjecture que les médias sociaux jouent un rôle incontournable dans la promotion du développement durable en Côte d'Ivoire. Elle s'articule autour de trois principaux points : le premier point porte sur la théorie et la méthodologie. Il présente donc l'ancrage théorique de l'étude et dévoile les matériels et méthodes. Le second point présente les résultats de fin d'étude et le troisième porte sur la discussion de ces résultats.



1. Théorie et méthodologie

1.1. Encrage théorique

Parce que portant sur les médias sociaux et sur le développement durable, la présente étude trouve son encrage dans deux modèles théoriques complémentaires. Il s'agit de la théorie des usages et des gratifications de la communication avec J. G. Blumler & E. Katz (1974) puis, de la théorie du déterminisme technologique de F. Morisset *et al* (2004).

La théorie des usages et des gratifications de la communication a été révélée à travers l'article « The uses of mass communications : current perspectives on gratifications research » avec J. G. Blumler et E. Katz (1974). Selon cette théorie, le recours aux médias sociaux (numériques) s'inscrit inévitablement dans une nécessité de satisfaction de désirs et de besoins humains. Elle explique plus loin que lorsqu'un homme se sert des médias sociaux, il s'attend conséquemment à tirer bénéfice d'un certain nombre de gratifications. Ainsi, cette théorie « vise à comprendre pourquoi les gens utilisent certains types de médias, quels sont leurs besoins pour les utiliser et quelles gratifications ils en retirent » (K. Faiswal, 2022, p. 1). La théorie des usages et des gratifications de la communication insiste sur l'usage et le rôle des moyens numériques de communication. Elle explique les motivations pour lesquelles les usagers se tournent vers les médias. Elle est donc soucieuse de « pourquoi le public utilise les médias ». Elle se concentre sur l'usager des médias plutôt que sur les médias eux-mêmes ou sur les messages véhiculés. Les tenants de cette théorie postulent qu'« un individu utilise les communications de masse pour se connecter à travers des relations affectives ou d'intégration avec les autres » (E. Katz *et al*, 1974, p. 19). Ainsi qu'il le dit :

La satisfaction des besoins est le rôle le plus important des médias pour les humains. Les gens acquièrent des connaissances, des interactions, de la relaxation, de la sensibilisation, de l'évasion et du divertissement grâce aux médias qu'ils utilisent également pour la communication interpersonnelle (B. Shraddha, 2018, p.1).

La seconde théorie, celle du déterminisme technologique (2004) vise quant à elle les impacts des innovations technologiques ; elle vise par conséquent les médias sociaux. Elle s'intéresse aux effets de la technologie sur le changement social. Pour les tenants de ce modèle théorique, la technologie numérique influence la société. La théorie du déterminisme technologique se présente en effet sous deux formes : le déterminisme dur et le déterminisme souple. Pour le déterminisme dur, la technologie numérique est la condition sine qua non pour impulser les changements sociaux et le développement durable. Le déterminisme souple soutient quant à lui que la technologie est un facteur indispensable pour amorcer le développement. La théorie du déterminisme technologique postule donc que « la technologie est le facteur explicatif essentiel de tous les changements sociaux. Elle aura un impact à tous les niveaux : transformer la société dans son ensemble, modifier toutes les interactions sociales et même les individus » (F. Morisset *et al*, 2004, p. 4). P. Doray & F. Millerand (2015, p. 2) expliquent dans la même logique que « la technologie a un impact sur la vie des individus. Par sa seule présence, l'objet technique influence le social. Le progrès technique (...) ou l'émergence des médias électroniques a des effets directs sur la dynamique de la vie ». Les médias sociaux pourraient alors jouer un rôle majeur dans la promotion du développement durable, à travers leur influence.

1.2. Matériels et méthodes

Le champ d'investigations de notre étude est la ville d'Abidjan. Les données y ont donc été collectées entre le 27 janvier 2025 et le 03 mars de la même année. Capitale économique de la Côte d'Ivoire, la ville d'Abidjan comprend dix (10) communes en effet, avec une population estimée à 6.321.017 habitants¹.

L'étude a mobilisé aussi bien la recherche documentaire que l'enquête par entretien. La recherche documentaire nous a permis de consulter des sources différentes sous la forme de livres, d'articles scientifiques, d'organes numériques de presse écrite et de publications portant sur les thématiques des médias sociaux et du développement durable. Cette technique nous a ainsi permis de faire la revue de littérature sur notre sujet et de faire le choix des théories sous-tendant la discussion des résultats. Partant, elle nous a permis de circonscrire le sujet et de le consolider.

