

De l'appropriation et usages des réseaux sociaux numériques par les organisations de gouvernance locale et les populations de la région ivoirienne du « Béré ».

Communication en Question

www.comenquestion.com

n° 16, Novembre / Décembre 2022

ISSN : 2306 - 5184

De l'appropriation et usages des réseaux sociaux numériques par les organisations de gouvernance locale et les populations de la région ivoirienne du « Béré ».

From the appropriation and uses of social-digital networks by local governance organizations and populations of the Ivorian region of « Béré ».

134

YOBOUE Kouame Wiliam

Enseignant-chercheur
ISTC Polytechnique (Côte d'Ivoire)
Email : wiliam.yoboue@gmail.com

AHOUMAN Zahoua Roland

Enseignant chercheur
Université Virtuelle de Côte d'Ivoire (UVCI)
Email : roland5.ahouman@uvci.edu.ci

KIRIOUA Adjé César

Enseignant-chercheur
ISTC Polytechnique (Côte d'Ivoire)
Email : doncesaradje@gmail.com

Résumé :

Les élus locaux de la région du Béré ont opté pour une présence sur les réseaux sociaux dans le but de se rapprocher de leurs populations. À travers cette étude, nous analysons les avantages que le Conseil Régional du Béré gagne en communiquant sur les réseaux sociaux. Grâce aux théories de l'échange social et de la norme de réciprocité (Blau, 1964 ; Gouldner, 1960), puis à la théorie des réseaux sociaux comme cadres de référence, nous avons analysé les relations entre les responsables de la région du Béré, les valeurs organisationnelles et les comportements de mobilisation des populations ; puis montré ensuite, les bénéfices retirés du réseau social dans lequel sont insérés les parties. Les résultats de l'enquête indiquent que le Béré est présent sur trois (03) réseaux sociaux numériques : Facebook, Twitter et Instagram. Cependant, en raison de plusieurs problèmes (contenus pauvres, manque d'équipements et mauvaise connexion), ces réseaux n'attirent pas l'attention des populations.

Mots-clés : Communication ; Impact ; Réseaux sociaux numériques ; Région du Béré, Côte d'Ivoire.

Abstract

The Elected local politicians or officials of Béré region have made a choice for a presence on social networks to get closer to their populations. Through this study, we analyse the advantages that the Regional Council of Béré gains by communicating on social networks. Thanks to the theories of social exchange and the norm of reciprocity (Blau, 1964; Gouldner, 1960), then to the theory of social networks (Merklé, 2003-2004) as frames of reference, we have analysed the relationships between leaders of the Béré region, organizational values and behaviours for mobilizing populations; then shown, the benefits derived from the social network in which the parties are inserted. The results of the survey indicate that Béré is present on three (03) digital social networks: Facebook, Twitter and Instagram. But due to several problems (poor content, lack of equipment and poor connection), these networks did not attract people's attention.

Keywords: Communication; Impact; Social Media; Region of Béré; Côte d'Ivoire.

Introduction

Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) ont fait muter peu à peu la société actuelle de manière spectaculaire en démultipliant la capacité des hommes à s'instruire, à s'informer, à se divertir ou à communiquer (OCDE, 2004). Elles ont permis d'abolir la notion de distance et de frontière entre les hommes. De plus, l'accès à Internet haut débit et à moindre coût s'est largement démocratisé, particulièrement dans les pays développés, mais envahit les pays en développement. Selon le rapport de Internet Digital (2022), les utilisateurs d'Internet ont augmenté de 3,7 % au cours des 12 derniers mois, atteignant ainsi 5,03 milliards en juillet 2022 par rapport aux chiffres de 2020 estimé à 4,5 milliards d'utilisateurs (Kemp, 2022). Les TIC ont favorisé la naissance du Web 2.0 formalisé et popularisé par Tim O'Reilly avec la vulgarisation des réseaux sociaux (Kepeklian, 2013). Le nombre de personnes qui utilisent les réseaux sociaux aujourd'hui ont franchi la barre des 4,7 milliards d'utilisateurs, soit 59 % de la population mondiale, à savoir : 45,7 % de femmes et 54,3 % d'hommes (Chenevoy, 2022).

