

# PERSPECTIVES PHILOSOPHIQUES

Actes du colloque international pluridisciplinaire

## RÉSEAUX SOCIAUX ET DYNAMIQUE DES SOCIÉTÉS AFRICAINES



Volume XV – Numéro 27 - Université Alassane Ouattara - Campus 2 Bouaké,  
les 05, 06 et 07 Octobre 2023 Côte d'Ivoire

ISSN : 2313-7908

N° DÉPÔT LÉGAL 13196 du 16 Septembre 2016

**PERSPECTIVES PHILOSOPHIQUES**

**Revue Ivoirienne de Philosophie et de Sciences Humaines**

Directeur de Publication : Prof. Grégoire TRAORÉ

Boîte postale : 01 BP V18 ABIDJAN 01

Tél : (+225) 01 03 01 08 85

(+225) 01 03 47 11 75

(+225) 01 01 83 41 83

E-mail : [administration@perspectivesphilosophiques.net](mailto:administration@perspectivesphilosophiques.net)

Site internet : <https://www.perspectivesphilosophiques.net>

ISSN : 2313-7908

N°DÉPÔT LÉGAL 13196 du 16 Septembre 2016

## **ADMINISTRATION DE LA REVUE PERSPECTIVES PHILOSOPHIQUES**

---

Directeur de publication : **Prof. Grégoire TRAORÉ**, Professeur des Universités  
Rédacteur en chef : **Prof. N'dri Marcel KOUASSI**, Professeur des Universités  
Rédacteur en chef Adjoint : **Dr Éric Inespéré KOFFI**, Maître de Conférences

## **COMITÉ SCIENTIFIQUE**

---

**Prof. Aka Landry KOMÉANAN**, Professeur des Universités, Philosophie politique, Université Alassane OUATTARA  
**Prof. Antoine KOUAKOU**, Professeur des Universités, Métaphysique et Éthique, Université Alassane OUATTARA  
**Prof. Ayénon Ignace YAPI**, Professeur des Universités, Histoire et Philosophie des sciences, Université Alassane OUATTARA.  
**Prof. Azoumana OUATTARA**, Professeur des Universités, Philosophie politique, Université Alassane OUATTARA  
**Prof. Catherine COLLOBERT**, Professeur des Universités, Philosophie Antique, Université d'Ottawa  
**Prof. Daniel TANGUAY**, Professeur des Universités, Philosophie Politique et Sociale, Université d'Ottawa  
**Prof. David Musa SORO**, Professeur des Universités, Philosophie ancienne, Université Alassane OUATTARA  
**Prof. Doh Ludovic FIÉ**, Professeur des Universités, Théorie critique et Philosophie de l'art, Université Alassane OUATTARA  
**Prof. Henri BAH**, Professeur des Universités, Métaphysique et Droits de l'Homme, Université Alassane OUATTARA  
**Prof. Issiaka-P. Latoundji LALEYE**, Professeur des Universités, Épistémologie et Anthropologie, Université Gaston Berger, Sénégal  
**Prof. Jean Gobert TANO**, Professeur des Universités, Métaphysique et Théologie, Université Alassane OUATTARA  
**Prof. Kouassi Edmond YAO**, Professeur des Universités, Philosophie politique et sociale, Université Alassane OUATTARA  
**Prof. Lazare Marcellin POAMÉ**, Professeur des Universités, Bioéthique et Éthique des Technologies, Université Alassane OUATTARA  
**Prof. Mahamadé SAVADOGO**, Professeur des Universités, Philosophie morale et politique, Histoire de la Philosophie moderne et contemporaine, Université de Ouagadougou  
**Prof. N'Dri Marcel KOUASSI**, Professeur des Universités, Éthique des Technologies, Université Alassane OUATTARA  
**Prof. Samba DIAKITÉ**, Professeur des Universités, Études africaines, Université Alassane OUATTARA  
**Prof. Donissongui SORO**, Professeur des Universités, Philosophie antique, Philosophie de l'éducation Université Alassane OUATTARA

## **COMITÉ DE LECTURE**

---

**Prof. Ayénon Ignace YAPI**, Professeur des Universités, Histoire et Philosophie des sciences, Université Alassane OUATTARA  
**Prof. Azoumana OUATTARA**, Professeur des Universités, Philosophie politique, Université Alassane OUATTARA  
**Prof. Catherine COLLOBERT**, Professeur des Universités, Philosophie Antique, Université d'Ottawa  
**Prof. Daniel TANGUAY**, Professeur des Universités, Philosophie Politique et Sociale, Université d'Ottawa  
**Prof. Doh Ludovic FIÉ**, Professeur des Universités, Théorie critique et Philosophie de l'art, Université Alassane OUATTARA  
**Prof. Henri BAH**, Professeur des Universités, Métaphysique et Droits de l'Homme, Université Alassane OUATTARA  
**Prof. Issiaka-P. Latoundji LALEYE**, Professeur des Universités, Épistémologie et Anthropologie, Université Gaston Berger, Sénégal  
**Prof. Kouassi Edmond YAO**, Professeur des Universités, Philosophie politique et sociale, Université Alassane OUATTARA  
**Prof. Lazare Marcellin POAMÉ**, Professeur des Universités, Bioéthique et Éthique des Technologies, Université Alassane OUATTARA  
**Prof. Mahamadé SAVADOGO**, Professeur des Universités, Philosophie morale et politique, Histoire de la Philosophie moderne et contemporaine, Université de Ouagadougou  
**Prof. Samba DIAKITÉ**, Professeur des Universités, Études africaines, Université Alassane OUATTARA  
**Prof. Nicolas Kolotioloma YEO**, Professeur des Universités, Philosophie antique, Université Alassane OUATTARA

## **COMITÉ DE RÉDACTION**

---

Secrétaire de rédaction : **Dr Kouassi Honoré ELLA**, Maître de Conférences  
Trésorier : **Dr Kouadio Victorien EKPO**, Maître de Conférences  
Responsable de la diffusion : **Dr Faloukou DOSSO**, Maître de Conférences  
**Dr Kouassi Marcellin AGBRA**, Maître de Conférences  
**Dr Alexis Koffi KOFFI**, Maître de Conférences  
**Dr Chantal PALÉ-KOUTOUAN**, Maître-assistant  
**Dr Amed Karamoko SANOGO**, Maître de Conférences

## SOMMAIRE

TDR du Colloque sur les réseaux sociaux .....	1
Membres du Comité d'organisation et du Comité scientifique .....	7
Liste des Participants en qualité de modérateurs et/ou de Rapporteurs .....	9
<b>ALLOCUTIONS</b> .....	11
1- Le Président du comité d'organisation .....	13
2- Le chef du Département de Philosophie .....	17
<b>CONTRIBUTIONS DES INVITÉS SPÉCIAUX</b> .....	21
<b>1. Les réseaux sociaux ou réseaux de dé-socialisation ?, Antoine KOUAKOU</b> .....	23
<b>2. Le langage sms dans le bruissement des réseaux sociaux : est-ce une belle chose ou une destruction des mots ? Penser avec Jean- Michel Besnier, Auguste NSONSISSA</b> .....	37
<b>3. La philosophie du dos ou comment philosopher autrement à partir de Facebook, Thiémélé L. Ramsès BOA</b> .....	51
<b>CONTRIBUTIONS PAR AXES D'ANALYSE</b> .....	73
<b>AXE 1 : RÉSEAUX SOCIAUX ET DÉMOCRATIE</b> .....	75
<b>1. Les réseaux sociaux numériques et la gouvernance démocratique en Afrique,</b> 1. Oi Kacou Vincent Davy KACOU 2. Neuba Serge N'DRIN .....	77
<b>2. Réseaux sociaux et démocratisation de l'information dans l'espace public subsaharien : entre libertés d'expression et communicationnelle, Faloukou DOSSO</b> .....	93
<b>3. La démocratie burkinabè à l'épreuve des réseaux sociaux : cas des changements de régimes de 2014 à 2022 au Burkina Faso, Sidibeouendin SAOUADOGO</b> .....	111
<b>4. Les réseaux sociaux et la problématique de la démocratie participative en Afrique,</b> 1. Kouamé Hyacinthe KOUAKOU 2. Kadio Mathieu ANGAMAN .....	133
<b>5. Réseaux sociaux et lutte citoyenne, Boubakar MAIZOUMBOU</b> .....	151
<b>6. Usages des réseaux sociaux et gouvernance en Afrique, Odilon YAO</b> .....	167

<b>7. Impacts des réseaux sociaux et dynamiques démocratiques en Afrique entre excentricités et espérances légitimes !,</b> 1. Séa Frédéric PLÉHIA 2. Nanou Pierre BROU .....	183
<b>8. Réseaux sociaux et identité numérique : Quelle liberté dans l'espace africain ?,</b> Agoussi Alphonse MOGUÉ .....	205
<b>9. Usages illicites des réseaux sociaux : cyber menaces, pratiques d'agences de désinformation et risques sur la démocratisation en Afrique,</b> Ange Bergson LENDJA NGNEMZUE .....	221
<b>10. Réseaux sociaux et crises des sociétés africaines,</b> Zlankouapiou Romuald Icanor SANKO .....	241
<b>11. Réseaux sociaux numériques et éthique de l'espace public à partir d'Hannah ARENDT,</b> 1. Bi Zaouli Sylvain ZAMBLÉ 2. KONÉ Amidou .....	257
<b>12. Nouvelles formes de militantisme sur les réseaux sociaux : une prise de parole politique entre patriotisme et incivisme verbal,</b> Mamadou Diouma DIALLO .....	273
<b>13. Idéologie de la transparence, réseaux sociaux et démocratie contemporaine,</b> Ouandé Armand REGNIMA .....	291
<b>AXE 2 : RÉSEAUX SOCIAUX ET ÉDUCATION .....</b>	<b>307</b>
<b>14. De la responsabilité des réseaux sociaux numériques dans l'inconduite des adolescents en côte d'ivoire,</b> Koffi Jacques Anderson BOUADOU .....	309
<b>15. Usage juvénile des réseaux sociaux numériques et expérience des dilemmes moraux chez les mères d'adolescents à Bouaké (Côte d'Ivoire),</b> Yogblo Armand GROGUHÉ .....	323
<b>16. Short Message Service (SMS) : naissance d'une nouvelle forme d'écriture,</b> Kouassi KPANGUI .....	347
<b>17. Réseaux sociaux et apprentissage du journalisme 2.0,</b> Antonin Idriss BOSSOTO .....	369
<b>18. Les technologies de l'information et de la communication dans le système éducatif : entre innovation et modèle pédagogique traditionnel,</b> Rodrigue Paulin BONANÉ .....	391

<b>19. Réseaux sociaux, de la perte de l'individu à l'éducation,</b> 1. Apolline Adjo NIANGORAN 2. Magloire Kassi GNAMIEN .....	409
<b>20. Critique du phénomène d'influenceurs sur les réseaux sociaux à partir de la pensée d'Aristote,</b> Djakaridja YÉO .....	421
<b>21. Recours aux réseaux sociaux numériques par les étudiants de l'Université Joseph Ki-Zerbo pour l'apprentissage et la formation académique,</b> 1. Belo ADIOLA 2. Kibouga Alphonse DIAGBOUGA 3. Bowendsom Claudine Valérie ROUAMBA/OUEDRAOGO .....	441
<b>22. Sémiotique et identité sociale. Une lecture à partir des réseaux sociaux,</b> Masseniva TRAORÉ .....	469
<b>23. De l'éducation : pour une utilisation optimale du web,</b> Kouassi Olivier SEY .....	487
<b>24. La jeunesse africaine et la révolution cybernétique,</b> Akpa Akpro Franck Michael GNAGNE .....	507
<b>AXE 3 : RÉSEAUX SOCIAUX ET SOCIÉTÉ DURABLE .....</b>	<b>525</b>
<b>25. Réseaux sociaux numériques, territoire récusé dans la valorisation des acquis de la recherche scientifique en Côte d'Ivoire,</b> 1. Aka NIAMKEY 2. Yéo SIBIRI .....	527
<b>26. Les réseaux sociaux : une forme de « pachacuti » andin ou révolution arguédienne ?,</b> Doforo Emmanuel SORO .....	547
<b>27. Nouveaux médias et défis sociaux : pour une vision marcusienne de la sociabilisation de l'Afrique,</b> Amara SALIFOU .....	567
<b>28. Réseaux sociaux en Afrique : contribution à la mobilisation des ressources et des compétences pour son émergence,</b> Laurent GANKAMA .....	583
<b>AXE 4 : RÉSEAUX SOCIAUX ET DIGNITÉ HUMAINE .....</b>	<b>599</b>
<b>29. La protection des données personnelles à l'ère des réseaux sociaux au Cameroun,</b> Saidou ABOUBAKAR .....	601
<b>30. L'identité humaine à l'ère du numérique : cas des réseaux sociaux,</b> 1. Kouleman Amed COULIBALY 2. Issouf CAMARA .....	621