La population de l'étude est composée de personnes des deux sexes appartenant à différentes catégories socio professionnelles et résidant dans la ville d'Abidjan. Ces personnes sont également susceptibles de pouvoir se prononcer sur la question des médias sociaux en relation avec le développement durable en Côte d'Ivoire. Sur la base de la technique de l'échantillonnage à choix raisonné, nous avons interviewé trois (3) personnes dans chaque commune d'Abidjan que sont : Abobo, Adjamé, Attécoubé, Cocody, Koumassi, Plateau, Marcory, Port-Bouët, Treichville et Yopougon ; ce qui donne un total de trente (30) personnes interrogées. Les opinions de ces répondants ont été recueillies à l'aide d'entretiens semi-directifs individuels. Ainsi donc, pendant un peu plus d'un mois, nous avons parcouru les dix communes de la ville d'Abidjan avec nos guides d'entretien pour procéder à l'interrogation de ces personnes. Les entretiens ont porté de manière générale sur la relation entre les médias sociaux et la promotion du développement durable en Côte d'Ivoire. Ils ont été poussés de manière spécifique vers leur rôle dans la promotion des pratiques responsables et durables, dans des domaines comme celui écologique et du dérèglement climatique.

2. Résultats

Les résultats de l'étude s'articulent ici autour de trois points. Le premier est lié à la présence effective et à l'influence des médias sociaux dans le quotidien des populations en Côte d'Ivoire.

2.1. Les médias sociaux, présence et influence

La réflexion sur le rôle des médias sociaux dans la promotion du développement durable appelle préalablement à se préoccuper de leur présence effective et de leur influence sur la vie des gens. Ainsi, Monsieur B.T de la commune de Cocody explique que « les médias sociaux font partie des habitudes en Côte d'Ivoire ». Pour Monsieur A. V. de la commune de Yopougon en outre, « les médias sociaux sont incontournables dans la vie et dans le quotidien des populations, surtout chez les plus jeunes qui les utilisent pour des besoins de formation à distance, de divertissement ou de commerce en ligne ». A travers ces points de vue, l'on peut comprendre que ni la présence des médias sociaux, ni leur influence n'est à démontrer dans le corps de la société ivoirienne, surtout avec les jeunes. Monsieur K. F, résidant dans la commune du Plateau, abonde dans le même sens en soutenant que « pour les avantages liés à leur

¹ Sources : Résultats du Recensement Général de la Population et de l'Habitat (RGPH) 2021.



influence, les médias sociaux sont énormément sollicités. Par exemple, grâce à Facebook ou à WhatsApp, un commerçant peut avoir plus de visibilité et ainsi, faire augmenter ses chiffres d'affaires ». Madame A. S. de la commune de Marcory soutient aussi que « l'usage et l'influence des médias sociaux sont bien notables en Côte d'Ivoire ». Monsieur J. K. de la commune de Treichville ajoute que ces moyens de communication « permettent d'appartenir à des groupes sociaux puis, de construire et d'entretenir des relations ». Selon Monsieur L. E. en outre, « nous utilisons chacun un média social aujourd'hui parce que ce sont des outils de communication rapide qui permettent de s'ouvrir sur le monde ». De cette manière et pour ce résident de la commune d'Abobo, les avantages associés à l'usage des médias sociaux témoignent de leur présence et de leur influence dans la société. D'autres répondants encore estiment que les médias sociaux sont très sollicités. Ainsi, pour Madame Y. Z. de la commune de Koumassi, « toutes les classes socio-professionnelles des deux sexes et de toutes les tranches d'âge font recours aux médias sociaux en Côte d'Ivoire ». Monsieur B. A. donne son avis et précise : « On le remarque tous les jours et un peu partout, les gens sont connectés aux réseaux sociaux à travers leurs téléphones portables. L'on pourrait donc dire sans se tromper que les médias sociaux sont bel et bien utilisés en Côte d'Ivoire ». A travers cet avis, ce résident de la commune d'Attécoubé partage ceux antérieures qui soutiennent la présence et l'influence des médias sociaux. Monsieur N. K. de la commune de Cocody est également de cet avis. Partant, il soutient que « la plupart des jeunes sont même sous l'influence addictive des médias sociaux et ainsi, ils en font un usage excessif ». Dans le même ordre, Monsieur S. D. de la commune du Plateau affirment que « les jeunes utilisent exagérément les médias sociaux. Tout le temps, c'est Facebook, Messenger, WhatsApp ou alors, c'est Instagram. Ils vivent plutôt dans un monde virtuel ».