136

Les réseaux sociaux sont considérés aujourd'hui comme un puissant moyen de communication permettant aux individus et aux groupes d'individus d'établir des relations interpersonnelles, intercommunautaires, nationales et internationales. L'influence de ce support de communication tend à bouleverser le fonctionnement de presque tous les milieux d'activités, que ce soit en politique, en communication, en économie, pour le développement personnel et dans la vie sociale. Ces nouveaux moyens ou canaux de communication induisent l'échange, la participation, l'interaction, le partage et le renforcement des liens et relations sociales. Les internautes ne sont plus de simples lecteurs des contenus publiés sur Internet ou des spectateurs mais ils ont désormais la possibilité de rédiger et commenter les postes sur ces réseaux sociaux. Donc, la communication sur le web à travers les réseaux sociaux numérique n'est plus descendante, mais se crée autour d'un échange entre l'internaute et l'organisme émetteur. Les réseaux sociaux apparaissent comme l'une des technologies les plus avancées utilisées pour la communication, l'échange d'informations, l'éducation et le divertissement. Les entreprises ont rapidement

adopté ces nouveaux instruments de communication ainsi que les collectivités territoriales. Les réseaux sociaux connaissent une ascension partout à telle enseigne que les élus locaux du Béré ont décidé d'être présent sur les réseaux sociaux dans le but de se rapprocher de leurs populations, mais au-delà de fait, la région du Béré et ses élus locaux veulent se faire une visibilité par rapport à leurs partenaires qui les accompagnent et surtout à leur partie politique afin de communiquer autour de leurs actions de développement et leurs activités quotidiennes.

À l'instar de certains pays d'Europe où la présence des collectivités territoriales sur les réseaux est d'actualité depuis plusieurs années (Barabel, Mayol, & Meier, 2010), en Côte d'Ivoire, nombreuses sont les collectivités territoriales qui ont compris l'importance pour une commune ou une région d'être sur les réseaux sociaux ces derniers temps. C'est le cas de quelques régions du nord de la Côte d'Ivoire (Dagnogo, 2018) et en particulier de la région du Béré, objet de notre étude.

Cette présence du Béré sur les réseaux sociaux est une volonté des dirigeants de la région dans l'optique de se rapprocher des filles et fils de la région à travers la création de contenus à titre informationnel (ex: Conseil Régional du Béré - officiel). Mais, après plusieurs années de présence sur les réseaux sociaux, il est bon de se demander si la présence du Béré sur ces réseaux est bénéfique pour les populations de cette région et en mesurer l'impact de cette présence.

Quelles sont précisément les formes d'appropriation et usages des réseaux sociaux des organisations de gouvernance locale et les populations ivoiriennes de la région du « Béré » ? Pour appréhender ces formes d'appropriations, nous nous sommes posés les questions secondaires suivantes :

- Quels sont les bénéfices ou retombés de cette présence du Béré sur ces réseaux sociaux numériques pour les deux parties (Conseil Régional et Populations locales) ?
- Quelles sont les attitudes et opinions des populations par rapport à la présence du Béré sur les réseaux sociaux ?

Cette étude est organisée autour des quatre grands points: une introduction, un positionnement théorique, une méthodologie, une présentation et discussion des résultats.

1.- Positionnement théorique

Les théories convoquées pour cette étude ont été principalement la théorie de l'échange social et de la norme de réciprocité (Blau, 1964 ; Gouldner, 1960) comme cadres de référence pour analyser les relations entre les responsables du Béré, les valeurs organisationnelles et les comportements de mobilisation des populations. Ensuite, la théorie des réseaux sociaux (Merkle, 2003), comme second cadre de référence montre que les bénéfices retirés d'un réseau social varient en fonction de la structure des relations dans laquelle l'individu est inséré. La théorie des réseaux sociaux nous permet de comprendre comment fonctionnent les réseaux et selon quels processus ils profitent aux populations (Merckle, 2004 ; Lazega, 1995). Convoquant Barnes, l'un des pères de la notion des réseaux sociaux, Merkle (2003) soutient que tous les individus peuvent être indirectement reliés entre eux par une chaîne qui ne comprend vraisemblablement pas plus de quatre relations d'interconnaissance (Degenne et Forsé, 1994) ; d'autre part, il constate que le plus souvent, les relations dans ces réseaux sont « transitives », ce qui signifie que lorsqu'un individu A a une relation avec un individu B et avec un individu C, il est plus probable que B et C soient aussi en relation Heider (1946).

Pour mieux étayer sa conception sur les Réseaux sociaux Numériques (RSN), il affirme encore que :

« Chaque individu a un certain nombre d'amis, et ces amis ont leurs propres amis ; certains de ses amis se connaissent les uns les autres, et d'autres non. Il me semble approprié de parler de réseau pour désigner cette sphère sociale. L'image que j'ai en tête est celle d'un ensemble de points qui sont reliés par des lignes. Les points de cette image sont des individus, ou parfois des groupes, et les lignes indiquent quelles sont les personnes qui interagissent les unes avec les autres. »

(Merkle, 2013)

Notre objectif, en convoquant et utilisant cette théorie dans notre recherche était de montrer comment à partir de ce puissant moyen de communication le Béré pouvait fédérer sa communauté pour mieux la diriger.

