N° 4 Spécial - Août 2025, pp. 652-677 ISSN : 1996-8310

RESEAUX SOCIAUX NUMERIQUES, MEDIATION CULTURELLE ET DEMOCRATISATION DES EXPOSITIONS ARTISTIQUES EN COTE D'IVOIRE

Dja André Ouréga Junior GOKRA
Université Alassane Ouattara
Bouaké - Côte d'Ivoire
gokradja@yahoo.fr

Résumé
La médiation culturelle permet une gestion efficace des œuvres artistiques et culturelles. Avec le développement des réseaux sociaux numériques, la démocratisation des espaces dédiés aux expositions artistiques est plus ou moins réelle. En Côte d'ivoire, les réseaux sociaux numériques jouent un rôle essentiel dans l'appropriation de l'espace public culturel par les publics. Ces derniers, en effet, peinent encore à participer activement à l'éclosion d'une médiation culturelle véritable malgré la mise en scène des réseaux sociaux numériques. L'article s'inscrit donc dans la perspective de compréhension des enjeux des réseaux sociaux numériques dans la mise en œuvre de la médiation culturelle en Côte d'Ivoire. La théorie des usages à travers le modèle de l'acceptabilité sied à n'en point douter à ce sujet sur la médiation culturelle dans la mesure les publics ivoiriens ont adopté l'outil numérique leur permettant d'être en lien avec leurs artistes à travers leurs œuvres. La méthodologie de recherche qualitative a permis le recueil de données issues des échanges avec des professionnels de la culture.

Mots-clés : *médiation culturelle, Réseaux sociaux numériques, démocratisation, communication, art*

Abstract

Cultural mediation allows for effective management of artistic and cultural works. With the development of digital social networks, the democratization of spaces dedicated to artistic exhibitions is more or less frequent. In Ivory Coast, social networks play an essential role in the appropriation of public cultural space by the public. The latter, in fact, are still struggling to actively participate in the emergence of true cultural mediation despite the use of digital social networks. The article is therefore part of the perspective of understanding the issues of digital social networks in the implementation of cultural mediation in Côte d'Ivoire. The theory of uses through the model of acceptability undoubtedly suits this subject on cultural mediation to the extent that Ivorian audiences have adopted the digital tool allowing them to be in touch with their artists through their works. The qualitative research methodology allowed the collection of data from discussions with cultural professionals.

Keywords: *cultural mediation, digital social networks, democratization, communication, art*

Introduction

Depuis plusieurs années, les activités culturelles animent le paysage sociopolitique en Afrique. Au lendemain de l'indépendance, par exemple, les programmes de télévisions affichaient des émissions dédiées à la culture et à l'art. Même si la fréquence de ces émissions étaient réduites, l'on remarquait la volonté des pays nouvellement autonomes de montrer l'enjeu et la place de la culture dans la perspective de développement. En Côte d'Ivoire, les émissions de radios et télévisions, au-delà de l'animation sociale, constituaient à cette époque le moyen de susciter la participation nationale à la fusion des cultures. Les médias ont donc historiquement constitué des catalyseurs de la promotion de la culture. Malgré ces engagements médiatiques, des limites sont à relever : la faible participation des populations aux activités artistiques et culturelles, un faible engagement de l'État vis-à-vis de la mise en œuvre de la politique de médiation culturelle. Or, en nous référant au Document synthèse d'une étude partenariale de l'Université de Québec à Montréal (UQAM) et de la Ville de Montréal (2014, p.2), il y est fait mention d'un passage utile pour la compréhension du développement de cet article :

« La médiation culturelle crée des liens entre les artistes professionnels, les organismes, les travailleurs culturels et les citoyens. Les projets analysés dans cette étude s'adressent le plus souvent à des populations éloignées de l'offre culturelle, ou à des populations en quête de

reconnaissance. Trois éléments la caractérisent : La participation : la médiation culturelle demande une participation active des personnes engagées dans un processus collectif ; L'expression : la médiation culturelle suscite l'expression sous toutes ses formes, incluant, mais ne se limitant pas aux moyens artistiques proprement dits ; Le changement : la médiation culturelle vise à changer une situation donnée, ou améliorer les conditions de vie, et ce changement se fait sentir sur les plans personnel, collectif ou social […] La médiation culturelle ne peut plus être tenue uniquement comme un outil agissant sur la « demande culturelle » et favorisant l'« accès » aux services ; en effet, la médiation culturelle s'inscrit bien évidemment dans la poursuite d'un projet de démocratisation, mais elle déborde ces préoccupations traditionnelles pour atteindre l'expression culturelle sous toutes ses formes et tenter d'élargir la participation au-delà même du seul secteur de la culture.»