Quels sont alors les usages des médias sociaux dans les objectifs de développement ?

2.2. Les médias sociaux, usages dans les objectifs de développement

Les médias sociaux, selon les interviewés de l'étude, sont sollicités dans des objectifs de développement. Dans cette optique, Monsieur J. K, résidant à Treichville, explique que « les médias sociaux permettent de diffuser rapidement des informations et de les partager à toute fin utile ». Pour Madame K. A. en outre, et au-delà de la rapidité de diffusion, « les médias sociaux offre un espace de sensibilisation ». Ainsi, pour cette habitante de la commune de Port-Bouët, ces outils de communication peuvent permettre de toucher un public cible et le motiver à l'action. Monsieur B.T. de la commune de Cocody corrobore cette opinion en estimant que « en permettant de partager du contenu informatif ou des vidéos de sensibilisation, les médias sociaux peuvent permettre de sensibiliser sur les défis urgents comme celui environnemental ». En plus de cet usage, Monsieur A. V. de la commune de Yopougon ajoute que « les médias sociaux permettent de partager des conseils pratiques en vue de comportements plus durables ». Pour Madame A. S. de Marcory en outre, « en favorisant la création de communautés virtuelles, les médias sociaux facilitent le dialogue, les échanges et la concertation autour des projets de développement ». Comme on le voit, selon ces différents répondants, les médias sociaux peuvent être sollicités dans des objectifs de développement. Résidant dans la commune du Plateau, Monsieur K. F. s'aligne sur ces positions et ajoute : « Au plan économique, les médias

sociaux constituent eux-mêmes un important marché entre les annonceurs et les clients ». Monsieur E. L. d'Abobo estime quant à lui que « les médias sociaux permettent de diffuser des informations et de sensibiliser le public aux enjeux environnementaux et sociétaux ». Selon Madame Y. Z. de la commune de Koumassi en outre, « les médias sociaux offrent une plateforme pour éduquer sur le développement durable ». Ainsi, pour cette intervenante, l'usage de ces outils modernes de communication vise l'éducation aux pratiques durables. Monsieur B. A. d'Attécoubé pense aussi que « les médias sociaux peuvent être utilisés pour encourager la participation des populations à des actions de développement ». Madame A. S. de la commune de Marcory ajoute que « les médias sociaux peuvent servir à lutter contre la désinformation en diffusant des informations scientifiques et factuelles sur les enjeux de développement durable ». Soutenant la même idée, Madame Y. K. de la commune d'Abobo souligne à son tour l'usage des médias sociaux pour atteindre les objectifs de développement, cette fois dans le domaine des organisations. Et comme elle le dit : « les médias sociaux peuvent aider à promouvoir des partenariats public-privé puis, à favoriser la collaboration entre les collectivités, les entreprises, les associations, les institutions ». Il apparaît ainsi, à travers ces différents points de vue, que l'usage des médias sociaux peut être mis au service des objectifs de développement. Que peuvent-ils faire de plus dans la promotion du développement durable ?

2.3. Les médias sociaux et le développement durable

Face aux multiples possibilités d'usage des médias sociaux dans des objectifs de développement, l'on est tenté de s'interroger sur leur rôle dans la promotion du développement durable. A cet effet, Monsieur K. F. estime que « tout en permettant d'accélérer les progrès à travers leur capacité de facilitation et leur caractère instantané, les médias sociaux sont un puissant facteur de croissance et de développement durable ». Ainsi, ce résident de la commune du Plateau affirme que les médias sociaux constituent un réel atout dans la dynamique du développement durable. Madame Y. Z. de la commune de Koumassi abonde dans le même sens. Le faisant, elle ajoute que « les médias sociaux jouent un rôle incontournable dans la promotion du développement durable à travers leur capacité de mobilisation des masses en vue de les éduquer autour des enjeux liés à l'environnement, par exemple ». Monsieur E. L. de la commune d'Abobo pense, quant à lui, que « les médias sociaux permettent de toucher un large public et d'influencer leurs attitudes et leurs comportements en faveur de pratiques plus durables ». Dans le même sens de la sensibilisation et de l'éducation, Monsieur J. K. de la commune de Treichville affirme que « les médias sociaux permettent de sensibiliser aux enjeux de développement durable. Ils offrent la possibilité de partage des connaissances, des données scientifiques et des bonnes pratiques en matière de développement durable ». Monsieur A. V. de la commune de Yopougon soutient en outre que « les médias sociaux permettent de mettre en lumière des projets innovants et des solutions durables ». Comme ce répondant, Madame K. A. de la commune de Port-Bouët situe le rôle des médias sociaux au niveau de l'amplification des voix. Et comme elle le dit : « les médias sociaux donnent plus de voix aux acteurs du développement durable, tels que les ONG, les entreprises sociales et les citoyens engagés ». Monsieur B. T. partage l'opinion. Pour ce résident de la commune de Cocody, « les médias sociaux permettent