2.- Méthodologie

La méthodologie de recherche de cette étude convoque à la fois l'enquête par questionnaire et l'enquête par guide d'entretien. Les études ont été menées dans la région du Béré du 10 Juillet au 30 Septembre 2022. La région a été retenue comme champ d'étude parce ces derniers temps, de nombreuses collectivités décentralisées ont commencé à investir les réseaux sociaux numériques pour la promotion de leurs activités (Dagnogo, 2018) et mené des activités de communications par rapport à la présentation de leurs actions de développement réalisées afin de susciter l'intérêt des populations ou administrés.

Concernant, l'enquête par questionnaire, un échantillon de 150 individus a été sélectionné. Ce sont entre autres, 66 élèves et étudiants, 27 employés, 45 cadres et enfin 12 chômeurs enquêtés parmi les populations de la région du Béré. Toutes ces populations sont issues de trois (03) départements que compte la région du Béré, en l'occurrence le département de Mankono, le département de Dianra et le département de Kounahiri.

Les points développés dans le questionnaire ont concerné :

- L'état des lieux de la présence du Béré sur les réseaux sociaux,
- Les caractéristiques de l'échantillon de la population du Béré sur les réseaux sociaux,
- La mesure des intérêts et satisfactions de cette présence du Béré sur les réseaux sociaux numériques,
- La satisfaction de la communication du Béré.

Les participants à l'enquête appartiennent à différentes catégories sociales professionnelles susceptibles d'éclairer l'objet. Les techniques d'échantillonnage retenues dans le cadre de ce travail sont les suivantes : la technique aléatoire stratifiée et l'échantillon typique. Pour l'enquête par guide d'entretien, deux (02)

De l'appropriation et usages des réseaux sociaux numériques par les organisations de gouvernance locale et les populations de la région ivoirienne du « Béré ».

responsables en charge de la communication au Conseil Régional du Béré et six (06) en charge des mairies des localités de cette région ont été interrogés. Les différents entretiens se sont déroulés dans la période du 15 au 20 Aout 2022, et nous avons opté pour une interview semi-dirigée dans le cadre de notre étude.

Les thématiques abordées ont été :

- Les missions de la structure,
- Les objectifs de la mission sur les médias sociaux,
- Le choix de la stratégie de communication en ligne.

3.- Présentation des résultats

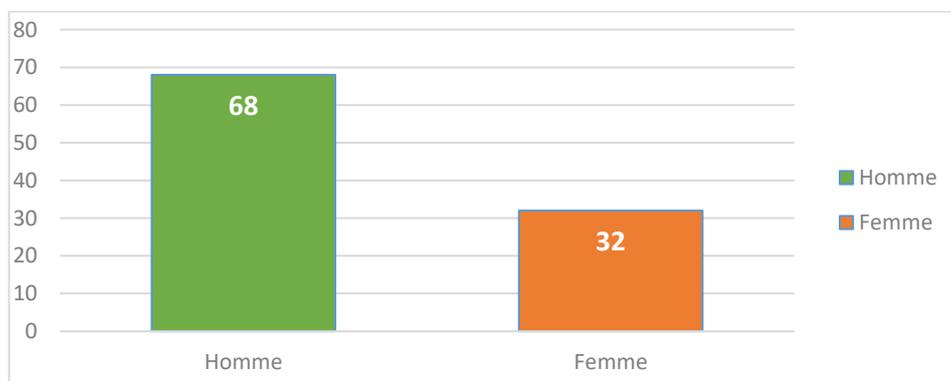
Dans cette section, nous présentons les résultats de notre étude structurée en trois sous-sections distinctes. D'abord, la présence des organisations locales sur les réseaux sociaux numériques et leurs usages. Ensuite, les caractéristiques liées au statut, à l'abonnement aux réseaux sociaux, y compris leurs connaissances et usages par les différentes populations des départements de la région du Béré. Et enfin, la mesure des intérêts et satisfactions de cette présence du Béré sur les réseaux sociaux numériques.