<b>31. Réseaux sociaux et recomposition du monde,</b> 1. Soualo BAMBÀ 2. Assane SANOGO 3. Kouadio YAO .....	637
<b>32. De l'addiction aux réseaux sociaux : « Là où est votre trésor, là aussi sera votre cœur » (Luc 12, 30),</b> 1. Koko Marie-Madeleine SÉKA 2. Chiayé Marie-Pauline SÉKA .....	651
<b>33. Impact des réseaux sociaux sur la promotion du patrimoine culturel du Bénin : cas de la plateforme Fairyland,</b> Elavagnon Dorothée DOGNON .....	663
<b>34. L'avenir du pour-soi africain et son habitus à l'aune des réseaux sociaux,</b> Kouadio Julien KOUASSI .....	685
<b>35. Crise du concept de réseaux sociaux et exigence éthique en contexte africain,</b> Florence BOTTI .....	705
<b>36. Approche critique francfortoise de la culture de masse et des médias sociaux,</b> Klindio Lydie COULIBALY épouse ZAMBLÉ .....	721
<b>37. Les réseaux sociaux en Afrique : enjeux et portée épistémologiques,</b> 1. Evariste Dupont BOBOTO 2. Gildas DAKOYI TOLI .....	733
<b>AXE 5 : RÉSEAUX SOCIAUX ET ENVIRONNEMENT .....</b>	<b>747</b>
<b>38. L'État ivoirien, un régulateur impuissant du secteur minier : apport des réseaux sociaux au respect des périodes de vie des mines dans la région du Hambol,</b> 1. Mathieu Jonasse AFFRO 2. Chifolo Daniel FOFANA 3. Nambegué SORO .....	749
<b>AXE 6 : RÉSEAUX SOCIAUX ET IDENTITÉ SOCIALE .....</b>	<b>769</b>
<b>39. Réseaux sociaux et identité sociale : l'ipséité africaine à l'épreuve de l'altérité,</b> 1. Ghil-christ Elysée YANSOUNOU 2. Ariane DJOSSOU SEGLA .....	771
<b>40. La facture des réseaux sociaux en Afrique : de l'aventure de l'identité à la sociabilité pathologique ?,</b> Kouadio Victorien EKPO .....	789
<b>41. Le téléphone portable, un instrument de tension entre l'être et le paraître,</b> Bernadette GANSONRE .....	803

<b>42. John Kyffy sur Facebook, construction d'un monde virtuel au profit d'une carrière artistique réelle,</b> Yao Francis KOUAMÉ .....	823
<b>43. Les réseaux sociaux au village : Pragmatique des usages et enjeux pour l'identité sociale,</b> Titi Eri Aramatou PALE .....	841
<b>44. L'évolution du concept d'amitié à l'ère des Réseaux sociaux : vers la numérisation de la relation interlocutive,</b> Koffi KOUASSI .....	863
<b>45. Les réseaux sociaux numériques : Vers une dépendance des algorithmes et la déconstruction des identités sociales,</b> Tiasvi Yao Raoul AGBAVON .....	878
<b>46. Pour une réinvention des sociétés africaines numérisées à la lumière de la pensée de Rousseau,</b> Adjoua Marie Jeanne KONAN .....	891
<b>47. Les technologies de l'information et de la communication (tic), vecteurs de résilience et de réliance des peuples,</b> Ghislain Thierry Maguessa EBOMÉ .....	907
<b>AXE 7 : RÉSEAUX SOCIAUX ET SEXUALITÉ .....</b>	<b>921</b>
<b>48. La cybersexualité en Afrique : Le corps-sexe entre tradition et modernité,</b> Oliver P. NGUEMA AKWE .....	923
<b>49. La critique de la banalité sexuelle sur les réseaux sociaux à l'aune du philosophe arendtien,</b> Amin Elise KOUADIO .....	939
<b>50. Les réseaux sociaux ou l'alter-égo des réseaux de la sexualité,</b> Mohamed CAMARA .....	955
<b>AXE 8 : RÉSEAUX SOCIAUX ET NORMES JURIDIQUES .....</b>	<b>969</b>
<b>51. Les entreprises burkinabè à l'épreuve des retours d'expériences : cas du groupe Facebook Consom'action-BF,</b> Esther Delwendé KONSIMBO .....	971
<b>52. Pacifier l'usage des réseaux sociaux par un cadre législatif : le cas de la loi sur la cybercriminalité en Côte d'Ivoire avec Facebook,</b> Waliyu KARIMU .....	987
<b>SYNTHÈSE FINALE DU COLLOQUE .....</b>	<b>1003</b>



## LIGNE ÉDITORIALE

L'univers de la recherche ne trouve sa sève nourricière que par l'existence de revues universitaires et scientifiques animées ou alimentées, en général, par les Enseignants-Chercheurs. Le Département de Philosophie de l'Université de Bouaké, conscient de l'exigence de productions scientifiques par lesquelles tout universitaire correspond et répond à l'appel de la pensée, vient corroborer cette évidence avec l'avènement de *Perspectives Philosophiques*. En ce sens, *Perspectives Philosophiques* n'est ni une revue de plus ni une revue en plus dans l'univers des revues universitaires.

Dans le vaste champ des revues en effet, il n'est pas besoin de faire remarquer que chacune d'elles, à partir de son orientation, « cultive » des aspects précis du divers phénoménal conçu comme ensemble de problèmes dont ladite revue a pour tâche essentielle de débattre. Ce faire particulier proposé en constitue la spécificité. Aussi, *Perspectives Philosophiques*, en son lieu de surgissement comme « autre », envisagée dans le monde en sa totalité, ne se justifie-t-elle pas par le souci d'axer la recherche sur la philosophie pour l'élargir aux sciences humaines ?

Comme le suggère son logo, *perspectives philosophiques* met en relief la posture du penseur ayant les mains croisées, et devant faire face à une préoccupation d'ordre géographique, historique, linguistique, littéraire, philosophique, psychologique, sociologique, etc.

Ces préoccupations si nombreuses, symbolisées par une kyrielle de ramifications s'enchevêtrant les unes les autres, montrent ostensiblement l'effectivité d'une interdisciplinarité, d'un décloisonnement des espaces du savoir, gage d'un progrès certain. Ce décloisonnement qui s'inscrit dans une dynamique infinitiste, est marqué par l'ouverture vers un horizon dégagé, clairsemé, vers une perspective comprise non seulement comme capacité du penseur à aborder, sous plusieurs angles, la complexité des questions, des préoccupations à analyser objectivement, mais aussi comme probables horizons

dans la quête effrénée de la vérité qui se dit faussement au singulier parce que réellement plurielle.

*Perspectives Philosophiques* est une revue du Département de philosophie de l'Université de Bouaké. Revue numérique en français et en anglais, *Perspectives Philosophiques* est conçue comme un outil de diffusion de la production scientifique en philosophie et en sciences humaines. Cette revue universitaire à comité scientifique international, proposant études et débats philosophiques, se veut par ailleurs, lieu de recherche pour une approche transdisciplinaire, de croisements d'idées afin de favoriser le franchissement des frontières. Autrement dit, elle veut œuvrer à l'ouverture des espaces gnoseologiques et cognitifs en posant des passerelles entre différentes régionalités du savoir. C'est ainsi qu'elle met en dialogue les sciences humaines et la réflexion philosophique et entend garantir un pluralisme de points de vues. La revue publie différents articles, essais, comptes rendus de lecture, textes de référence originaux et inédits.

### **Le comité de rédaction**



## **TDR du Colloque sur les réseaux sociaux**

### **Contexte et justification**

Les réseaux sociaux sont devenus un véritable moyen de communication planétaire « à tel point qu'une violation du droit en un lieu de la terre est ressentie partout » (Kant, 1958, p. 111). Leur mise en œuvre procède, en effet, d'un projet sociopolitique clairement défini : la démocratisation de l'accès à l'information par la création d'une toile relationnelle qui renforce et consolide les rapports entre les personnes, les sociétés et les entreprises, par-delà les frontières. Dans cette perspective, ils apparaissent comme « un outil proprement démocratique, créateur de démocratie » (Sophie Montévrin, 2019, p. 46). Par l'attrait qu'ils exercent sur la vie des individus, des États et des entreprises, « les réseaux sociaux occupent une place de plus en plus importante dans la vie des gens. Selon les derniers chiffres, 43 pourcents de la population mondiale est active sur les réseaux sociaux » (Sophie Montévrin, 2019, p. 8). Selon le site « Internet World Stats », 46% de la population totale du continent africain utilisent les réseaux sociaux. De fait, les Africains ne sont pas des récepteurs passifs de cette technologie de communication qui apporte des transformations dans leur univers social, leur mode de penser et d'agir (David Fayon, 2013). Dans le monde comme en Afrique, les réseaux sociaux suscitent de profondes mutations sociopolitiques et économiques. Ce colloque invite à réfléchir sur ces mutations en Afrique à travers le thème « **Réseaux sociaux et dynamique des sociétés africaines** ».

Par l'importance de leur impact sur les sociétés africaines, les réseaux sociaux révèlent une ambivalence préoccupante : d'une part, ils contribuent à la fois à leur progrès socio-économique (Tracy Tuten, 2019, Christine Balagué, David Fayon, 2022) et à l'accélération des crises sociopolitiques qui aboutissent, parfois, au renversement du pouvoir; et d'autre part, l'interaction qu'ils favorisent entre les individus de tous bords contribuent à la fois à l'affirmation et à l'épanouissement des qualités et du potentiel des Africains, mais aussi, à la violation de leur vie privée et à leur déséquilibre psychologique pouvant conduire à la déconstruction de leur personnalité (Thomas Huchon, Jean-Bernard Schmidt, 2022). Au-delà des relations interpersonnelles ordinaires, des autoproclamés « influenceurs » (Edouard Fillias, François-Charles Rohard,

2021) s'efforcent d'influencer, d'orienter les modes de vie et de pensée des Africains par leurs publications, contribuant ainsi à justifier l'idée de

« l'influence toxique des réseaux sociaux » qu'évoque Sophie Montévrin. Cette toxicité est constatable à travers l'usurpation d'identité, l'intrusion dans la vie privée, l'utilisation d'images compromettantes, les fakes news, la remise en cause des valeurs sociales, etc.

Il apparaît alors que l'avenir des sociétés africaines, la qualité de leur système éducatif, le fondement des rapports intersubjectifs et surtout les normes axiologiques au fondement de la personne humaine et des sociétés sont en jeu dans le développement vertigineux des réseaux sociaux sur le continent comme dans le monde (Robert Redeker, 2021). À travers ce colloque international et pluridisciplinaire, toute la communauté scientifique est invitée à des réflexions croisées sur l'impact des réseaux sociaux sur la dynamique des sociétés africaines. Si la démocratisation de l'information induite par les réseaux sociaux apparaît comme une œuvre noble, elle semble poser problème à travers ses différents usages.