de mesurer l'engagement des populations, mais aussi d'identifier leurs besoins et leurs attentes ». Madame Y. Z. de Koumassi ajoute que « les médias sociaux peuvent contribuer à faire évoluer les normes sociales et les comportements en matière de consommation, de production et de mobilité. Ils peuvent promouvoir des modes de vie plus durables, en valorisant par exemple la productivité agricole, la sécurité alimentaire, la consommation responsable et la réduction des déchets ». Pour Monsieur F. K. du Plateau enfin, « les médias permettent d'assumer un rôle militant en faveur d'une société plus juste et plus écologique, en accord avec l'urgence de la transition écologique ». Quelle discussion pourrait-on faire de ces résultats ?

3. Discussion des résultats

L'usage des médias sociaux s'inscrit dans différents types d'objectifs de développement. Tout en justifiant de plus en plus leur présence dans les habitudes communicatoires et même professionnelles des populations, les finalités d'usage de ces médias, de même que les enjeux qui en découlent, amènent à se demander quelle est la perception de leur influence sur la sensibilisation aux pratiques de développement durable en Côte d'Ivoire.

3.1. Recours aux médias sociaux et perception des rôles

En Côte d'Ivoire, les médias sociaux sont perçus dans beaucoup de circonstances comme des paramètres avec une influence positive sur le développement durable, notamment lorsqu'ils sont utilisés pour sensibiliser, ainsi que pour éduquer les populations. Le regard porté sur leur rôle est donc un regard généralement positif qui s'imprègne des enjeux importants que l'on pourrait en tirer. Dans ce sens et comme il le dit :

Dans le monde contemporain, la communication médiatique joue un rôle crucial dans la promotion du développement durable et la sensibilisation environnementale. Les médias, qu'ils soient traditionnels ou numériques, sont des outils puissants pour informer, éduquer et mobiliser les individus autour des enjeux environnementaux. En utilisant une variété de formats tels que les articles, les reportages, les vidéos et les réseaux sociaux, la communication médiatique peut atteindre un large public et influencer les attitudes et les comportements en faveur de pratiques plus durables (A. Ouhini, 2024, Para1).

Dans le même sens de la perception favorable du rôle joué par les médias sociaux dans les dynamiques de transformation sociale, C. Siddharth (2020, para 2) ajoute : « nous avons besoin des médias du continent pour contribuer à la réalisation des objectifs de développement durable et pour que la vie de chaque Africain ait la chance qu'il mérite ». Il convient de faire observer ici que la perception positive du rôle et de l'influence des médias sociaux est plus perceptible chez les jeunes qui, en Côte d'Ivoire, sont les plus connectés à Internet, eux-mêmes représentant la marge la plus importante de la population. Aussi, ce rôle dans les objectifs de développement durable se perçoit à divers niveaux. Il se situe d'abord au niveau de l'éducation à travers la sensibilisation. En effet, les médias sociaux sont considérés comme des outils importants pour la sensibilisation des individus aux enjeux de développement

durable. A travers leur usages, les populations sont sensibilisées à la promotion de l'engagement citoyen ou à des agir plus durables. Et comme il le dit, « la réalisation de ces objectifs, et donc l'amélioration des conditions de vie de millions d'Africains, dépend fortement de la sensibilisation du public, ainsi que de l'action ciblée et du financement que cette sensibilisation suscite » (C. Siddharth, 2020, para 7). Dans cette perspective, des campagnes de sensibilisation à l'utilisation responsable des médias sociaux sont organisées à l'attention de milliers de personnes, soulignant l'importance d'une citoyenneté numérique responsable. Selon le Ministère ivoirien de la Communication et de l'Economie Numérique (2023, para 1), « avec près de 2.000 auditeurs sensibilisés en seulement 72 heures, notre initiative a marqué un jalon significatif dans la conscientisation des citoyens ivoiriens aux enjeux de la responsabilité numérique ».