La médiation énoncée dans cet extrait doit rapprocher l'artiste ou autre professionnel du domaine des publics. Dans le cas de la Côte d'Ivoire, les populations participent peu aux expositions. De plus, les foires artistiques ont lieu à Abidjan et quelques rares fois à l'intérieur du pays. Même quelques animations culturelles (danses traditionnelles) ont lieu dans les localités (Bouaflé, Divo, Man, San Pedro, Korhogo, etc). À Bouaké par exemple, la foire Carnaval, est le seul événement annuel offrant une lucarne aux artistes afin d'exposer leur œuvre d'art. La tentative de médiation

culturelle et artistique n'est pas soutenue localement et au-delà, dans tout pays. La visibilité des artistes est faible et le public n'a pas de contact régulier avec ce type d'événement. Le changement perçu comme la finalité de cette médiation culturelle est une vue de l'esprit parce que l'ensemble des acteurs locaux (Etat - artistes - public) n'ont de projets communs lié à cet objet. Pour des auteurs comme B. N. Aboudrar et F. Mairesse (2022), « La médiation culturelle est une pratique spontanée, informelle, par laquelle un amateur, familier d'une expression artistique, en facilite l'accès à des proches : parents, amis, voire élèves dans un cadre scolaire. » Autrement dit, c'est un processus de communication des contenus des vidéos à des publics cible pour bénéficier de leur attention et de leur adhésion au projet artistique.

Avec l'avènement des réseaux sociaux numériques, l'on s'attend à une amélioration de la situation. Accélération de l'installation des équipement dédiés à la technologie sur l'étendue du territoire, réduction du coût d'accès à Internet et des smartphones, l'appropriation des outils numériques par les populations en zones urbaines et de plus en plus en zones rurales sont autant d'actions qui laissent entrevoir des perspectives logiquement prometteuses pour la vulgarisation de la médiation culturelle en Côte d'Ivoire.

L'étude que nous menons s'inscrit dans cette démarche. Elle tente de comprendre comment les réseaux sociaux numériques constituent une opportunité pour enjamber le retard lié à la faible promotion des œuvres artistiques en

Côte d'Ivoire. Dufrême et Gellereau (2004, pp. 200-201) en soutien à cette démarche soulignent que :

« S'intéresser aux pratiques de médiation dans leur diversité, c'est faire surgir – en amont des stratégies d'acteurs – les problèmes inhérents à la construction d'une action collective : problèmes d'intentionnalité si l'on se place dans une perspective pragmatique et problèmes de structuration de l'action si l'on se place dans une perspective sociologique. En effet, en explorant les intentions (affichées ou non) et la multiplicité des facteurs qui concourent à une décision, ces perspectives permettent non seulement de comprendre mais d'expliquer une action. […] Dans un contexte institutionnel, la notion de médiation culturelle se fonde sur la séparation des mondes de la création artistique et des publics : le médiateur serait celui qui dispose de connaissances et d'outils pour créer les conditions de leur rencontre. Les politiques de médiation culturelle, dans leur recherche de publics nouveaux particulièrement dans les « zones sensibles », s'attachent souvent à intégrer des bribes de « culture populaire » dans des démarches de prescription culturelle ou à considérer le public comme partenaire, en permettant par exemple aux habitants d'entrer en scène. »

Ces auteurs mettent évidence le fait que la médiation culturelle est une action collective et non solitaire. Elle doit intégrer les attentes des publics cibles si l'on veut qu'elle soit plus efficace. En Côte d'Ivoire, la problématique de la médiation culturelle anime les débats dans le milieu culturel, artistique et scientifique. Ce sont des problèmes en lien

direct avec la posture de Dufrême et Gellereau (2004). L'action collective doit constituer la première intention en matière de médiation si l'on veut garantir un développement de ce concept un peu mal perçu par les acteurs du milieu culturel ivoirien. Dans cet élan, le numérique devrait jouer un rôle précis et non instrumental. Pour y arriver, une question pourrait être légitimement posée : comment les réseaux sociaux numériques peuvent-ils contribuer à une démocratisation des expositions artistiques et culturelles ? Autrement dit, la médiation culturelle numérique offre-t-elle l'opportunité de renforcer le dispositif dédié à ce type de médiation ? L'objectif de cette étude est de montrer la contribution du numérique à la promotion de l'art et la culture en Côte d'Ivoire. L'hypothèse avance que les réseaux sociaux numériques participent à l'appropriation du projet culturel national. En d'autres termes, le numérique facilite la médiation culturelle.