### **Problématique et objectifs**

L'ambivalence préoccupante des réseaux sociaux conduit à la nécessité d'un accompagnement éthique de leur usage en instaurant un cadre éthique en vue d'une prise en compte efficiente et pratique de cet outil de communication. Au-delà du cadre d'origine des réseaux sociaux, les sciences et techniques de la communication, ce colloque est ouvert à toutes les régionalités scientifiques en vue d'une approche globale de l'influence et de l'usage des réseaux sociaux en Afrique. À cette fin, ce colloque pose le problème suivant : Quels sont les impacts des réseaux sociaux sur les dynamiques sociales en Afrique ? Ce problème se décline en questions spécifiques :

- Comment caractériser les réseaux sociaux ?
- Quelles sont leurs contributions aux dynamiques des sociétés africaines, dans leurs rapports avec les sociétés du monde, d'un point de vue cosmopolitique ?
- Quand et comment les réseaux sociaux deviennent-ils des pesanteurs de ces dynamiques ?
- Comment, alors, circonscrire leurs effets pervers ?

De cette problématique se dégagent les objectifs de ce colloque :

- Montrer que les réseaux sociaux sont devenus, en Afrique, non seulement des instruments de transformations sociales (Gado Alzouma, 2008, En ligne), mais aussi dévoiler les conditions sous lesquelles leur déploiement peut véritablement être sources de dérives sociales et morales ;
- Examiner la nécessité d'une réévaluation des objectifs de cet outil de communication et surtout souligner leur incidence sur les sociétés contemporaines, en général, et sur les sociétés africaines, en particulier ;
- Générer une convergence des savoirs à travers une approche interdisciplinaire sur les implications politiques, juridiques, culturelles et éthique de l'usage des réseaux sociaux ;
- Donner à comprendre les mécanismes de structuration des relations intersubjectives, les modes d'acquisition des savoirs, les leviers qui les rendent possibles, et surtout, à penser les dispositions pratico-éthiques en vue d'une meilleure gestion des réseaux sociaux dans les États africains ;
- Identifier les outils conceptuels et pratiques à mettre en œuvre pour critiquer l'univers des réseaux sociaux et dégager des voies pour leur prise en charge efficiente.

### **Axes du colloque**

#### ***Axe 1 : Réseaux sociaux et démocratie***

L'usage des réseaux sociaux ne peut guère faire l'économie des formes abusives de la liberté d'expression et des crises sociales qu'ils influencent irrémédiablement. Cet axe traitera des rapports entre les réseaux sociaux et la politique pour justifier et/ou atténuer le sentiment de « l'influence toxique des réseaux sociaux ».

#### ***Axe 2 : Réseaux sociaux et éducation***

L'un des objectifs majeurs des réseaux sociaux est la formation des individus en mettant à leur disposition une panoplie d'informations et de savoirs (scolaires, universitaires, culturels, généraux, etc.). Ce rôle éducatif assigné aux réseaux sociaux est parfois dévoyé par des intérêts qui sapent les fondements axiologiques de l'éducation. Cet axe réfléchira sur l'impact des réseaux sociaux sur les valeurs sociales qui constituent le ciment de toute société.

#### ***Axe 3 : Réseaux sociaux et société durable***

Les réseaux sociaux tendent à transformer les fondements relationnels au sein des sociétés suivant une double trajectoire : obérer la paix sociale ou assurer

la tranquillité sociale. Ce dernier échelon stimule de plus en plus le recours aux réseaux sociaux en vue de rétablir un climat de paix. En tant que moyen de mobilisation des masses, il apparaît évident que les réseaux sociaux peuvent être un levier de socialisation des individus. Cet axe examinera comment les réseaux sociaux peuvent être mis à contribution dans la recherche de l'équilibre social.

#### ***Axe 4 : Réseaux sociaux et dignité humaine***

Les atteintes à la dignité humaine sont de plus en plus perceptibles à travers les réseaux sociaux. Pour Sophie Montévrin (2019, p. 72), « si les réseaux sociaux permettent d'avoir des espaces d'expression libres, comme au café du commerce, ils s'apparentent trop souvent à des défouloirs ». Cet axe vise la détermination de normes éthiques susceptibles de conduire à une revalorisation de la dignité humaine à travers les réseaux sociaux.

#### ***Axe 5 : Réseaux sociaux et environnement***

La crise écologique actuelle procède, en partie, d'un manque de sensibilisation des individus sur les causes et les stratégies de protection de l'environnement. Cet axe de réflexion déterminera des modes d'utilisation des réseaux sociaux, aux échelons national et international, pour la diffusion de principes et savoirs innovants de la gestion des cadres de vie et de l'instauration d'une attitude écocitoyenne.

#### ***Axe 6 : Réseaux sociaux et identité sociale***

L'impact des réseaux sociaux sur la perception de soi et la représentation de l'environnement social est indubitable. À travers les nouvelles formes de sociabilité qu'ils favorisent, les réseaux sociaux ambitionnent, sans doute, de produire un modèle culturel et social d'identité dans lequel l'individu projette une image de lui-même tiraillée par le réel et le virtuel. Cet axe de réflexion sera non seulement l'opportunité de comprendre la manière dont la perception de soi, de l'autre et la représentation du monde se forge à travers les réseaux sociaux, mais aussi la façon dont ils contribuent à la fragmentation identitaire.

***Axe 7 : Réseaux sociaux et sexualité***

L'influence des réseaux sociaux sur les comportements sexuels met au défi les mœurs africaines et l'éducation sexuelle des jeunes. Cet axe analysera les effets des réseaux sociaux sur la déliquescence des mœurs en Afrique au moment où des pratiques sexuelles controversées tentent de se mondialiser.

***Axe 8 : Réseaux sociaux et normes juridiques***

A l'instar de tous les objets techniques et les pratiques sociales, les réseaux sociaux doivent être soumis à une législation. Il semble, pourtant, que la régulation juridique des réseaux sociaux est confrontée au respect du principe de la liberté d'expression et de conscience. Cet axe permettra de réfléchir aux conditions et modalités d'un meilleur encadrement juridique des réseaux sociaux dans les États africains.





## **COMITÉ D'ORGANISATION ET COMITÉ SCIENTIFIQUE**

### **COORDINATION**

---

Prof. Grégoire TRAORÉ, Professeur titulaire  
Prof. Edmond Yao KOUASSI, Professeur titulaire  
Prof. Nicolas Kolotioloma YÉO, Professeur titulaire

### **COMITÉ SCIENTIFIQUE**

---

**Président** : M. Lazare Marcellin POAMÉ, Professeur titulaire, Université Alassane Ouattara, Bouaké

**Vice-Présidents** :

M. Ayénon Ignace YAPI, Professeur titulaire, Université Alassane Ouattara, Bouaké  
M. Henri BAH, Professeur titulaire, Université Alassane Ouattara, Bouaké

**Membres** :

Prof. Aklesso ADJI, Université de Lomé  
Prof. Alain RENAUT, Université de la Sorbonne, Paris  
Prof. Antoine KOUAKOU, Université Alassane Ouattara, Bouaké  
Prof. Assouman BAMBA, Université Alassane Ouattara, Bouaké  
Prof. Auguste NSONSISSA, Université Marien NGOUABI, Brazzaville  
Prof. Ayénon Ignace YAPI, Université Alassane Ouattara, Bouaké  
Prof. Azoumana OUATTARA, Université Alassane Ouattara, Bouaké  
Prof. Cablanazann Thierry Armand EZOUA, Université Félix HOUPHOUËT-BOIGNY, Abidjan-Cocody  
Prof. Charles Zacharie BOWAO, Université Marien NGOUABI, Brazzaville  
Prof. Ernst WOLFF, Institut Supérieur de Philosophie, KU Leuven. Belgique  
Prof. Évariste Dupont BOBOTO, Université Marien NGOUABI, Brazzaville  
Prof. Donissongui SORO, Université Alassane Ouattara, Bouaké  
Prof. Jacques NANÉMA, Université Joseph Ki-Zerbo, Ouagadougou  
Prof. Jean Gobert TANO, Université Alassane Ouattara, Bouaké  
Prof. Jean-Luc AKA-EVY, Université Marien NGOUABI, Brazzaville  
Prof. Yao Edmond KOUASSI, Université Alassane Ouattara, Bouaké  
Prof. Mahamadé SAVADOGO, Université Joseph Ki-Zerbo, Ouagadougou  
Prof. Mounkaïla Abdo Laouli SERKI, Université Abdou-Moumouni, Niamey  
Prof. N'Dri Marcel KOUASSI, Université Alassane Ouattara, Bouaké  
Prof. Samba DIAKITÉ, Université Alassane Ouattara, Bouaké  
Prof. Thiémelé Ramsès BOA, Université Félix Houphouët-Boigny, Cocody

### **COMITÉ D'ORGANISATION**

---

**Président** : M. Amed Karamoko SANOGO, Maître de Conférences

**Vice-Président** : M. Éric Inespéré KOFFI, Maître de Conférences

### **SECRÉTARIAT SCIENTIFIQUE**

---

**Président** : M. Kouassi Honoré ELLA, Maître de Conférences

**Membres** :

M. Kouassi Marcellin AGBRA, Maître de Conférences  
M. Fatogoma SILUE, Maître de Conférences  
Dr Amidou KONE, Maître-Assistant  
Dr PLEHIA Sèa Frédéric, Maître-Assistant

---

#### **COMMISSION COMMUNICATION**

---

**Responsable :** M. Faloukou DOSSO, Maître de Conférences

**Membre :** Dr Amara SALIFOU, Maître-Assistant

---

#### **COMMISSION TECHNIQUE VOLET INTERNET**

---

**Responsable :** Dr ANGBAVON Tiasvi Yao Raoul, Maître-Assistant

**Membre :** Dr/MC KANON Gboméné Hilaire, Maître de Conférences

---

#### **COMMISSION RESTAURATION**

---

**Responsable :** Dr/MC Chantal PALE, Maître de Conférences

**Membres :**

Dr Anne-Marie KOUAKOU, Maître-Assistant

Dr Marcelin GALA BI, Maître-Assistant

Mme DRUID Joselyne, Secrétaire du Département

---

#### **COMMISSION TRÉSORERIE ET FINANCES**

---

**Responsable :** M. Victorien Kouadio EKPO, Maître de Conférences

**Membre :** Dr ASSIE Ahou Marthe, Maître-Assistante

---

#### **COMMISSION ACCUEIL, HÉBERGEMENT ET DÉCORATION**

---

**Responsable :** Dr Elisée Offo KADIO, Maître-Assistant

**Membre :** Dr Florence BOTTI, Assistante

---

#### **COMMISSION LOGISTIQUE**

---

**Responsable :** M. Yao Bernard KOUASSI, Maître de Conférences

**Membres :**

Dr ANGAMAN Kadio Mathieu, Maître-Assistant

Dr SABLÉ Léhoua Patrice, Maître-Assistant

---

#### **COMMISSION PROTOCOLE ET MAÎTRISE DE CÉRÉMONIE**

---

**Responsable :** M. Jean Joël BAH, Maître-Assistant

**Membres :**

Prof. Alexis KOFFI, Professeur titulaire

Dr Madeleine Amenan KOUASSI, Assistante

---

#### **COMMISSION RÉDACTION DES RAPPORTS**

---

**Responsable :** M. Kouassi Thomas N'GOH, Maître de Conférences

**Membres :**

M. Christian Kouadio YAO, Maître de Conférences

Dr Baboua TIÉNÉ, Maître-Assistant

Dr Allassane KONE, Maître-Assistant

Dr KACOU Oi Kacou, Assistant

Dr MOULO Kouassi, Assistant

## **LISTE DES MODÉRATEURS ET DES RAPPORTEURS DU COLLOQUE**

### **I. LISTE DES MODÉRATEURS DU COLLOQUE**

Prof. YAPI Ayenon  
Prof. YEO Nicolas  
Prof. KOUASSI Marcel  
Prof. KOUAKOU Antoine  
Dr MC KOUASSI N'Goh  
Dr MC DOSSO Faloukou  
Dr MC DAGNOGO Baba  
Dr MC KOUASSI Assanti  
Dr MC PILLAH N. Privat  
Dr MC KPANGUI Kouassi  
Dr MC KOFFI Eric  
Dr MC SILUE Fatogoma  
Dr MC YOULDÉ Stéphane  
Dr SÉKA Koko  
Dr GALA Bi  
Dr PALE Titi  
Dr SALIFOU Amara  
Dr SORO Jean  
Dr SÉKA Chayé  
Dr YAO Odilon  
Dr NIANGORAN Adjo  
Dr BAHY Jean-Noël (Maître de cérémonie)  
Dr KOUASSI A. Madeleine (Maîtresse de cérémonie)