L'influence des médias sociaux réside également dans l'engagement des jeunes. Ceux-ci recourent activement aux médias sociaux numériques par exemple, pour s'engager dans des dialogues sur des questions sociales en vue d'influencer des décisions politiques. Aussi, le gouvernement ivoirien s'associe-t-il à des blogueurs et à des associations de jeunes internautes pour sensibiliser les citoyens autour des questions écologiques et de changement climatique. Ainsi qu'il le dit :

Conscient que le pays n'atteindra pas ses ambitions climatiques sans impliquer tous les acteurs et citoyens dans le processus de PNA, le gouvernement ivoirien a travaillé en parallèle sur sa première stratégie de communication pour le processus de PNA, publiée en avril 2024. L'objectif principal de la stratégie est d'informer et de sensibiliser toutes les parties prenantes, y compris la société civile, les associations de femmes et de jeunes, les ménages et les communautés, les acteurs institutionnels et les parlementaires, le secteur privé, les médias et les instituts et centres de recherche aux priorités du PNA. Cela permettra de faciliter l'appropriation, la mise en œuvre et le suivi du processus de PNA par toutes les parties concernées (R. P. Kwaminan, 2024, Para 1).

En plus de se situer au niveau de la diffusion rapide des informations en vue de toucher des audiences plus importantes, la perception positive du rôle et de l'influence des médias sociaux se fait aussi au niveau de leur impact économique. Ainsi, des entreprises touristiques se servent de plateformes numériques pour présenter leurs initiatives éco-responsables à des touristes et les inciter à la préservation de l'environnement.

La question du recours aux médias sociaux, de même que celle de la perception positive de leur rôle et influence dans les processus de développement durable fait référence à la théorie des usages et des gratifications de la communication avec J. G. Blumler & E. Katz (1974). Ce modèle théorique, qui est convoqué dans la présente étude, postule en effet que le recours aux médias s'inscrit nécessairement dans une logique de satisfaction de besoins sociaux spécifiques. Et c'est à ce niveau qu'il rencontre les préoccupations de cette étude qui, portant sur le rôle des médias sociaux, questionne quant à elle sur les enjeux ou les gratifications que ces médias pourraient



offrir dans l'éducation aux pratiques durables. La théorie des usages et des gratifications de la communication explique en outre que la satisfaction de besoins humains est la seule ambition qui préside à l'usage des médias sociaux. Et comme le dit B. Shraddha (2018, p.1), « les gens acquièrent des connaissances, des interactions, de la relaxation, de la sensibilisation, de l'évasion et du divertissement grâce aux médias qu'ils utilisent ». L'on a tendance à se demander quelles sont les gratifications offertes par les médias sociaux dans la promotion du développement durable en Côte d'Ivoire. Mais avant, quelle est l'efficacité des médias sociaux dans la promotion du développement durable en Côte d'Ivoire ?

3.2. Efficacité des stratégies de promotion du développement durable sur les médias sociaux

L'efficacité des stratégies sur les médias sociaux dans la promotion du développement durable peut être appréciée à travers l'influence croissante des réseaux sociaux dans la société et sur les comportements. Elle peut également être perçue à travers les caractéristiques mêmes de ces outils. A ce propos, P. Castel (2019, para 1) affirme : « les réseaux sociaux favorisent la création de groupes d'échanges et de partage. La parole n'appartient plus aux seuls experts, les populations ont aussi le droit à la parole et leur parole peut être relayée ». Les exemples de stratégies de marketing et de promotion utilisées dans le domaine du tourisme ivoirien par exemple témoignent bien de cette efficacité. En effet, des acteurs de ce domaine stratégique dans l'économie nationale utilisent les réseaux sociaux pour accroître leur visibilité à travers des pages et des profils sur des plateformes Facebook, Instagram, Twitter ou LinkedIn. Ils publient du contenu visuel attrayant et partagent leur engagement en faveur du tourisme durable pour susciter l'intérêt des voyageurs. Cela leur permet d'interagir avec des touristes potentiels en vue de susciter une augmentation des réservations. Si celles-ci suivent, l'efficacité des stratégies et le rôle des médias sociaux sont établis. D'ailleurs, dans le même domaine du tourisme, N. Aka Niamkey & E. Soro (2021, p. 479) affirment que « les plateformes de médias sociaux jouent un rôle essentiel dans la diffusion d'informations sur les destinations, influençant les décisions de voyage et créant de nouvelles opportunités pour les acteurs de l'industrie ». Dans le domaine des entreprises, il est aussi essentiel de créer une communauté engagée autour du produit ou de la marque pour pouvoir assurer un impact durable sur les médias sociaux. Cela nécessite bien évidemment l'initiation d'actions en faveur de l'interaction entre l'entreprise et ses prospects, sous la forme d'événements en ligne. Les médias sociaux sont au cœur de cette dynamique. Autrement dit, aujourd'hui, adopter de bonnes pratiques pour une entreprise exige des responsables, une maximisation de l'impact de la marque sur les médias sociaux ; ce qui pourrait assurer le succès de sa communication.