Une méthodologie de recherche, les résultats et la discussion permettent de mieux organiser cette étude.

1. Méthodologie

Selon N'da Paul (2015, p.97), « Les considérations d'ordre méthodologique ont pour but de permettre de recueillir toutes les informations utiles afin de résoudre le problème à l'étude grâce à une vérification empirique. Et le travail de l'observation passe par la réponse à trois questions, comme l'indiquent Raymond Quivy et Luc Van Campenhoudt depuis 1989 : Observer quoi ? Observer qui ? Observer

comment ?» Prenant appui sur N'da, la méthodologie de recherche repose sur une enquête qualitative à travers une analyse du contenu des publications des artistes notamment Jacobleu, Abou Dia et Le Magnific. Une revue d'activités culturelles et artistiques en lignes qui ont lieu entre Mars et juillet 2025 en Côte d'Ivoire relayées au moyen de Facebook et de Tik Tok ont été analysées. Ce sont des vidéos présentant des expositions et des vidéos humoristiques puis des affiches annonçant des événements.

L'objectif est de relever le niveau de participation des publics et de montrer, par voie de conséquence, que le numérique bien que facilitant la médiation culturelle en Côte d'Ivoire présente aussi des limites d'ordre sociotechniques. Trois (3) entretiens ont eu lieu : un (1) avec un enseignant-chercheur en sciences documentaires et deux (2) artistes-peintre résident à Bouaké. De plus, une revue de la littérature numérique sur la médiation en générale et la médiation culturelle en particulier a été faite. Cette revue a permis de distinguer les éléments relevant de notre fondement théorique et des fondements de la médiation culturelle en Afrique.

2. Positionnement théorique

Les enjeux du numérique ont été questionnés en sciences de l'information et de la communication. Naviguant entre appropriation et analyse de l'impact des dispositifs numériques sur les usagers, ces travaux sont ici revisités à souhait pour mieux orienter notre réflexion. La théorie des

usages comprenant l'acceptation de la technologie, des usages et gratification ; et la diffusion des innovations constitue la théorie de base de la recherche. Ce qui nous intéresse en tant que telle, c'est le premier modèle relatif à l'acceptation technologique (TAM, Technology Acceptance Model) de Davis défendu par Atarodi et al. (2014, p.4). Ces auteurs rapportent qu'« en 1986 dans sa thèse de Doctorat puis dans deux articles (Davis, 1989 ; Davis, Bagozzi & Warshaw, 1989) est devenu le modèle dominant de l'acceptabilité" et de l'adoption des Technologies de l'Information et de la Communication – TIC (Hsiao & Yang, 2011). Ce modèle a pour but de prédire et d'expliquer l'adoption ou non d'une TIC par le biais de variables relevant des perceptions (utilité perçue – UP, ou facilité d'utilisation perçue – FUP) et des attitudes – A – qui vont induire des intentions comportementales d'utilisation (IC) ». En rapprochant ce modèle de notre étude, nous remarquons qu'effectivement le public ivoirien intègre le numérique dans ces habitudes. Le rapport Digital Côte d'Ivoire publié en 2024 par *We are Social et Meltwater* confirme nos propos. Il y est écrit que ce pays comptait « 11, 23 millions d'internautes en 2024, Facebook compte 7 millions d'utilisateurs […] la Côte d'Ivoire a enregistré 43,59 millions de connexions mobiles cellulaires début 2024. » (https://adweknow.com/, 2025) Ces données montrent que le taux de pénétration d'Internet est dynamique.