### **II. LISTE DES RAPPORTEURS DU COLLOQUE**

Dr MC DELLA T. Barthélémy  
Dr MC YOULDÉ Stéphane  
Dr KONE A. Alassane  
Dr ANGAMAN K. Mathieu  
Dr AFFRO Jonasse  
Dr SIALLOU Kouassi Hermann  
Dr KOUA Guéi Simplicie  
Dr MOULO Kouassi Elisée  
Dr KADIO Offo Elisée  
Dr KACOU OI Kacou  
Dr BOTTI Florence  
Dr KOUASSI A. Madeleine  
Dr KOUASSI Koffi  
Dr GUI Désiré  
Dr Gnagne Akpa Akpro  
Dr SANOGO Assane  
Dr TIENE Baboua  
Dr SORO Torna  
Dr SORO Doforo Emmanuel  
COULIBALY Sounan



## **ALLOCUTIONS**



## **ALLOCUTION DU PRÉSIDENT DU COMITÉ D'ORGANISATION**

Monsieur le représentant du Ministre de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique ;

Monsieur le représentant du Président de l'Université Alassane Ouattara ;

Monsieur le vice-Président chargé de la pédagogie ;

Madame la représentante du vice-Président chargé de la recherche et de la vie universitaire ;

Madame la Secrétaire Générale Adjointe de l'Université Alassane Ouattara ;

Monsieur le Doyen de l'UFR-CMS ;

Monsieur le Chef du département de Philosophie ;

Très chers Maîtres et collègues ;

Mesdames et Messieurs de la presse ;

Distingués invités ;

Chers étudiants ;

Mesdames et Messieurs, en vos rangs et qualités ;

Le Comité d'Organisation, par ma voix, vous souhaite AKWABA, la cordiale bienvenue, et vous exprime sa joie de vous accueillir, à Bouaké, en terre ivoirienne. C'est un honneur bien ressenti que de vous compter parmi les participants à ce colloque pluridisciplinaire qui se tiendra sur trois jours, à savoir les 5, 6 et 7 octobre 2023.

« *Mesdames et messieurs, veuillez éteindre vos téléphones portables* », est une phrase souvent entendue lors des rencontres importantes. Cette adresse que d'aucuns pourraient considérer comme une forme d'injonction, loin s'en faut, révèle l'actualité du thème du colloque qui nous réunit ce jour : « *Réseaux sociaux et dynamiques des sociétés africaines* ».

En effet, le téléphone portable est devenu l'un des vecteurs principaux des réseaux sociaux auxquels nous nous attachons de plus en plus au fil des années.



Pourtant, l'appel à éteindre nos téléphones portables, à certains moments, montre bien qu'il est possible de s'en passer surtout lorsqu'il s'agit de méditer sur des questions qui nous touchent et qui mettent à contribution nos méninges.

En tant qu'un des maillons essentiels de la dynamique que connaît l'université Alassane Ouattara, le Département de Philosophie ne pouvait donc pas marquer son désintérêt vis-à-vis de ce phénomène mondial qu'est l'expansion des réseaux sociaux et nous invite, donc, à y réfléchir à nouveaux frais pour mieux comprendre et circonscrire l'utilisation des réseaux sociaux. Le faisant, le Département est dans le rôle qui lui est assigné par la Philosophie, à savoir « *penser son temps en concept* », selon l'expression du philosophe des Lumières Friedrich Hegel.

Mesdames et messieurs, incontestablement, notre époque est fortement rythmée par les réseaux sociaux qui irradiant, se retrouvent dans tous les secteurs d'activité : la politique, l'éducation, l'environnement, le droit, la sexualité, les relations interhumaines, etc.

Bien que considérées comme sous-développées, les sociétés africaines sont en bonne place dans l'utilisation des réseaux sociaux qui y ont assurément des impacts divers. Entre avantages et inconvénients des réseaux sociaux, les dynamiques des sociétés africaines, leurs évolutions et/ou régressions, sont également à questionner.

Quel statut faut-il accorder aux réseaux sociaux dans la dynamique de nos sociétés ? Les réseaux sociaux sont-ils un moyen sûr pour le développement économique, culturel, politique et social des États africains ? Les Africains font-ils un meilleur usage des réseaux sociaux à l'heure où les *Fakes news* tendent à désorganiser les sociétés ? Comment accommoder les valeurs socioculturelles de nos sociétés aux contenus des réseaux sociaux qui se propagent à la vitesse de la lumière ?

Voilà autant de préoccupations sur lesquelles les éminents participants, réunis dans le cadre de ce colloque et venant de différentes universités d'Afrique, vont se pencher. Ils examineront de manière approfondie les relations entre les

réseaux sociaux et l'évolution ou la régression des sociétés africaines, tant entre elles qu'en comparaison avec les sociétés occidentales, orientales et moyen-orientales, et cela sous tous les angles possibles.

Après avoir évoqué brièvement les enjeux du colloque sur « *Réseaux sociaux et dynamique des sociétés africaines* », je souhaite, Mesdames et Messieurs, exprimer ma gratitude envers les divers acteurs qui ont contribué à faire de ce colloque une réalité aujourd'hui.

Je voudrais exprimer ma gratitude au Chef du Département de Philosophie, le Professeur Traoré Grégoire, qui m'a fait confiance en me mettant à la présidence de l'organisation de ce colloque. Professeur, vous avez été attentif aux difficultés et préoccupations qui vous ont été soumises.

Je félicite chaleureusement tous les membres du Comité d'Organisation qui continueront à travailler même après la clôture des travaux qui débutent aujourd'hui. Je les remercie pour leur esprit d'équipe, leur résilience face aux difficultés rencontrées, ainsi que pour leur sens des responsabilités dans l'accomplissement de leur tâche.

Je tiens à exprimer mes remerciements renouvelés, en suivant tous les protocoles appropriés :

À nos autorités ;

À nos Maîtres d'ici et d'ailleurs ;

À tous les contributeurs venus de tous les horizons ;

Aux syndicats d'enseignants et aux organisations d'étudiants ;

À nos étudiants ;

Je tiens à remercier particulièrement l'administration centrale de l'UAO, avec à sa tête le Président Kouakou Koffi, pour l'accompagnement dont nous avons bénéficié.

Je tiens à adresser mes remerciements également aux partenaires de premier rang :

- le Fonds pour la Science, la Technologie et l'Innovation (FONSTI) pour son soutien multiforme.

- l'Autorité de Régulation des Télécommunications de Côte d'Ivoire (ARTCI), pour son accompagnement.

- la Commission Nationale du Mécanisme Africain d'Évaluation par les Pairs (CN-MAEP), présidée par Professeur Soro David Musa, pour son implication à l'organisation de ces assises, malgré ses contraintes.

Mesdames et messieurs, je voudrais conclure mon allocution en vous exprimant mes vœux pour des travaux fructueux au cours de ces trois jours.

Merci de votre aimable attention !

M. SANOGO Amed Karamoko, Maître de Conférences, Enseignant-chercheur, Département de philosophie, Université Alassane Ouattara,

## **DISCOURS DU CHEF DE DÉPARTEMENT**

Monsieur le Ministre de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique,

Monsieur le Président de l'Université Alassane Ouattara,

Monsieur le Doyen de l'UFR - Communication, Milieu et Société,

Mesdames et Messieurs les Directeurs et Chefs de services,

Mesdames et Messieurs les Enseignants-Chercheurs,

Chers étudiants,

Chers amis de la presse,

Mesdames et Messieurs, Honorables invités en vos rangs, grades et qualités,

Au nom du Département de philosophie, je voudrais vous dire, au-delà de ce que je saurai exprimer, mes sincères remerciements pour votre présence effective, massive et distinguée qui montre tout l'intérêt que vous avez bien voulu accorder à ces assises qui s'ouvrent, aujourd'hui, à l'Université Alassane Ouattara. La problématique des réseaux sociaux et leur impact sur la dynamique des sociétés africaines exige des solutions immédiates, tant ils touchent au fondement des Institutions qui donnent sens à notre être en société. Les réseaux sociaux définissent notre vie puisqu'ils influencent notre mode d'être et d'agir en société. Dans nos sociétés contemporaines africaines, ils occupent une place prépondérante dans la mesure où ils façonnent la vision du monde des individus, leur approche relationnelle. Selon les statistiques, 46 pourcents de la population totale du continent africain utilisent les réseaux sociaux. De fait, les Africains ne sont pas des récepteurs passifs de cette technologie de communication qui apporte des transformations dans leur univers social, leur mode de penser et d'agir (David Fayon, 2013). En Afrique, les réseaux sociaux suscitent de profondes mutations sociopolitiques et économiques.

Par leur puissance transformatrice du monde social et des valeurs qui le sous-tendent, les réseaux sociaux se sont révélés être paradoxalement à la fois une véritable source d'émerveillement et d'inquiétudes suscitant une réflexion

sur leurs réels enjeux et le sens qu'ils impriment à la dynamique des sociétés africaines. La tenue de ces assises qui rassemblent des experts venus de divers horizons du monde vise à ausculter le sens des réseaux sociaux et la manière dont ils influencent la dynamique de nos sociétés.

Sous certaines formes, les réseaux sociaux peuvent participer au progrès de nos sociétés dès lors que les buts qu'ils sont censés atteindre, coïncident avec les bonnes intentions et le bien-être de l'homme. Cependant, pour parodier ce célèbre philosophe allemand d'origine juive, Hans Jonas, on peut soutenir que cette intention des individus reste creuse ou vide de sens aussi longtemps que l'on ignore ce qu'est le bien que les réseaux sociaux sont censés apporter aux sociétés africaines. Nous devons savoir, en effet, vers quelle destination ils nous conduisent et surtout quelles dispositions éthiques prendre pour leur meilleure utilisation. Or comme semble le souligner Jonas dans le Phénomène de la vie, « il y a ceux qui acclament la houle qui les emporte avec elle et dédaignent de se demander vers où ? ; qui saluent le changement pour lui-même, la poussée en avant, sans fin, de la vie vers le toujours nouveau, l'inconnu, le dynamisme comme tel ». Les événements protéiformes et angoissants qui se succèdent à un rythme infernal sur les Réseaux sociaux entraînent et traînent les sociétés africaines vers des directions tous azimuts, dans une sorte de tourbillon et de vertige, au point où l'on est tenté de croire que nous sommes face à une crise sociale, des individus et de nos Institutions. En réalité, les réseaux sociaux sont devenus de véritables cadres de défoulement des esprits, que dis-je, de logorrhée verbale, de recherche de gain facile où la recherche de la vérité n'est plus la priorité.

Si la crise est, cependant, ce moment de rupture, de malaise, parfois un tournant périlleux qui peut aussi introduire un changement de vision, une orientation nouvelle, avant que d'aboutir tout de même à une issue heureuse, une réelle démarche votive à la recherche de solutions idoines doit s'imposer. C'est donc à juste titre que l'Université, en tant qu'Institution qui contribue à l'autoréflexion de la société, mobilise, en ce jour, ses acteurs afin qu'ils fassent l'anamnèse des maux qui sapent les fondements et valeurs de la société. Mesdames et Messieurs, ces acteurs rompus à la bonne réflexion, ces penseurs de qualité et bon goût ne sont-ils pas comme pouvait le dire Émile Zola « ces

actifs ouvriers qui sondent l'édifice sociale, en indique les poutres pourries, les crevasses intérieures, les pierres descellées, tous ces dégâts que l'homme lambda ne voit pas du dehors et qui pourtant peuvent entraîner la ruine du monument social entier » ?