La stratégie de communication du Plan National d'Adaptation (PNA) de la Côte d'Ivoire (2023-2030) est un autre cas de l'efficacité des médias sociaux dans la

promotion du développement durable. Avec pour ambition de contribuer à une large diffusion des bonnes pratiques pour s'adapter aux changements climatiques, cette stratégie s'est appuyée sur un usage mixte de moyens de communication. Et comme il l'explique :

Il existe un large éventail de supports multimédias et de moyens de communication numériques qui pourront être utilisés dans le cadre de cette stratégie de communication : Facebook, YouTube, WhatsApp, LinkedIn ou Instagram, entre autres. Ces outils sont utilisés en particulier par les plus jeunes. Facebook est le réseau social le plus utilisé en Côte d'Ivoire : 5,8 millions d'utilisateurs étaient recensés en 2021, dont plus de 70 % de personnes avaient moins de 34 ans ; 63 % d'entre eux étaient des hommes (MEDDTN, 2024, P.18)

La communication, qui a porté sur les défis en matière d'environnement, ainsi que sur les impacts climatiques observés et sur les solutions possibles, a sollicité le recours aux médias sociaux pour les séances de sensibilisation-éducation sur les effets du changement climatique. Les conclusions générales tendent à la satisfaction. Cette satisfaction, fait la preuve de l'efficacité des stratégies de promotion du développement durable menées sur les médias sociaux. Ainsi, pour le Ministère de l'Environnement, du Développement Durable et de la Transition Écologique (MEDDTN, 2024, p. 18) :

La communication pour le changement de comportements est une approche qui met l'accent sur (...) les changements de connaissances, d'attitudes, de normes et de croyances. Le changement de comportement s'inscrit généralement dans la durée. Pour faciliter la mise en œuvre du PNA et la résilience de tous et toutes, il convient donc de sensibiliser les communautés locales sur les enjeux liés aux changements climatiques grâce à une approche pédagogique pour le changement de comportements.

La place des médias sociaux est incontournable dans cette dynamique. Et c'est pourquoi les autorités ivoiriennes du Ministère de l'Environnement, du Développement Durable et de la Transition Écologique estiment que pour la promotion efficace du développement durable sur les réseaux sociaux, il faut collaborer avec les spécialistes des médias sociaux.

3.3. Médias sociaux et rôle dans la promotion du développement durable

Les médias, on peut le dire, occupent une place de choix dans la gestion des sociétés modernes. Ils y jouent un rôle prépondérant. Les médias sociaux le font davantage et leur rôle est même institutionnalisé dans les sociétés modernes. Aussi, A. Kouakou (2025, p.14) reconnaît-il « qu'aujourd'hui, les médias numériques constituent un instrument relationnel aux enjeux importants ». Ils ont par conséquent un impact significatif sur la promotion du développement durable. En Côte d'Ivoire, ces outils modernes de communication aident à sensibiliser et éduquer, notamment les populations jeunes, aux enjeux environnementaux. Ils permettent également de promouvoir des comportements durables et plus responsables à tous les citoyens. Par exemple, le gouvernement ivoirien a sollicité des associations de blogueurs pour promouvoir le Plan National d'Adaptation au changement climatique. Ainsi, comme ils l'affirment, « les médias de masse (presse, télévision, Internet et réseaux sociaux)



sont devenus incontournables pour influencer les valeurs, les aspirations et les comportements citoyens » (E.-A. Sigward & C. Trudelle, 2016, P. 131). D'autres analystes encore partagent le même avis, reconnaissant par la même occasion l'impact structurant des médias sociaux dans la promotion du développement durable. Et comme ils le disent :

Grâce aux réseaux sociaux, les individus isolés (...) peuvent devenir en un éclair les leviers sociaux capables d'influer sur les politiques des institutions et des entreprises. Par leur capacité à mobiliser, les réseaux sociaux renforcent le pouvoir des citoyens face à l'Etat et aux groupes économiques (T. Jenatsch & R. Bauer, 2016, p. 30).