La vitesse de développement de cet outil incite les réfractaires à s'y accoutumer. Les formations à l'usage des

technologies sont initiées soit par l'État ivoirien ou par des particuliers pour vulgariser l'usage afin de le rendre plus compréhensible pour ces derniers. De ce point de vue, le modèle de l'acceptabilité sied à n'en point douter à ce sujet sur la médiation culturelle dans la mesure les publics ivoiriens ont adopté l'outil numérique en nous réfèrant au rapport Digital Côte d'Ivoire 2024 susmentionné. Autrement dit, les réseaux sociaux numériques pourraient être pertinents en facilitant la proposition d'offres culturels et artistiques aux amateurs de cultures. Cependant, les variables telles que l'utilité perçue (UP), la facilité d'utilisation perçue (FUP) et les attitudes (A) entrent en ligne de compte pour montrer le degré d'efficacité du numérique dans le quotidien des usagers. Le problème pourrait alors se poser au niveau de la combinaison des variables. Des publics qui ne voient pas l'utilité de surfer sur des pages dédiées à l'art et à la culture peuvent être timides face à la proposition de contenus numériques. De plus, malgré la volonté manifeste de naviguer sur les réseaux sociaux, les grilles d'analyses des abonnés restent encore limitées. En Côte d'Ivoire, des efforts sont encore à faire pour motiver et discipliner les utilisateurs des réseaux sociaux.

3. Résultats

3.1. Médias et médiation culturelle en Côte d'Ivoire

La médiation culturelle en Afrique a fait l'objet de littérature abondante, chacun selon son positionnement

théorique. Sy (2014), Oumarou (2017), N'gono (2019), Ozoukou (2022), par exemple, abordent la question de la médiation interculturelle sur ce continent. De façon générale, la médiation culturelle a été toujours portée par les mass media même si les programmes scolaires et universitaires ne faisaient aucunement mention d'une discipline consacrée à la connaissance culturelle. Goran (2012) cité par Ozokou (2022) abonde dans ce sens lorsqu'il écrit que :

« Les premières heures de l'indépendance, l'option développementale des autorités politiques et administratives a été de donner une grande importance aux disciplines scolaires et aux filières universitaires capables d'assurer, par l'essor agricole et industriel, le développement de l'économie de marché ». Ce paradigme développementaliste choisi par les autorités politiques et administratives va dès lors pousser ces derniers à accorder une attention particulière aux autres disciplines au préjudice des disciplines artistiques. Mais progressivement, ils finiront par comprendre et se résoudre « Qu'il ne pouvait y avoir de construction solide de la nation, de développement matériel sans éducation intellectuelle et culturelle authentique » (K. A. M. Goran, 2012, p. 31). Cette reconversion de perspectives politiques sera d'abord concrétisée par la mise en place d'un secrétariat d'État à la culture et par la suite d'un ministère chargé de la culture.

Ces différentes institutions dans l'exécution de leurs missions ont mis en place des structures de formation qui

contribuent aujourd'hui à l'éclosion exponentielle de l'activité artistique et culturelle en Côte d'ivoire. » Progressivement, il y eu une reconnaissance institutionnelle de l'importance de la culture. Cela dit, quand nous observons de près le développement et l'évolution culturelle, nous pouvons dégager deux grands mouvements d'émancipation du concept en Côte d'Ivoire. De la période après l'indépendance aux années 2000 ; et à partir des années 2000 à nos jours.

Après l'indépendance, soit à partir de 1960, la médiatisation des projets de développement était accompagnée de la programmation de la culture à travers la création des émissions radio et télé faisant la promotion de la culture ivoirienne. Dans l'émission ''Black Voices '' de la radio Krimi (www.radiokrimi.com.) diffusé le 26 novembre 2023 à 10h00 mn, une édition spéciale consacrée à la musique ivoirienne des années 70-80, le commentateur a relevé ceci :

> « Avant l'indépendance, la Côte d'Ivoire peinait à dessiner son identité sonore. La musique que l'on y entendait venait surtout de pays voisins comme le Ghana, le Congo voire de Cuba, pays vers lequel se tournaient de nombreux états d'Afrique de l'ouest. Mais après l'indépendance du 7 aout 1960, un jeune musicien Amédée Pierre va poser les jalons de la musique ivoirienne contemporaine […] En 1960, la Côte d'Ivoire disposait d'une station radio appelé '' radio Abidjan '' […] et deviendra Radio Côte d'Ivoire en 1961 qui sera le fer de lance de la culture ivoirienne. L'arrivée de la RTI en octobre 1962 stimule ces nouveaux groupes émergeants ».