140

3.1.- Identification des populations de la région du Béré

3 .1.1. Genre

Graphique 1. Répartition des enquêtés selon le sexe



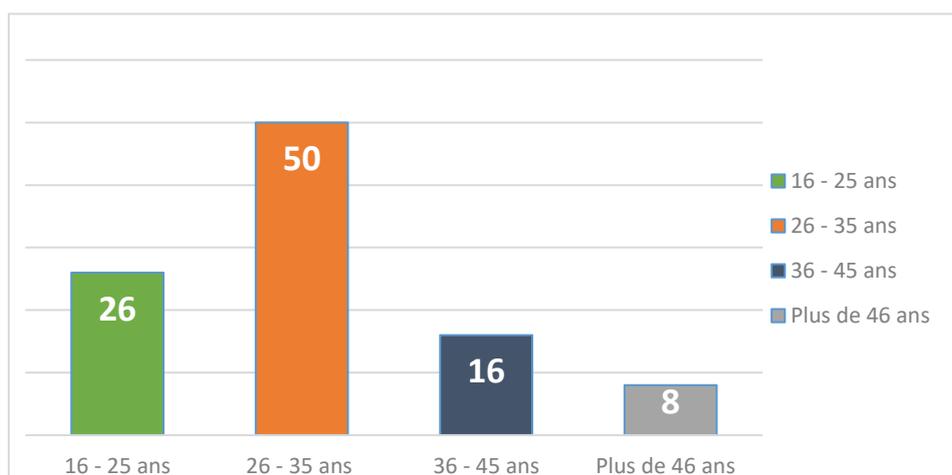
Source : Données de l'étude

Sur 150 personnes ayant donné suite à notre enquête par questionnaire, nous notons que 102 répondants sont de sexe masculin et 48 de sexe féminin, soit 68% contre 32% des interviewés. Cela montre que la question de l'impact de la présence du Béré sur les réseaux sociaux intéresse plus les hommes que les femmes. Très peu de femmes ont répondu aux questions et donc ces nombreuses femmes ne s'intéressent pas véritablement aux affaires de la cité au moment où plusieurs d'entre elles revendiquent leur place avec le courant féministe grandissant.

3.1.2.- Tranche d'âge

La tranche d'âge comprise entre 26 et 35 ans domine à travers les interviewés. Elle représente 50% des répondants mais aussi des populations enquêtées. Elle est suivie par les répondants ayant entre 16 et 25 ans qui sont 26%. Les répondants dont l'âge se situe entre 36 et 45 ans représentent 16 % et enfin 8% des répondants ont plus de 46 ans. Ces résultats montrent l'intérêt que ces personnes portent pour leur région. Au regard des âges des différents répondants, le tableau 2 montre que les répondants sont des habitués ou familiers aux réseaux sociaux. Ces répondants sont communément appelés les digital natives.

Graphique 2. Répartition des enquêtés selon la tranche d'âge



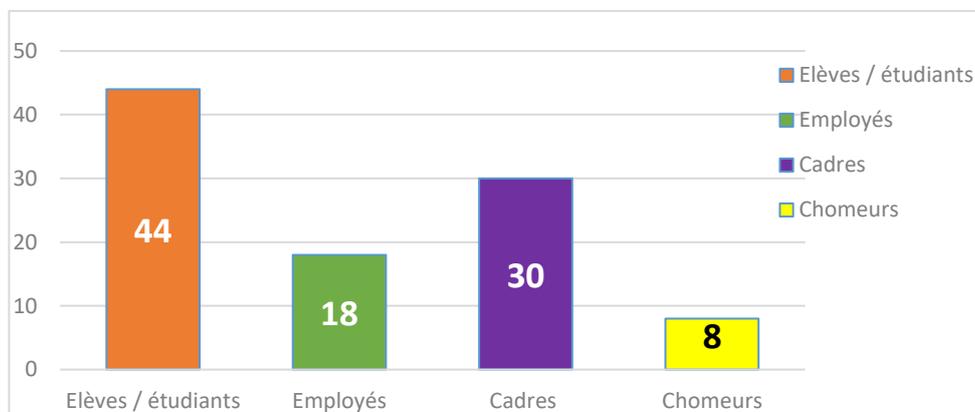
Source : Données de l'étude

De l'appropriation et usages des réseaux sociaux numériques par les organisations de gouvernance locale et les populations de la région ivoirienne du « Béré ».

3.1.3.- Profession

Le statut socio-professionnel des répondants se présente comme suit : 44% des personnes interrogées sont des élèves et des étudiants, 30 % sont des cadres, 18% sont des employés et 8% sont des sans-emplois ou chômeurs. Les élèves et étudiants dominent largement au niveau des tendances. Ils sont suivis par les cadres. Cela suppose qu'ils sont plus ou moins une bonne culture numérique.