Les médias sociaux sont aussi au cœur de la gouvernance politique en Côte d'Ivoire. Ils sont largement sollicités et utilisés par les gouvernants pour des objectifs de gestion transparente et participative ou alors, pour la nécessité de rendre compte. En permettant donc d'inscrire la gouvernance dans une perspective d'avenir à travers la promotion des bonnes pratiques, les médias sociaux participent à promouvoir le développement durable. Ils facilitent également l'engagement de la jeunesse. Avec un taux de pénétration d'internet élevé et une population majoritairement jeune, la Côte d'Ivoire recourt aux médias sociaux pour encourager aux enjeux de développement durable. Ainsi, des initiatives comme U-Report permettent aux jeunes de s'engager dans des dialogues numériques pour influencer les décisions politiques et sociales. Ainsi que pour le dire :

Avec environ 60% de la population ivoirienne ayant moins de 25 ans et un taux de pénétration d'internet atteignant 52% en 2023, la Côte d'Ivoire se trouve à un moment clé où les jeunes peuvent jouer un rôle déterminant dans le développement durable grâce à l'utilisation des outils (Unicef, 2024, Para 1).

En outre, ils contribuent efficacement à placer les thèmes de l'écologie et du développement durable à l'ordre du jour et, en influençant les stratégies décisionnelles en matière de développement durable, les médias sociaux jouent un rôle important dans la promotion de cet objectif. Aussi, ce rôle important des médias sociaux fait-il référence au deuxième modèle théorique convoqué dans cette étude. Il s'agit du déterminisme technologique avec F. Morisset *et al* (2004). En effet, tout comme notre étude qui s'intéresse à l'influence des médias sociaux dans la promotion du développement durable en Côte d'Ivoire, cette théorie porte, quant à elle sur les impacts des innovations technologiques sur la société. Elle postule d'ailleurs que la technologie est le facteur qui soutient les changements sociaux. Et c'est à ce niveau que les deux éléments (étude et théorie) se rencontrent. Allant dans le même que P. Doray et F. Millerand (2015, p. 2) pour expliquer que « la technologie a un impact sur la vie des individus » et que « le progrès technique (...) ou l'émergence des médias électroniques a des effets directs sur la dynamique de la vie », cette théorie permet

de consolider l'idée que les médias sociaux influencent la promotion du développement durable. Notre hypothèse de départ est ainsi vérifiée.

Conclusion

L'étude sur le rôle des médias sociaux dans la promotion du développement durable en Côte d'Ivoire révèle le potentiel structurant de ces moyens modernes de communication et leur influence croissante dans la société ivoirienne. Ces plateformes numériques, omniprésentes dans le quotidien des populations, notamment chez les plus jeunes, se positionnent comme des outils incontournables pour sensibiliser, éduquer et mobiliser autour des enjeux de comportements responsables et de développement durable. En facilitant la diffusion rapide d'informations, la création de communautés virtuelles et le partage de pratiques responsables, les médias sociaux contribuent à renforcer l'engagement citoyen et à encourager des comportements durables. D'ailleurs, leur impact ne se limite pas à la sensibilisation. Ils offrent également un espace pour l'innovation sociale et technologique, permettant aux acteurs publics et privés de collaborer pour accélérer la transition vers une société plus respectueuse de l'environnement. La campagne numérique « Notre Climat Notre Combat », ainsi que les initiatives locales en matière de tourisme durable et de gestion des ressources énergétiques, illustrent parfaitement cette dynamique. La présente étude a porté sur la question. Elle s'est préoccupée du rôle joué par les médias sociaux dans la promotion du développement durable en Côte d'Ivoire. Elle a investigué dans la ville d'Abidjan et en considération du vécu en Côte d'Ivoire, elle est partie de l'hypothèse que les médias sociaux jouent un rôle incontournable dans la promotion du développement durable en Côte d'Ivoire. Sur la base des résultats de fin d'étude, elle a débouché sur la conclusion qu'effectivement, les médias sociaux ont un rôle structurant à jouer, confirmant ainsi son hypothèse de départ.