Cet extrait de l'émission montre clairement que les médias ont joué un rôle important dans la promotion des œuvres artistes au lendemain de l'indépendance. Cette dynamique s'est étendue aux années 80, 90 et 2000 avec la diversité d'émissions : « connais-tu mon beau pays » consacrée à la promotion de la culture locale diffusée sur la radio Côte d'Ivoire dans les années 80, l'émission « tempo » consacrée à la promotion des artistes musiciens depuis les années 90 sur la RTI. Cette dernière émission existe encore aujourd'hui. La médiation culturelle avait déjà cour à travers le spectacle des artistes et la promotion de la diversité culturelle par la radio Côte d'Ivoire et la RTI première chaine. Selon M. Koné avec qui nous avons eu un entretien « la médiation culturelle a toujours existé en Côte d'Ivoire. Sauf que le vocable actuel n'était pas employé. Sinon, des espaces avaient été créés pour promouvoir les artistes. L'exemple de l'émission '' Nandjelet '' dans les années 90, du téléfilm '' comment ça va '' diffusée sur la RTI dans les années 80, etc. » La problématique des médias pour la promotion de la culture constitue donc une lucarne que nous explorons dans la mesure où les médias et la culture sont intrinsèquement liés. Les médias portent la culture. Après l'indépendance justement, les médias ont eu pour mission de faciliter l'appropriation des œuvres artistiques par les ivoiriens. Cette mission semble se poursuivre des années plutard avec le développement de la technologie notamment Internet et les réseaux sociaux numériques. Avec l'opportunité qu'offre ces plateformes, les artistes et les

acteurs culturels vont de plus en plus réduire le déficit d'évènements culturels et artistiques. En plus de l'amélioration de cette situation, il faut aussi faire en sorte que les publics soient véritablement intéressés par ces évènements. Le contenu, les programmes et le moment sont aussi importants dans ces conditions. Au Québec, par exemple, selon Quintas (2022, p.3)

> « La première phase date de la moitié des années 1990 avec l'arrivée d'Internet, et la démocratisation des ordinateurs et des supports d'archivage comme le cédérom. Ces années verront la production soutenue de sites web, de cédéroms de contenu, surtout dans le milieu muséal, et de numérisation massive des patrimoines. D'un côté, les artistes s'emparent des nouveaux outils pour développer des œuvres reposant de plus en plus sur l'interactivité, et de l'autre, des institutions s'approprient ces nouveaux médias pour faire connaître davantage leurs productions et joindre un plus grand nombre de personnes. On apprivoise les nouvelles technologies de l'information et des communications (TIC). »

La médiation culturelle suit à peu près la même dynamique avec un tournant décisif à partir des années 2000. Durant cette période, l'essor d'Internet marquera un tournant significatif. Certains artistes vont concevoir des capsules qui seront postées sur internet. Ces artistes s'affranchiront ainsi des médias classiques ou avoir une deuxième opportunité de communication avec les publics. La visibilité est plus large, elle part de la Côte d'Ivoire pour s'étendre au reste du monde.

Des opportunités de collaboration avec des confrères artistes (congolais, camerounais, Tchadien, burkinabé, malien et même européen) sont désormais plus souple grâce à l'accroissent de la visibilité sur Internet. Les réseaux sociaux numériques sont de véritables outils de médiation culturelle. En Côte d'Ivoire, par exemple, les artistes ont pour la plupart des comptes Facebook et Tik Tok qui propose des contenus hebdomadaires ou périodiques variés. Ces contenus suscitent l'intérêt des publics. Les salles de spectacles également ne désemplissent pas. Le palais de la cuture par exemple enregistre chaque fin d'année un événement dénommé « Bonjour ». Cette émission est relayée sur les plateformes digitales (Internet et Facebook) de la RTI1. Des artistes comédiens ivoiriens comme le '' magnific '', ''Joël'', '' Agalawal '', '' Ramatoulaye '', etc. ont leurs réseaux sociaux numériques Facebook et Tik Tok. Lawson (2021) soutient cette idée quand il écrit que « L'avènement de nouvelles pratiques de médiation culturelle ont facilité les expériences muséales participatives et collaboratives. D'un simple site web au recours à la réalité augmentée, en passant par les médias et réseaux sociaux, le rythme rapide des innovations constitue un défi pour les services culturels. » Ces outils numériques ont radicalement transformé le paysage culturel et artistique ivoirien. Avec le numérique, les activités culturelles et artistiques sont plus fréquentes d'autant plus que les populations sont connectées. La publication rapprochée des vidéos invite les artistes à innover, à proposer quelques choses de particulier à chaque