L'Université est appelée à répondre à de nouveaux et grands défis en termes d'éducation, de recherche et de gouvernance face à la mutation rapide des sociétés, à l'évolution de l'état d'esprit de la jeunesse, aux nouveaux outils et technologies de communications. Caractéristiques des temps modernes, les réseaux sociaux doivent nécessairement faire l'objet d'une analyse critique de la part des universitaires et particulièrement des universitaires africains, car en Afrique, leur utilisation nous laisse parfois dubitatif quant au but de leur invention. Ce colloque vient donc à-propos pour faire un état des lieux des crises répétées qui secouent nos sociétés, qui ralentissent leur développement. Ce colloque a pour ambition de mettre en évidence les défis et trouver des solutions susceptibles de conduire les États africains sur la voie d'une gestion durable, dynamique et responsable des sociétés africaines. Il proposera, je l'espère pour ma part, une réflexion constructive sur de nouvelles perspectives heuristiques de qualités sociétales ; sur l'implication de nos Universités africaines dans la construction à court, moyen et long terme de nos Institutions régulatrices des réseaux sociaux et qui président à la destinée des sociétés.

Mesdames et Messieurs, la centralité thématique de ce colloque qui nous réunit, porte au total sur « **la place des réseaux sociaux dans l'évolution des sociétés africaines** ». Nous sommes tous, panélistes et partenaires extérieurs, appelés à trouver à partir de ce colloque des solutions pour sauver la situation inquiétante de la société africaine due à une mauvaise utilisation des réseaux sociaux. Poser un diagnostic sur la situation de réseaux sociaux en Afrique impose de pouvoir déceler le type de contribution qu'ils doivent apporter à nos sociétés, mais surtout de situer les responsabilités concernant leur utilisation. Un tel acte est d'une grande portée puisque l'Université, en tant que cadre d'élaboration et de partage des connaissances, est également le lieu de préparation de la société de demain. En envisageant la recherche de solutions sous l'angle de la transversalité ou du moins de l'interdisciplinarité, nous

pensons que cet acte est solidaire d'une vision globale caractérisée par l'implication mutuelle des œuvres que l'on peut qualifier de l'esprit d'avec celles de la société. Une telle globalité est déjà à l'œuvre dans le réinvestissement social des recherches et réflexions issues des Universités. De sorte que l'on arrive à la logique suivante : les débats dans les Universités ne peuvent se soustraire de la réalité sociale. Au contraire, les Universités doivent analyser les maux qui minent les sociétés actuelles et anticiper l'avenir. Je suis donc convaincu que nous aurons des résultats satisfaisants au regard de la qualité des différents contributeurs qui ont bien voulu apporter leurs idées pour cerner la situation des réseaux sociaux en Afrique.

Je voudrais très chaleureusement, en ma qualité de Directeur de Département de philosophie d'une part, en tant que coordonnateur général des activités de ce colloque d'autre part, exprimer ma gratitude à nos invités de marque ainsi qu'à toutes les personnes qui ont effectué le déplacement. Je voudrais aussi remercier, avec encore beaucoup d'enthousiasme et de chaleur, le Président du Comité d'Organisation (PCO) de ce rassemblement scientifique pour avoir œuvré généreusement et efficacement au bénéfice de cet événement, ô combien utile à nos Institutions, à toutes les Universités africaines ainsi qu'à nos décideurs socio-politiques africains. Nos remerciements vont aussi à tous nos partenaires, à tous nos collègues, nos maîtres, venus ici pour échanger sur un sujet aussi important.

Je vous remercie et souhaite, à tous, un très bon séjour scientifique.

## **CRITIQUE DU PHÉNOMÈNE D'INFLUENCEURS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX À PARTIR DE LA PENSÉE D'ARISTOTE**

**Djakaridja YÉO**

*Université Peleforo GON COULIBALY (Côte d'Ivoire)*

[djakyeo11@gmail.com](mailto:djakyeo11@gmail.com)

### **Résumé :**

Ce travail est une analyse du phénomène des influenceurs autoproclamés sur les réseaux sociaux. Il relève quelques similitudes entre ce genre d'influenceurs et les sophistes-rhétieurs dans la Grèce antique, ainsi que le danger d'immoralité auquel ils exposent la société. Aussi, s'appuyant doctrinalement sur la pensée aristotélicienne, rappelle-t-il l'utilité sociopolitique et les exigences d'éthique et de vraisemblance de l'influence. Cette réflexion conclut que l'acte d'influencer ou être influenceur n'est pas mauvais en soi, mais lorsqu'il est galvaudé, comme on l'aperçoit chez certains acteurs des réseaux sociaux, il devient un facteur de perversion dans la société.

**Mots clés :** Influenceur, Morale, Réseaux sociaux, Sophiste, Valeurs sociales.

### **Abstract:**

This work is an analysis of the phenomenon of self-proclaimed influencers on social networks. It reveals some similarities between this type of influencer and the sophist-rectors of ancient Greece, as well as the danger of immortality to which they expose society. Based on Aristotelian thought, he reminds us of the socio-political usefulness and ethical and plausibility requirements of influence. This reflection concludes that the act of influencing or being influenced is not bad in itself, but when it is abused, as is the case with certain social network players, it becomes a factor of perversion in society.

**Keywords :** Influencer, Morality, Social networks, Sophist, Social values.



## **Introduction**

« L'usage de la parole a été donné à l'homme pour exercer une influence : telle est la position de la *Rhétorique* d'Aristote » (R. Amossy, 2021, p. 14). Cette lecture faite par Amossy permet de comprendre que la rhétorique aristotélicienne est une théorie de l'art d'influencer par la parole. L'influence renvoie, dans la perspective aristotélicienne, à la persuasion qui est le but de la rhétorique. Le *logos*, le *pathos* et l'*ethos* sont, selon Aristote (2014, 1356a1-5), « les moyens » techniques de persuasion. Comme telle, la persuasion est le fruit d'un mécanisme discursif au cœur duquel il y a le souci de la vraisemblance (au sens de la plausibilité), de l'altérité et de l'éthique. La résurgence de la notion d'influence ou d'influenceur dans le contexte actuel des réseaux sociaux mérite une attention particulière.

L'on constate que les réseaux sociaux sont utilisés par certains acteurs dans le but d'obtenir de la visibilité. De tels acteurs sont généralement portés à accroître leurs audiences pour en tirer profit. Pour certains d'entre eux, tous les stratégies et stratagèmes de communication sont opportuns tant qu'ils sont facteurs de forte audience, et par conséquent, de consolidation d'un prétendu titre d'influenceur et d'accroissement de retombés, fût-ce au mépris des valeurs sociales. C'est à ce genre d'acteurs, qui s'autoproclament influenceurs et qui prolifèrent sur les réseaux sociaux, que s'intéresse la présente analyse au travers de lunettes aristotéliciennes.

L'une des questions que l'on peut, à cet effet, se poser est de savoir si de tels acteurs sont dignes d'être appelés influenceurs. Ou, comment les qualifier au regard de la conception aristotélicienne de l'influence ? En d'autres termes, le fait d'user de tous les moyens possibles pour se faire suivre et écouter sur les réseaux sociaux par une multitude de personnes, fait-il dire d'un tel acteur qu'il est un influenceur au sens aristotélicien du terme ? Mieux, quelle appréciation peut-on faire d'une telle attitude sur les réseaux sociaux quant au véritable sens de l'influence et ses exigences de vérité et d'éthique, en référence au philosophe aristotélicien ? Telle est la question nodale de la présente réflexion. La tentative de sa résolution suscite quelques interrogations subsidiaires : d'abord, en quoi y a-t-il similitudes entre une catégorie de soi-disant influenceurs sur les réseaux

sociaux et les sophistes rhéteurs dans la Grèce antique ? Ensuite, en quoi, dans la perspective aristotélicienne, une influence digne de ce nom rime-t-elle nécessairement avec la vraisemblance et l'éthique ?

Avec une démarche à la fois démonstrative et comparative, le présent travail a pour objectif de dénoncer les pratiques dangereuses de certains influenceurs autoproclamés sur les réseaux sociaux et de mettre en évidence le véritable sens de l'influence à l'aide du philosophe aristotélicien. En d'autres termes, il s'agit de montrer que certains acteurs des réseaux sociaux se font abusivement appeler influenceurs et sont nuisibles pour la société. Un des objectifs spécifiques est de montrer que les pratiques de certains acteurs des réseaux sociaux font écho à celles des sophistes rhéteurs dans la Grèce antique, et qu'ils mériteraient une condamnation semblable à celle que Platon adressait à ces derniers. Cet objectif spécifique consiste précisément à montrer que leur pratique, peu soucieuse des valeurs sociales, ne peut qu'avoir des impacts négatifs dans la société, notamment sur l'éducation des jeunes. Lié au premier, un autre objectif spécifique est de dégager, à l'aide du philosophe aristotélicien, le véritable sens de l'influence ou de l'acte d'influencer.

Ainsi, ce travail s'articule autour de deux axes. Le premier relève quelques similitudes entre une catégorie d'influenceurs sur les réseaux sociaux et les sophistes rhéteurs dans la Grèce antique. Le deuxième, en s'appuyant doctrinalement sur la pensée aristotélicienne, rappelle le sens et quelques exigences de l'influence, notamment la vraisemblance et l'éthique.

### **1. Similitudes entre une catégorie d'influenceurs sur les réseaux sociaux et les sophistes**

Certains acteurs des réseaux sociaux se faisant appeler influenceurs, ont des similitudes avec les sophistes rhéteurs dans la Grèce antique. Ils méritent d'être dénoncés au même titre que leurs semblables que Platon et son disciple Aristote ont dénoncés. Mais avant, il convient de présenter brièvement les sophistes et leur pratique dans le contexte de l'influence qu'ils ont opérée à leur époque.

### **1.1. L'amoralité et l'immoralité chez les sophistes rhéteurs**

Penseurs grecs du V<sup>e</sup> siècle avant Jésus-Christ, les sophistes, écrit J. D. Romilly (2012, p. 21), « étaient des maîtres à penser et à parler ». Protagoras, Gorgias, Prodicos, Calliclès, Thrasymaque, Hippias sont quelques principaux sophistes. La rhétorique étant l'épicentre de leurs pensées, ils ont été à la base d'une profonde mutation intellectuelle et morale dans la Grèce antique du V<sup>e</sup> siècle. Avec cette discipline, ils ont été des penseurs déterminants de l'histoire politique et culturelle de la Grèce de cette époque. Le progrès de la vie sociopolitique de la Grèce de leur temps, le miracle grec, permet d'affirmer cela. Leur influence, celle de la rhétorique, a été déterminante à cette époque. La nature de leur influence tient de l'art de la parole efficace dont l'enjeu est la pratique de la politique.

En effet, au lieu de s'attarder sur la quête traditionnelle de l'être, comme le requerrait la philosophie, ils se sont plutôt intéressés à l'efficacité du discours. Dans leur perspective, rien n'échappe au langage, pas même la philosophie dont l'histoire, aux dires de B. Cassin (2009, p. 16), sera influencée par la « régulation du langage », objet de la sophistique. Ces penseurs accordent une autonomie performative au langage, et ont même une perception discursive de l'ontologie. Ils « réfutent l'abstraction vide de l'être éleatique par la considération des choses effectives, de la réalité du monde sensible et vivant, pluralité, mouvement, subjectivité » (B. Cassin, 2009, p. 23). De fait, pour ces penseurs, notamment Protagoras, « l'homme est la mesure de toutes choses : pour celles qui sont, mesure de leur être, pour celles qui ne sont, mesure de leur non-être » (Protagoras, 2009, p. 128). De cet homme (au sens de l'individu ou l'humanité tout entière), de sa sensation, de sa subjectivité, de son jugement, dépendent le beau et le laid, le juste et l'injuste, le pieux et l'impie. Bref, de son opinion, dépend la vérité.

Avec ces penseurs, la priorité n'est plus accordée aux valeurs cardinales de la rationalité philosophique, mais plutôt à l'efficacité du discours et son intérêt politico-mercantiliste. En effet, « dans une société où l'enseignement était l'affaire de familles, sans que n'existent ni éducation civique publique ni non plus de formation rémunérée de semblable manière » (J.-F. Pradeau, 2009, p. 19), les sophistes étaient des savants qui se déplaçaient de cité en cité pour

donner des enseignements moyennant rémunération. Ils étaient des éducateurs professionnels qui faisaient commerce de leurs compétences. Sur le but de leur enseignement, l'argent jouait de toute évidence un rôle important, c'est-à-dire que les sophistes-rhétieurs dispensaient leurs leçons chez des citoyens - généralement les riches - qui les payaient chèrement.