La relation entre les médias sociaux et le développement durable est une relation complexe qu'il nous revient de savoir apprécier. Car, de même que ces moyens de communication représentent un levier puissant pour promouvoir le développement durable comme cette étude l'a révélé, de nombreux cas de mésusages existent également, au détriment du développement. En outre, de même que l'utilisation stratégique et responsable des médias sociaux pourrait jouer un rôle déterminant dans la construction d'une société ivoirienne plus résiliente face aux défis écologiques et climatiques, leur usage malfaisant a déjà fait désenchanter plusieurs personnes. Il est donc tout aussi important de continuer à éduquer les populations sur un usage éthique et responsable de ces outils afin d'éviter les dérives liées à leur influence négative. Ainsi, les médias sociaux peuvent être pleinement intégrés dans une vision globale du développement durable, au service du bien-être collectif et transgénérationnel.



Références bibliographiques

AKA, N. & SORO, O. (2021). « L'impact des réseaux sociaux sur le développement des industries touristiques en Côte d'Ivoire », *Revue Zaouli*, n°02 spécial, pp. 478-493

CASTEL, P. 2019. « Réseaux sociaux, une forme de démocratisation de l'information », *Press Tv News*. [En ligne] 2019, mis en ligne le 06 mai 2019, consulté le 2024-05-03 11 : 46 : 09, URL : https://www.acteurs_desante.fr/reseaux-sociaux-une-forme-de-democratisation-de-l-information/1294/

Doray, P. & Millerand F. (2015). Déterminisme technologique. *Sciences, technologies et sociétés de A à Z*, Montréal, Les Presses de l'Université de Montréal. <<http://books.openedition.org/pum/4280>>.

Faiswal, K. (2022). The Importance of Needs in Uses and Gratification Theory. *Advance*. <https://advance.sagepub.com/articles/preprint/TheImportanceofNeedsinUsesandGratificationTheory/14681667/2>

Jenatsch, T. S & Bauer R.. 2016. *Communication pour le développement, un guide pratique*, Berne, Confédération Suisse / DDC.

Katz, E., Blumler J. G. & Mickael G. (1974). Utilization of Mass Communication by the Individual. In Blumler, J. G. & Katz, E. *The Uses of Mass Communications : Current Perspectives on Gratifications Research*, 19-31, Beverly Hills : Sage Publications.

Kouakou , A., (2025). Les médias numériques dans les défis de changement sociaux en Côte d'Ivoire, *Revue Ziglôbitha*, n°13, Vol.1, pp-

Kwaminan R,P. (2024). « La Côte d'Ivoire lance une stratégie de communication pour le processus de PNA et une campagne en ligne pour impliquer les jeunes dans l'adaptation au changement climatique », *NapGlobalNetwork*,

<https://napglobalnetwork.org/2024/04/cote-divoire-lance-strategie-communication-pna/>

11/03/2025

Ministère de l'Environnement, du Développement Durable et de la Transition Écologique (MEDDTN) (2024), *Stratégie de communication pour le processus de Plan National d'Adaptation de la Côte d'Ivoire (2023–2030)*

Ministère de la Communication (2023), *Fin de la première phase de la campagne à l'utilisation responsable des réseaux sociaux : près de 2.000 auditeurs touchés*

Morisset, F. et al (2004), « Portée et limites du déterminisme technologique », *Management du changement et TIC*, [En ligne], URL : <http://dea128fc.free.fr/CoursA/A2-> consulté le 08 mai 2023. /// (M.Morisset-Fénery, F. Skalli, K. Zarrouck)

Ouhnini , A. (2024), « La communication médiatique au service du développement durable », *Policy Center for the New South*, <https://www.policycenter.ma/interviews/africafe-la-communication-mediatique-au-service-du-developpement-durable>

11/03/2025

Shraddha, B. (2018). Uses and gratifications theory. *Businessstopia*. <https://www.businessstopia.net/mass-communication/uses-gratifications-theory>

Siddharth ,C. (2020), « Comment les médias peuvent amplifier le développement durable en Afrique », *Afrique Renouveau*,
<https://www.un.org/africarenewal/fr/a-la-une/comment-les-m%C3%A9dias-peuvent-amplifier-le-d%C3%A9veloppement-durable-en-afrique>

11/03/2025

Sigwardx , EA. (2016). « Attention médiatique et politique du développement durable à Montréal, 1987-2009 », *Cahiers de géographie du Québec*, 60(169), 129-156.
<https://doi.org/10.7202/1038667ar>

Unicef (2024). « Journée internationale de la jeunesse : L'engagement des jeunes au cœur de la transformation sociale grâce au numérique », *UReport Unicef*, en ligne
<https://cotedivoire.ureport.in/story/1991/>

12/03/2025