publication. De plus, cette situation donne l'opportunité aux artistes amateurs de faire connaitre leurs œuvres par le biais de réseaux sociaux avant même d'être reçus par les médias classiques. Autrement dit, les activités artistiques et culturelles s'adaptent aux innovations technologiques.

Ce point de vue est renchéri par Quinats (2022, p.5) qui soutient à nouveau que :

« Internet et les réseaux sociaux ont favorisé l'expansion de principes et de pratiques de contribution et de partage à travers les efforts collaboratifs de communautés de participant.e.s. Si un grand nombre de dispositifs de médiation numérique reproduisent les interventions classiques de documentation et de communication, d'autres mettent véritablement au cœur de l'expérience les savoirs des usager.ère.s. Les plateformes Wiki et nombre de réseaux sociaux associés à des institutions ou à des pratiques culturelles contribuent à une revalorisation de la figure de l'amateur dans une perspective de mise en commun et de création collective des contenus. » Dans ce propos, l'auteur indique de la production de contenus sur les réseaux sociaux numériques doit s'accompagner un minimum contribution et d'adhésion des publics aux publications des articles. Les thématiques développées, la manière de les traiter constituent un défi majeur pour les artistes.

3.2. Communication artistique par les réseaux sociaux numériques

Le tableau ci-dessous donne quelques informations sur l'usage des réseaux sociaux par les artistes ivoiriens.

Tableau 1 : Réseaux sociaux numériques utilisés par quelques artistes ivoiriens

Nom de l'artiste	Statut	Réseaux sociaux	Activités
Jacobleu	Artiste-peintre	Tik Toc : @jacobleuartgallery225 Facebook : Jacobleu Art Gallery	. Soirée de célébration des 30 ans de Jacobleu à la Gallery Art aux deux plateaux à Abidjan le 5 juillet 2025 ; . Exposition '' ECHO DES CORPS '' au casino Barrière de l'Hôtel Ivoire à Abidjan le 3 avril 2025
			. Présentation

Abou Dia	Artiste-peintre	Tik Tok : @boudiapeintre Facebook : Aboudia peintre	de l'atelier de peintre sur Tik Toc le 25 juillet 2025 . Vidéo de la rencontre d'Abou Dia avec la ministre la culture de France, Rachida Dati à Paris 2 juin 2025
Le magnific	Humoriste	Tik Tok : @lemagnificpremier Facebook : Le magnific	. Promotion (via tik tok) de son spectacle qui aura lieu le 19 juillet 2025 à Grand-Bassam en Côte d'Ivoire . Programme de spectacles

Source : notre enquête, juin 2025

La liste des artistes n'est pas exhaustive. Nous relevons, en fait ici, que la plupart des artistes ivoiriens ont un réseau

social sur lequel toutes leurs activités avenir ou déjà réalisées sont publiées. Le célèbre peintre ivoirien Jacobleu par exemple, publie sur son compte Tik Tok (@jacobleuartgallery225) ses expositions d'ouvres d'art, les spectacles artistiques d'autres artistes, etc. Ce sont des plateformes de collaboration entre artistes pour accroitre leur visibilité. Les réseaux sociaux permettent ainsi aux artistes de travailler en réseau et de développer une chaine de solidarité. Le 5 juillet 2025 par exemple, sur ce compte Tik Tok une exposition exceptionnelle de l'artiste Jacobleu retraçant les 30 ans d'années d'exploration artistique a été faite. Facebook est aussi utilisé pour faire des expositions. A cette même occasion, l'artiste a reçu à la Gallery la visite de l'ambassadrice des Etats-Unis en Côte d'Ivoire. Cette personnalité de qualité montre l'importance accordée aux œuvres artistiques. Abou Dia, un autre peintre de renommée mondiale utilise aussi les médias numériques pour partager son actualité. Le 01 juillet 2025 sur son compte Tik Tok (@boudiapeintre), il a été fait ambassadeur du tourisme et des loisirs de Côte d'Ivoire en raison de sa contribution à l'attractivité du pays. Le fait de publier cette séquence sur les réseaux sociaux permet donc de montrer le rôle que peuvent jouer les artistes dans la promotion de l'art et de la culture d'un pays. Cette nouvelle donne transforme l'image que les publics ont des artistes et des acteurs culturels. Artistes connus et moins connus intègrent impérativement une communication numérique à la stratégie de promotion.