C'est pour ces raisons que, écrit B. Cassin (1995, p. 8), « la sophistique est ce mouvement de pensée qui, à l'aube présocratique de la philosophie, séduisit et scandalisa la Grèce entière ». C'est avec eux que la rhétorique s'est présentée sur la scène philosophique. Elle devenait ainsi un véritable « problème » pour la pensée, au travers de la condamnation sévère que Platon lui inflige. Chez ce dernier, la rhétorique sophistique, s'opposant aux valeurs morales et philosophiques, est indigne de l'homme et nuisible à la société. Platon condamne la sophistique, car, interprète É. Bréhier (1981, p. 72), elle substitue à la vérité « la recherche du succès, fondée sur l'art de convaincre, de persuader, de séduire ». Elle est la caractéristique d'une pratique qui s'exprime dans la flatterie et l'immoralité. Platon ne voit aucun intérêt associé à cette pratique. Pour lui, c'est une manœuvre oratoire qui n'apporte rien à l'homme qui puisse participer à son épanouissement véritable ou au salut de son âme.

Dans la perspective du sophiste Gorgias, par exemple, le discours poético-rhétorique façonne l'âme selon le souhait de l'orateur. C'est pourquoi, comme une contrainte qu'il exerce, dit-il ouvertement, « un seul discours charme et persuade une foule nombreuse, pourvu qu'il soit écrit avec art, même s'il ne dit pas la vérité » (Gorgias, 2009, p. 141). En fait, ce sophiste pense que la puissance du discours a le même rapport à l'ordonnance de l'âme que l'ordonnance des remèdes à la nature des corps. Il veut dire que, de la même manière que différents remèdes expulsent du corps différentes humeurs et mettent un terme, les uns à la maladie, et les autres à la vie, de cette même manière, parmi les discours, les uns affligent et les autres égaient les auditeurs, les uns effraient et les autres rendent audacieux, les autres enfin droguent l'âme et l'ensorcellent par l'éloquence. La vérité, la justice et la morale importent peu dans le déploiement de cette éloquence.

Ainsi, pour Platon, la sophistique articule le mensonge, l'immoralisme, l'injustice et est exempte de rationalité. Il la considère comme une manipulation par le verbe, un jeu du langage où il ne règne que le *pathos*, et non la vérité. Dans cette perspective, la pratique des sophistes est perçue comme un stratagème qui s'appuie essentiellement sur les sentiments et les émotions d'un auditoire pour le persuader, avec un raisonnement non valide, au mépris de la vérité et de la morale. À la lumière de cette lecture de Platon, il ressort que, même si l'on concède un raisonnement à la rhétorique sophistique, alors ce ne peut qu'être un usage fallacieux de la pensée argumentative. En bref, la rhétorique est conçue comme synonyme d'artifice et d'esthétique trompeuse, comme une mise en œuvre de techniques de séduction au moyen du langage.

Analysant les approches platonicienne, aristotélicienne et nietzschéenne de la sophistique, K. N. Yéo (2020, p. 21-22) constate :

Sans conteste, par le biais des écrits de Platon et Aristote, philosophes auxquels il est possible d'associer Nietzsche, les sophistes sont perçus comme des penseurs amoraux ou immoraux. Ils sont tenus pour les responsables de la crise des valeurs qu'a connue la société athénienne, dont les manifestations sont caractérisées par ce que J. Brun (...) nomme le triomphe du mensonge sur la vérité, du mal sur le bien, de l'illégal sur le légal, de la violence destructrice sur le pacifisme. Autant dire qu'en suivant Platon, Aristote ou Nietzsche, la conclusion sur le statut moral de la sophistique est sans appel : ce mouvement intellectuel rime avec l'amoralisme et l'immoralisme.

En somme, les sophistes sont des rhéteurs qui ont soutenu, développé et pratiqué des thèses apologistes de l'amoralité et de l'immoralité dans une perspective de quête de profit. Leurs stratégies ou stratagèmes discursifs accordent la priorité à l'efficacité du discours. La vérité, la justice, la morale et les autres valeurs sociales ne sont considérés qu'au regard de cette efficacité. C'est dans ce sens que, rapporte encore K. N. Yéo (2020, p. 34), Platon et Aristote « pensent que la sophistique repose essentiellement sur le faux, le mensonge, la tromperie, l'usurpation de titre et la recherche du profit ». Il est donc clair que Platon et son disciple Aristote ont dénoncé l'influence négative des sophistes sur leurs concitoyens et leur société tout entière. De nos jours, il y a lieu d'adresser une telle dénonciation à certains acteurs qui se font abusivement appeler influenceurs sur les réseaux sociaux. On peut légitimement qualifier ces acteurs d'influenceurs-sophistes.

## **1.2. Des influenceurs-sophistes sur les réseaux sociaux**

Dérivée du latin *influere* qui signifie pénétrer, se glisser, s'insinuer, se répandre, l'influence est l'action, généralement lente et continue, d'une personne, d'une circonstance ou d'une chose qui agit sur une autre. Influencer, c'est donc avoir un ascendant sur autrui. En ce sens, l'influenceur peut être considéré comme un guide, un modèle, une référence. Il est celui qui montre le chemin à suivre, le choix à faire, l'attitude à tenir dans une situation donnée. Son influence répétée, voire permanente est susceptible de contribuer à forger l'être de l'influencé, de modeler sa conduite, de conditionner son comportement, voire ses idées et sa perception des choses. Il reçoit la confiance de ses influencés qui adhèrent généralement à ses thèses, à ses opinions et prennent plaisir à l'écouter, à lui obéir, à lui ressembler, à l'imiter. Autant dire que l'influenceur est un mentor, un éducateur. Tel est le sens originel de l'influence.

Dans les sociétés modernes et contemporaines, le qualificatif d'influenceur est reconnu à des célébrités, à des personnes dont la notoriété était connue et qui associent leurs images à des produits, à des marques, à des entreprises à l'effet d'en faire la publicité. Mais, le titre d'influenceur fait de nos jours l'objet d'une forte récupération sur les réseaux sociaux au point que l'on a du mal à le circonscrire. Aussi ce titre semble-t-il de plus en plus se définir en fonction des réseaux sociaux. C'est dire qu'on assiste à une sorte de « réseau-socialisation » de l'influence, de l'acte d'influencer ou de la qualité d'influenceur. L'on a tendance à croire que pour qu'une personne soit reconnue comme influenceur, il faut qu'elle se produise sur les réseaux sociaux ou qu'elle s'y expose. Lesdits réseaux deviendraient la condition et le moyen pour acquérir le titre d'influenceur.

C'est de cela que témoigne le fait que, de nos jours, un influenceur désigne une personne qui, grâce à son exposition médiatique, exerce une influence sur un public. Dans le cadre des réseaux sociaux, l'influenceur ou e-influenceur ou encore web influenceur est un créateur de contenus (vidéos, audios, commentaires, photos, etc.). Son degré d'influence se mesurerait à ceux de son audience, et donc, de sa notoriété. Ainsi se fait-il fort de communiquer et interagir avec un large public qu'il s'efforce à se fidéliser, d'une part, et d'autre part, de s'attirer davantage de followers ou abonnés.

À l'instar de la sophistique, considérée par Platon et Aristote comme « un mouvement intellectuel amoral parce qu'il a pour étoffe fondamentale le faux, le mensonge, la tromperie, l'usurpation de titre et la recherche du profit » (K. N. Yéo, 2020, p. 40-41), l'on pourrait, aujourd'hui, reprocher à certains acteurs sur les réseaux sociaux d'être des usurpateurs du titre d'influenceur. Aujourd'hui, comme au temps des sophistes-rhétieurs de la Grèce du V<sup>e</sup> siècle avant notre ère, les discours et les agissements d'influenceurs autoproclamés sur les réseaux sociaux se présentent comme des apologues du mépris des valeurs sociales et la promotion de l'avoir au détriment de l'être.

Espaces publics numériques, en effet, les réseaux sociaux font partie du quotidien d'une bonne partie de la population mondiale, notamment la jeunesse africaine. Ces espaces sont de plus en plus utilisés par certaines personnes pour se faire de la notoriété et en tirer profit. Sans entreprise (au sens classique du terme) ni activité "concrète", il est possible pour un individu de se publiciser et se procurer des moyens financiers grâce aux réseaux sociaux. Cela est rendu possible par la possibilité de monétisation des comptes sur lesdits réseaux. La rentabilité de cette monétisation est fonction de l'audience du compte en question. Ainsi, la question que les acteurs-animateurs de tels comptes se posent, c'est celle du comment réussir à se faire une forte audience.

Dans leur quête effrénée de visibilité, certains acteurs desdits réseaux, étant dans l'incapacité de créer des contenus utiles, choisissent de s'attirer l'attention du public par des comportements ou des propos déviationnistes. De fait, les réseaux sociaux, en plus d'être des outils de réseautage relationnel, de publicité, de vente d'articles, sont aussi utilisés par certains acteurs pour ne proférer que du verbiage ou des grossièretés. Ce sont des stratagèmes oratoires qui ont pour but de maintenir et/ou attirer des internautes. Ces stratagèmes consistent généralement en des propos qui sapent ouvertement les valeurs sociales, notamment la morale. L'on assiste même à des pratiques d'extimité qui consistent à exposer une partie de sa vie et de son intimité. N'excluant rien de tout ce qui peut attirer l'attention ou captiver, ces acteurs parviennent à se donner une notoriété qui se joue dans le verbalisme, l'arrogance, l'extravagance, l'exhibitionnisme, etc. Quelques maîtres mots de ceux-ci sont le *clash*, c'est-à-

dire une publication dans laquelle un blogueur s'attaque verbalement à une personne, et le *buzz*, c'est-à-dire une publication très rependue du fait de son caractère extraordinaire, surprenant ou choquant.

Toujours, dans la quête de visibilité, certains acteurs sur les réseaux sociaux se font passer pour des spécialistes dans certains domaines dans lesquels ils ne sont pourtant pas qualifiés. Sachant que l'esprit humain, comme le relève T. Sharot (2018, p. 18), « est programmé pour éprouver du plaisir face à l'information », ainsi que « l'ère du numérique constitue un festival pour l'esprit » (*Idem*), certains se font passer pour des omniscients, se prononçant sur tous les sujets. Cela fait écho à la prétention sophistico-rhétoricienne d'être plus sachant que n'importe quel spécialiste. Le sophiste Gorgias, par exemple, pense que quel que soit le genre de discours à prononcer, le rhéteur est le mieux compétent. Sa compétence rhétorique lui permet de savoir persuader en toutes circonstances. C'est dans ce sens que s'inscrivent ses propos suivants : « Je parle du pouvoir de convaincre, grâce aux discours, les juges au Tribunal, les membres du Conseil au Conseil de la cité, et l'ensemble des citoyens à l'Assemblée, bref, du pouvoir de convaincre dans n'importe quelle réunion des citoyens » (Platon, 2011, 452e). Ce que Gorgias souligne, c'est la capacité du rhéteur à l'emporter en tout lieu et sur tout spécialiste. Et, quel que soit le spécialiste avec lequel le rhéteur aurait une confrontation, il l'emporterait forcément sur lui. « Car, ajoute-t-il, il n'y a rien dont l'orateur ne puisse parler, en public, avec une plus grande force de persuasion que celle de n'importe quel spécialiste » (Platon, 2011, 456c).

En outre, on aperçoit dans les agissements de certains influenceurs autoproclamés sur les réseaux sociaux une imitation de l'éristique protagorassienne. Du grec *éris* qui veut dire lutte, combat, l'éristique renvoie au dialogue contradictoire. Il s'agit de l'art de la controverse, l'art de la réfutation ou encore l'art de triompher dans une discussion contradictoire. Protagoras fut le premier à affirmer qu'à propos de toute chose, il y a deux discours opposés l'un à l'autre, c'est-à-dire qu'à tout discours s'oppose un autre discours. Mieux, à propos de toute thèse, il est possible de soutenir des propositions contraires avec autant de pertinence. Avec ce sophiste, la rhétorique devient une discipline



capable de produire, sur un même sujet, deux discours antilogiques, c'est-à-dire deux discours, chacun en soi-même cohérent, mais l'un à l'autre incompatibles.