Selon Campos (2016, p.18) : « La reconnaissance et la notoriété que peuvent acquérir des individus grâce à leurs contributions en ligne sont liées : elles apportent toutes deux une satisfaction personnelle due à la considération de leurs œuvres par le public, la première par les échanges et la seconde par leur « succès d'audience » (Beuscart, Crépel in Lizé et al. 2014 : 169-170). La réputation est la façon dont la personne est considérée par un public, dont elle est reconnue1, Beuscart et Crépel parlent de « réputation artistique reconnue dans le monde de l'art » (p. 171). » Les réseaux sociaux apportent de l'audience aux artistes comme le souligne Campos. Des artistes comédiens comme le Magnific, connu en Côte d'Ivoire et sur le continent africain viennent confirmer cette idée. C'est un artiste qui, tout comme les deux précédents, dispose de compte Facebook et Tik Tok pour entretenir son image mais aussi pour publier des vidéos satiriques. Le tableau 1 met en évidence la dynamique d'appropriation des réseaux sociaux par les artistes ivoiriens.

4. Discussion

4.1. La médiation culturelle numérique : point de jonction entre professionnel et public

La médiation culturelle numérique opère des transformations dans le mode de fonctionnement de l'activité artistique et culturelle en Côte d'Ivoire. Les agendas et le compte rendu d'activités des artistes sont publiés sur leurs réseaux sociaux. En effet, les espaces

médiatiques étaient longtemps dominés par les artistes célèbres (Gohou Michel, Digbeu cravate, Adama Dahico, Zongo et Taho, etc) au détriment des moins connus (Le PDG du rire, Clintelex, etc) en raison des espaces payants. Aujourd'hui, les moyens numériques sont plus souples et plus accessibles pour la plupart des artistes et des acteurs culturels. En dehors de cette première observation, nous pouvons relever qu'avec le numérique, l'artiste est un acteur majeur de la planification stratégique de sa carrière. Plus vous êtes visibles, plus vos œuvres plaisent aux technophiles, et plus vous engrangez des revenus. Raison pour laquelle, certains parmi eux notamment les artistes comédiens tels que le Magnific, Agalawal et Joel enchainent les vidéos satiriques sur Facebook et sur Tik Tok pour entretenir et maintenir les relations avec leurs publics. Le numérique est un outil majeur de la reconfiguration des relations entre professionnel et public, c'est un pont, un point de jonction assurant la continuité. La logique d'accès au public virtuel permet à certains artistes de vivre de la monétisation de leurs œuvres. Ces derniers sont donc en quête d'imagination et d'innovation pour ne pas lasser leurs publics dont l'intérêt pour un artiste reste intimement lié à sa capacité de proposition de contenus actualisés. La médiation culturelle numérique inspire davantage des talents et des carrières. Plus besoins d'intermédiaires c'est- à-dire des manageurs d'artistes forcement sur les réseaux sociaux. L'artiste est seul face à son public. Sa créativité le situe lui-même sur sa capacité de mobilisation.

4.2. Des limites et des espoirs

En dépit de nombreux avantages offerts par le numérique, la longévité de l'activisme artistique sur les réseaux sociaux présente des limites. En effet, les publics sont circonstanciels. Leur fidélité dépend de l'originalité de contenus proposés par leur artiste. De plus, les publics sont virtuels et ne garantissent pas forcement le succès lors de l'événement en présentiel. Le monde virtuel et physique sont deux réalités différentes. C'est pourquoi, il serait important de penser à un encadrement juridico-institutionnel de la médiation culturelle numérique. Toutefois, elle présente des espoirs pour les artistes. En Côte d'Ivoire, l'usage des TIC et des réseaux sociaux numériques constitue une opportunité pour la promotion des activités économiques. Cependant, si dans plusieurs secteurs, l'activité commerciale numérique est encadrée, il serait souhaitable aussi que dans le domaine artistique et culturel, les spécialistes se saisissent de la problématique pour une meilleure optimisation de l'usage de cet outil par les artistes. En insistant sur un renforcement des capacités à l'usage stratégique et optimal de cet outil, le numérique serait un outil de médiation culturelle véritable.