Protagoras s'appuie sur l'idée selon laquelle tout réel peut être dit en deux sens contraires, son dire peut confronter le langage à lui-même dans une insurmontable opposition de thèses contraires. Il soutient la possibilité de porter sur tout sujet à la fois deux discours antinomiques. Il s'agit de ce que, sur tout sujet, l'on peut soutenir à la fois le pour et le contre. Sur les réseaux sociaux, on constate souvent qu'à l'image de l'éristique protagorassienne, un même acteur prend position sur un sujet et bascule dans la position contraire selon ses intérêts, faisant croire qu'il est possible de tenir deux discours diamétralement opposés avec la même force de conviction. En somme, ce sont des acteurs qui, dans leurs désirs d'être dits influenceurs et en profiter, méprisent opportunément la vérité et la morale. Or, ces deux valeurs, c'est-à-dire la vérité et la morale, sont fondamentales au regard de la conception aristotélicienne de l'influence par le discours.

## **2. Utilité et exigences de l'influence chez Aristote**

Le concept d'influence renvoie, dans la perspective aristotélicienne, à celui de la persuasion dont l'objet s'articule autour de trois couples antithétiques que sont l'utile et le nuisible, le juste et l'injuste, le bien et le mal. Ces couples sont symboliques du sens de l'influence qui doit avoir pour boussole les valeurs qui contribuent à une bonne éducation de l'homme et à la consolidation du vivre-ensemble harmonieux et épanouissant. C'est en cela que « la rhétorique aristotélicienne envisage la force de la parole comme moteur de l'action sociale » (R. Amossy, 2021, p. 15), d'où son utilité et ses exigences sociopolitiques.

### **2.1. L'utilité sociopolitique de l'influence chez Aristote**

La pensée aristotélicienne stipule que l'influence est une nécessité sociopolitique. Selon Aristote (2014, 1278b, p. 18-25), en effet, « un homme est par nature un animal politique ». À cela s'ajoute le fait que « la nature ne fait rien en vain ; or, seul parmi les animaux l'homme a un langage » (Aristote, 2014, 1253a10-20). Il ressort de cette pensée aristotélicienne que l'homme est naturellement un être politique doué de langage. Mais, si la nature politique de

l'homme, c'est-à-dire son inclination à vivre avec ses semblables, va de soi, le vivre-ensemble, quant à lui, est rendu possible, ou du moins, facilité par le langage. Le langage sert de moyen d'interaction, de communication, de socialité. Son but ultime est, dans la perspective aristotélicienne, la persuasion ou l'influence qui s'opère par le discours. Cela signifie que, chez le fondateur du Lycée, l'influence renvoie à la persuasion qui est le but de sa théorie rhétorique. En fait, la persuasion rhétorique a pour effet immédiat d'influencer. D'où ces deux concepts peuvent, par métonymie, se confondre chez le Stagirite.

C'est en référence à cette pensée aristotélicienne que R. Amossy (2021, p. 4) rappelle, à juste titre, que la façon dont la parole se dote « du pouvoir d'influencer son auditoire [est] au centre d'une discipline dont les racines remontent à l'Antiquité : la rhétorique. Chez les Anciens, elle était une théorie de la parole efficace doublée d'un apprentissage au cours duquel les hommes de la cité s'initiaient à l'art de persuader ». Il faut donc comprendre que l'art de persuader n'a de sens que parce que, ajoute R. Amossy (2021, p. 4), « l'usage de la parole est nécessairement lié à la question de l'efficacité. Qu'il vise une multitude indistincte, un groupe défini ou un auditoire privilégié, le discours cherche toujours à avoir un impact sur son public ».

Le concept de persuasion, qui fait l'objet d'analyse minutieuse dans la *Rhétorique* (2014) d'Aristote, est polysémique. Il peut renvoyer, par exemple, à la dissuasion. Dans le cadre de sa rhétorique, la persuasion et la dissuasion ne doivent pas être considérées comme deux entités opposées. Elle ne doit pas être comprise, chez lui, comme antonyme de la persuasion. Car la dissuasion peut être une persuasion dans le sens où l'on persuade quelqu'un à se détourner de quelque chose de nuisible, d'indigne, d'immoral, d'injuste ou de négatif.

Analysant la pensée rhétorique du maître du Lycée, O. Reboul (1991, p. 1) soutient que la rhétorique, art de persuader ou influencer, est « constitutive de notre humanité ». Perçue ou inaperçue, elle est au cœur de la pratique sociale dans la mesure où elle désigne l'usage des techniques et stratégies (programmées ou spontanées, consciemment ou inconsciemment) de la parole efficace, de la parole destinée à avoir un impact sur l'auditoire, c'est-à-dire à le

persuader ou à l'influencer. La persuasion, identité de la rhétorique, régit tous les domaines de la société. Par exemple, toute société met en place un mécanisme de persuasion éducative qui forge les personnalités et les conduites de ses membres. Même la science évolue par persuasions et contre-persuasions constructives. C'est de cela que témoigne l'histoire de la science, en général, et de la philosophie, en particulier.

Pour ce qui est de la rhétorique, cette discipline s'inscrit dans l'ordre de l'influence qui s'opère entre individus dans un espace de communication. Il ne sera pas sans intérêt de rappeler que cette discipline est née dans un contexte juridico-politique. M. Meyer (2014, p. 9) note, en effet, que « la rhétorique est née, dans les États-Cités de la Grèce ancienne, où les affaires se réglaient par la parole entre un nombre relativement restreint d'hommes libres ». Il ressort de ses propos que la rhétorique est née dans un contexte politique afin de répondre à un besoin de l'usage efficace de la parole en justice. Cela peut être justifié par le fait que la rhétorique est née au même moment que la démocratie. Elle s'origine dans l'avènement de la démocratie ; son but étant de permettre aux citoyens, jouissant désormais de la liberté démocratique, de savoir se prononcer en justice.

En fait, corrélativement à la démocratie qui rime avec la liberté et la loi, la rhétorique se présente comme le rempart de la parole devenue laïque. La naissance de cette discipline est donc corrélatrice à celle de la démocratie. Cela est d'autant plus évident que la maîtrise de la parole était la condition de la participation à la vie collective, notamment dans l'Athènes du temps de Périclès. Mais il convient d'insister sur le fait qu'à ses débuts, la préoccupation majeure de la rhétorique fut celle de rendre les citoyens aptes à intervenir en justice. Car, à cette époque, il n'était plus question de « maîtres de vérité » (poète, roi de justice et devin) comme il en était dans la Grèce archaïque, mais plutôt de la parole qui se laïcise. Si donc la naissance de la rhétorique fut concomitante de l'avènement de la démocratie, il faut noter que son but originel était prioritairement judiciaire. On peut résumer cette nature juridico-politique de la rhétorique aristotélicienne avec R. Amossy (2021, p. 14) en ces termes :

La rhétorique de la Grèce antique, fruit de la *polis*, de la cité libre où les décisions publiques appelaient un débat, permettait la bonne marche de la justice à travers

le maniement de la controverse et le bon fonctionnement de la démocratie à travers la pratique de la parole en publique. C'est pourquoi elle s'est principalement donné comme objet le judiciaire et le délibératif (...). Elle y a adjoint l'épidictique, ou discours d'apparat prononcé au cours d'une cérémonie (...). Dans cette triple dimension, la rhétorique a été conceptualisée, formalisée et régulée dans la *Rhétorique* d'Aristote.

La rhétorique aristotélicienne épouse le caractère social et culturel de la rhétorique antique définie comme art de persuader. Située dans le cadre de la *polis*, c'est-à-dire dans un espace politique et institutionnel doté de lois et d'usages, « la parole efficace n'est pensable qu'à partir du moment où les groupes humains sont constitués autour de valeurs symboliques qui les rassemblent, les dynamisent et les motivent » (R. Amossy, 2021, p. 14). Dans le même ordre d'idées, il faut rappeler que l'art de persuader par la parole présuppose le libre exercice du jugement. La rhétorique n'a, en effet, de sens que là où l'auditoire peut donner son assentiment sans y être contraint par la force.

Dans cette conception issue d'Aristote, la rhétorique apparaît comme une parole destinée à un auditoire qu'elle tente d'influencer en lui soumettant des positions susceptibles de lui paraître raisonnables. Elle s'exerce dans tous les domaines humains où il s'agit d'adopter une opinion, de prendre une décision, non sur la base de quelque vérité absolue nécessairement hors de portée, mais en se fondant sur ce qui semble plausible (R. Amossy, 2021, p. 15).

C'est cette exigence de plausibilité (au sens du vraisemblable) et aussi celle d'éthique de l'art d'influencer que le Stagirite a consigné dans les concepts de *logos*, de *pathos* et d'*ethos*.

## **2.2. Vraisemblance et éthique comme exigences de l'influence chez Aristote**

Dans la conception issue d'Aristote, la rhétorique apparaît comme une technique de la parole destinée à un auditoire sur lequel elle veut avoir une influence. Aussi est-elle présentée par celui-ci comme une discipline qui s'exerce dans tous les domaines humains où il s'agit d'adopter une opinion, de prendre une décision, non sur la base de quelque vérité absolue, mais en se fondant sur ce qui semble plausible, sur ce qui est persuasif dans un cas donné. Il peut s'agir, par exemple, d'une assemblée qui doit adopter une ligne de conduite face à un ennemi ; d'un avocat qui doit laver son client des soupçons qui pèsent sur lui. Ceux-ci ne peuvent miser sur des certitudes absolues. Le maître du Lycée

situe bien la rhétorique dans le domaine des affaires humaines qui sont rarement de l'ordre de la vérité absolument démontrable ou démontrée. L'idée est donc bien accentuée, depuis Aristote, que le vraisemblable et l'opposable constituent l'horizon de la rhétorique.

Mais le Stagiritique dote tout de même la rhétorique d'un instrument qui donne à celle-ci toute sa teneur rationnelle : la logique. Elle est l'instrument de la rationalité de la rhétorique aristotélicienne. Son discours rhétorique est un discours logique, ou du moins, un discours fondé sur la logique, laquelle consiste dans le concept de *logos*. Le *logos* signifie à la fois la pensée et le langage, la parole et la raison, ou encore les idées et les mots. Aristote garantit la rationalité à l'art de persuader en le fondant par la logique et précisément sur la méthode syllogistique. La syllogistique est la partie de la logique relative au syllogisme. Il s'agit de la logique formelle dont il est l'inventeur. Elle est, par définition, la partie de la logique qui donne des règles de raisonnement indépendantes du contenu des pensées sur lesquelles on raisonne. Selon Aristote (2014, 100a25-29), un syllogisme (*syllogismos*) ou « raisonnement déductif est une formule d'argumentation dans laquelle, certaines choses étant posées, une chose distincte de celles qui ont été posées s'ensuit nécessairement, par la vertu même de ce qui a été posé ». Il s'agit d'un raisonnement déductif dans lequel deux propositions ou prémisses (majeure, mineure) étant posées, on en tire une troisième (conclusion). L'exemple de référence est le suivant : "Tous les hommes sont mortels ; or, Socrate est un homme ; donc Socrate est mortel". Cet exemple reflète bien le caractère dialectico-scientifique. Il répond à la logique aristotélicienne, comprise comme une démonstration qui s'appuie, en dernière instance, sur des prémisses vraies, premières, immédiates, indémonstrables, mieux connues que la conclusion et antérieures à elle.

Chez le fondateur du Lycée, la logique, de par sa puissance de démontrer, est gage de crédibilité, de garantie de scientificité. C'est en elle qu'il loge la véracité du discours rhétorique. Étant un moyen de démonstration, c'est la logique qui confère à toute connaissance son caractère scientifique. Car « connaître scientifiquement c'est savoir par démonstration », dit Aristote (2014, 71b15-20). C'est dans ce sens que la logique peut être définie comme la science dont l'objet

est de déterminer les règles de la pensée par lesquelles on peut atteindre (ou tendre à) la vérité. C'est dire qu'avec la logique, la conclusion à laquelle aboutit le rhéteur aristotélicien, même si elle est considérée comme une vraisemblance, s'éloigne tout de même de la fausseté, de la tromperie, et donc, de la sophistique.

En plus du *logos*, le moyen rationnel, lieu de la logique, le Stagirite reconnaît que, pour persuader, il se présente parfois la nécessité des moyens affectifs définis dans les concepts de *pathos* et *ethos*. Le *pathos* consiste dans la capacité de l'orateur à amener l'auditoire « à éprouver une passion » (Aristote, 2014, 1356a15). Le *pathos* désigne le moyen par lequel l'orateur met l'auditoire (un public, une assemblée, un juge, etc.) dans une disposition qui lui soit favorable, qui concourt à la réceptivité et à l'acceptation de ses dires. Si donc le *logos* concerne l'argumentation à proprement dite, le *pathos* concerne directement l'auditoire, c'est-à-dire que sa force persuasive se joue en dehors de l'argumentation.

En outre, la recevabilité du discours dépend aussi fortement du caractère de l'orateur qui consiste dans l'*ethos*. À son sujet, Aristote (2014, 1356a5) affirme : « Il y a persuasion par le caractère quand le discours est ainsi fait qu'il rend celui qui parle digne de foi ». Pour ce faire, l'orateur doit, par l'entremise de son discours, se présenter lui-même comme une personne honnête, et donc, digne de confiance. Le sens de l'*ethos*, chez Aristote, qui veut dire bonnes habitudes, renferme trois qualités qui permettent à l'orateur d'être digne de foi aux yeux de ses auditeurs.

Ce sont : la prudence, la vertu et la bienveillance. Car si les orateurs connaissent des déceptions dans leurs efforts pour défendre une position ou donner des conseils, c'est faute de ces trois qualités, soit de l'une d'elles (...). Il n'y a pas d'autres cas en dehors de ceux-là. Force est donc que celui qui paraît pourvu de toutes ces qualités reçoive la confiance des auditeurs (Aristote, 2014, 1378a5-20).

La prudence, la vertu et la bienveillance sont les qualités qui doivent transparaître de l'orateur, de son discours, comme preuves de son caractère moral, crédible, sincère, voire humain. Il s'agit de l'image que l'orateur donne de lui-même auprès de l'auditoire. Celui-ci doit se montrer honnête, bien disposé, compétent et, selon les cas, sévère ou bienveillant, agressif ou conciliant, austère ou amusant.

En fait, ce qu'il faut s'efforcer à comprendre – parce que difficilement défendable dans cette théorie aristotélicienne de l'*ethos* oratoire -, c'est la capacité de l'orateur, non à tromper, mais à s'adapter à son auditoire en essayant, du point de vue de la morale, d'imaginer aussi fidèlement que possible sa vision des choses. C'est à cette condition, qu'au-delà de son argumentation, il peut se faire accepter sinon faire accepter son message, son dire. Le fait est qu'il est difficile pour une personne d'adhérer à une vérité qui choque, par exemple, ses mœurs. On se laisse plus facilement persuader par un homme dont la probité est connue, ou du moins, dont la probité s'affiche ou transparaît (de son discours ou de sa tenue et même de sa gestuelle).

Au demeurant, il importe de souligner que l'*ethos* est le moyen qui donne à la rhétorique d'être une pratique éthique. Il désigne l'aptitude de l'orateur à se conformer aux mœurs de son auditoire, à se concilier avec ses valeurs. En fait, le terme éthique est dérivé de *ethos* qui signifie le caractère habituel, c'est-à-dire les mœurs. Cela fait de l'éthique l'équivalent étymologique du terme d'origine latine « morale ». Rappelons que le sens de l'*ethos* chez Aristote, qui veut dire bonnes habitudes, renferme trois qualités qui permettent à l'orateur d'être digne de foi aux yeux de ses auditeurs : la prudence, la vertu et la bienveillance.

Concernant la prudence, Aristote (2014, 1366b20-25) la définit comme suit : « La prudence est une vertu de l'esprit qui fait qu'on a la capacité de bien délibérer – en vue du bonheur - sur les biens et les maux dont il a été question ». La prudence fait du rhéteur aristotélicien un orateur qui est capable de délibérer dans le sens du bien, du bon, du meilleur. Les prudents sont, selon Aristote (2014, 140b), ceux qui « possèdent la faculté d'apercevoir ce qui est bon pour eux-mêmes et ce qui est bon pour l'homme en général ». L'art de persuader ou influencer, qui fait corps avec cette prudence, est une pratique éthique qui doit rechercher l'intérêt général. Ainsi, la vertu et la bienveillance, associées à la prudence, caractérisent l'éthicité de l'orateur aristotélicien. Même si ces qualités ne sont pas une garantie absolue de l'honnêteté de l'orateur, il n'en demeure pas moins que celui qui les possède est susceptible d'être de bonne moralité plus que celui qui ne les affiche aucunement. « Il est absurde que soient dignes de foi les discours de quelqu'un qui n'est pas lui-même digne de foi », dit Aristote (2014, 1415a25).

Dans la perspective aristotélicienne, « la rhétorique, synonyme d'argumentation, se confond ainsi avec une logique des valeurs et avec un exercice de la raison pratique qui possède une dimension éthique aussi bien que sociale » (R. Amosy, 2021, p. 5). Toute entreprise de persuasion qui fait fi de cette exigence éthique est condamnée par le maître du Lycée. Il pense que celui « qui en fait juste usage peut rendre les plus grands services, [celui] qui s'en sert injustement peut causer les plus grands torts » (Aristote, 2014, 1355b5-10). Dans cette mesure, certains influenceurs autoproclamés sur les réseaux sociaux, à l'instar des sophistes qui ont fait un usage immoral et fallacieux de l'art de persuader ou d'influencer, doivent être condamnés.

### **Conclusion**

La présente analyse est essentiellement une dénonciation du phénomène des influenceurs autoproclamés sur les réseaux sociaux et son cortège de conséquences désastreuses pour les sociétés africaines, et notamment, pour la jeunesse. Elle ne condamne pas, en bloc, tous ceux qui se disent influenceurs, ni n'ignore le véritable sens et l'éthicité de l'influence ou de l'acte d'influencer. C'est justement pour mettre cela en évidence qu'elle convoque Aristote pour attirer l'attention sur la noblesse de l'influence, sur son enjeu sociopolitique, mais surtout sur son exigence morale, et donc, éthique. Cette nature de l'influence et de son mécanisme est théorisée par le Stagirite autour des concepts de *logos*, de *pathos* et d'*ethos*. Contrairement à cette conception aristotélicienne de l'influence, des acteurs des réseaux sociaux, qui font rimer influence et perversité, sont condamnables au même titre que les sophistes dans la Grèce antique que Platon et Aristote ont condamnés. Dans leurs pratiques exclusivement orientées vers la recherche du profit, ces acteurs, à l'instar des sophistes, accordent la priorité à la visibilité, à la forte audience, à la notoriété, à la popularité, si bien que la morale, la vérité, la dignité, bref les valeurs sociales, sont reléguées à un rang secondaire.

On ne le dira pas assez, leurs agissements sont lourds d'inconvénients sur la jeunesse. Le gain facilité, l'enrichissement rapide, les scandales de tous genres, le verbalisme grossier, l'arrogance, l'exhibitionnisme sont quelques maux causés ou amplifiés par le phénomène d'influenceurs autoproclamés. Au



lieu d'être des références positives, des modèles, des éducateurs dans les sociétés africaines ontologiquement et fièrement attachées aux valeurs sociales, de tels acteurs sont plutôt un poison qui gangrène la jeunesse africaine. Le danger que Platon et Aristote ont perçu dans la pratique des sophistes de leur époque doit interpeller face à ce phénomène des influenceurs autoproclamés sur les réseaux sociaux. Et la conception aristotélicienne de l'influence ou de l'acte d'influencer peut aider à recadrer cette réalité. Le fondateur du Lycée, en montrant la méthode par laquelle l'on peut facilement persuader, met au cœur de celle-ci le souci de la morale, de l'éthique. La réhabilitation de l'art de persuader ou d'influencer par le discours, opérée par Aristote, l'a fortement été sur la base de la morale, de l'éthique. Et c'est à travers l'*ethos*, le moyen de persuasion par le caractère moral de l'orateur, que le Stagirite expose l'éthicité de cette discipline. Dans le domaine de la politique, l'éthicité de la rhétorique se manifeste dans l'engagement du rhéteur à rechercher les valeurs du bien-vivre-ensemble, de bien-être commun.

### **Références bibliographiques**

AMOSSY Ruth, 2021, *L'argumentation dans le discours*, Paris, Armand Colin.

ARISTOTE, 2014, *Éthique à Nicomaque*, trad. Richard BODÉÛS in *Œuvres Complètes*, sous la direction de Pierre PELLEGRIN, Paris, Éditions Flammarion, p. 1975-2226.

ARISTOTE, 2014, *Les Politiques*, trad. Pierre PELLEGRIN, in *Œuvres Complètes*, sous la direction de Pierre Pellegrin, Éditions Flammarion, Paris, p. 2321-2536.

ARISTOTE, 2014, *Les Réfutations sophistiques*, trad. Myriam Hecquet-Devienne in *Œuvres Complètes*, sous la direction de Pierre Pellegrin, Paris, Éditions Flammarion, p. 453-506.

ARISTOTE, 2014, *Rhétorique*, trad. Pierre CHIRON, in *Œuvres Complètes*, sous la direction de Pierre Pellegrin, Paris, Éditions Flammarion, p. 2599-2757.

ARISTOTE, 2014, *Seconds Analytiques*, trad. Pierre PELLEGRIN, in *Œuvres Complètes*, sous la direction de Pierre PELLEGRIN, Paris, Éditions Flammarion, p. 211-293.

ARISTOTE, 2014, *Topiques*, trad. Jacques BRUNSCHWIG in *Œuvres Complètes*, sous la direction de Pierre PELLEGRIN, Paris, Éditions Flammarion, 2014, p. 295-452.

BRÉHIER Émile, 1981, *Histoire de la philosophie*, Tome I, Antiquité et Moyen Âge, Paris, P.U.F.

CASSIN Barbara, 2009, *L'effet sophistique*, Paris, Éditions Gallimard.

GORGAS, 2009, « *L'Éloge d'Hélène* », trad. Marie-Laurence Desclos, in *Les sophistes*, (tome I, *De Protagoras à Critias*), trad. sous la direction de Jean-François Pradeau, Paris, Flammarion, p. 137-142.

MICHEL Meyer, 2014, « Introduction », in *Rhétorique* (d'Aristote) trad. revue par Patricia Vanhemelryck, Paris, Librairie Générale Française, 2014, p. 9-38.

PLATON, 2011, *Gorgias*, trad. Monique CANTO-SPERBER, in *Œuvres complètes*, trad. sous la direction de Luc Brisson, Paris, Flammarion, p. 415-509.

PLATON, 2011, *Protagoras*, trad. Frédérique Il DEFONSE, in *Œuvres complètes*, trad. sous la direction de Luc BRISSON, Paris, Flammarion, p. 1435-1480.

PRADEAU Jean-François, 2006, « Introduction » in *Les sophistes*, tome I, *De Protagoras à Critias*), trad. sous la direction de Jean-François PRADEAU, Paris, Flammarion, 2009.

PROTAGORAS, 2009, « *La vérité* », trad. Mauro BONAZZI, in *Les sophistes*, (tome I, *De Protagoras à Critias*, trad. sous la direction de Jean-François PRADEAU, Paris, Flammarion, p. 69-75.

REBOUL Olivier, 1991, *Introduction à la rhétorique*, Paris, P.U.F.

ROMILLY Jacqueline De, 2012, *Les Grands Sophistes dans l'Athènes de Périclès*, Paris, Librairie Générale Française.

SHAROT Tali, 2018, *Comment on nous influence. Les méthodes de persuasion qui impactent notre cerveau*, Paris, Marabout.

YÉO Kolotioloma Nicolas, 2020, *De la morale dans la sophistique*, Nouvelles Éditions Balafons.