Conclusion

L'étude que nous avons réalisée a mis en relief le rôle joué par les réseaux sociaux numériques dans la démocratisation des activités culturelles en Côte d'Ivoire. Nous avons pu relever que ces outils technologiques sont essentiels pour assumer la visibilité des artistes. Depuis leur avènement dans les années 2000 en Côte d'Ivoire, l'activité artistique a subi une mutation en termes de proposition d'offres plus diversifiées et régulières comparativement aux médias classiques qui les limitaient à leurs programmes radiotélévisés. Avec ces outils, ils deviennent les acteurs centraux de la politique de médiation. De plus, ces outils offrent les moyens aux artistes de se prendre en charge à travers une monétisation de leurs contenus. Les efforts restent encore à faire au niveau de l'appropriation et de l'encadrement institutionnel de cet outil de communication.

Références bibliographiques

Atarodi S., Berardi A. M., Toniolo Anne-Marie (2019), Le modèle d'acceptation des technologies depuis 1986 : 30 ans de développement. Psychologie du travail et des organisations, 25 (3), pp.191-207. 10.1016/j.pto.2018.08.001. hal-01943567

Bruno-Nassim A. et Mairesse F. (2022), La médiation culturelle, Presses Universitaires de France, Humensis

Campos Manos (2016), Entre visibilité et insertion dans la sphère économique : le positionnement des musiciens sur les réseaux sociaux, mémoire de master 1 recherche, Université Grenoble Alpes

Dufrêne B., Gellereau M., « La médiation culturelle. Enjeux professionnels et politiques », Hermès, La Revue 2004/1 (n° 38), p. 199-206.

Emission '' Black Voices '' de la Radio Krimi, diffusé le 26 novembre 2023 à 10h00 mn, disponible sur https://www.youtube.com/watch?v=qO70HdaAe-0, consulté le 10 juillet 2025

Les effets de la médiation culturelle : participation, expression, changement, Document synthèse (2012), Montréal de 2011 à 2013, 2014.

Les principales théories des usages numériques, disponible sur https://www.studysmarter.fr/resumes/etudes-de-communication/communication-et-technologie/usages-numeriques/, consulté le 12 juin 2025

Médiation et valorisation numérique du Patrimoine dans les contextes Européen et Africain. Circulation et perspectives de rayonnement local, national et international dans les musées de civilisation en Afrique de l'Ouest. *Variations patrimoniales. Le carnet*

de l'INP. Consulté le 18 août 2025 à l'adresse https://doi.org/10.58079/qcz6

N'DA Paul (2015), recherche et méthodologie en sciences sociales et humaines : réussir a thèse, son mémoire de master ou professionnel, et son article, Paris, Harmattan

Ngono S. (2019), Les structures médiatiques africaines à l'épreuve de la diversité culturelle. Le cas de la production des contenus informationnels au Cameroun. Colloque international "Médias, communication et diversité culturelle", Institut de Presse et des Science de l'information, Université de la Manouba; Konrad-Adenauer-Stiftung, Manouba, Tunisie. hal-02894926v1

Ozoukou K. F. et Ahouné A. M. (2022), Les festivals culturels, de la médiation à la cohésion sociale en Côte d'Ivoire, in Ziglôbitha, Revue des Arts, Linguistique, Littérature & Civilisations (RA2LC), n°04, Juin 2022, pp. 209-222

Quintas, Eva (2022). La médiation culturelle dans l'environnement numérique. ARTENSO. 20 pages.

Sali B. O. (2017), « La Médiation Stato-centrée en Afrique : Entre l'impératif de la transformation des conflits politiques violents et la nécessité de la préservation des intérêts », Cadernos de Estudos Africanos [En ligne], 33 |, mis en ligne le 11 décembre 2017, consulté le 16 décembre 2017. URL :

http://journals.openedition.org/cea/2244 ; DOI : 10.4000/cea.2244

https://adweknow.com/datareportal-1123-millions-dinternautes-en-cote-divoire-debut-2024/, consulté le 15 juillet 2025