Graphique 3. Répartition des enquêtés selon la profession



142

Source : Données de l'étude

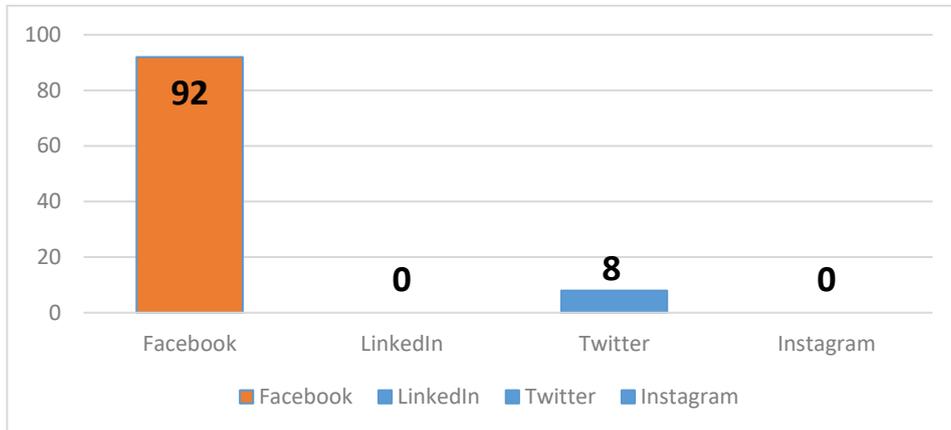
3.2.- Présence sur les réseaux sociaux numériques (RSN)

3.2.1.- Présence des populations du Conseil Général sur les réseaux sociaux numériques (RSN)

Les données montrent que la plupart des populations du Conseil général sont présentes sur les plateformes de participation. En effet, 92% des interviewés au niveau du conseil régional sont présents sur le réseau social « Facebook » contre 8% sur « Twitter ». Et pourtant, les services de communication ont annoncé leur présence sur plusieurs réseaux sociaux. Les répondants n'ont marqué ou signalé leur présence sur les réseaux sociaux numériques tels que « LinkedIn et Instagram ». Au regard de ces pourcentages, nous constatons que la présence de la région du Béré sur les réseaux sociaux est bien faible et méconnue de ses administrés. Le réseau social Facebook reste plus attractif que tous les autres réseaux

existants. Cela montre qu'il n'y a pas de véritable interaction entre le conseil régional du Béré et ses administrés.

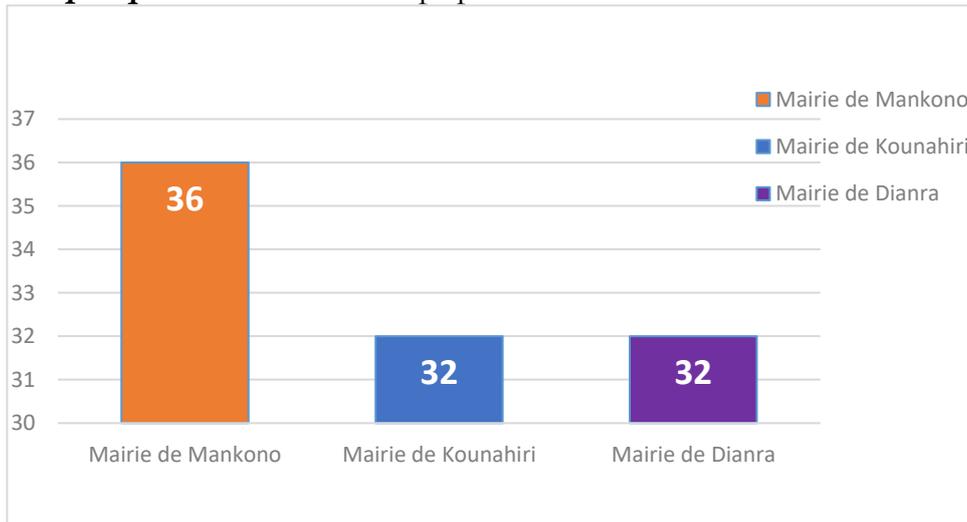
Graphique 4. Présence des populations du Conseil régional sur les RSN



Source : Données de l'étude

3.2.2.- Présence des populations des mairies sur les réseaux sociaux numériques (RSN)

Graphique 4. Présence des populations des mairies sur les RSN



Source : Données de l'étude

En ce qui concerne la présence des mairies sur les réseaux sociaux, les enquêtés qui ont signalé leur présence dans la région restent plutôt significative avec 36% issus du département de

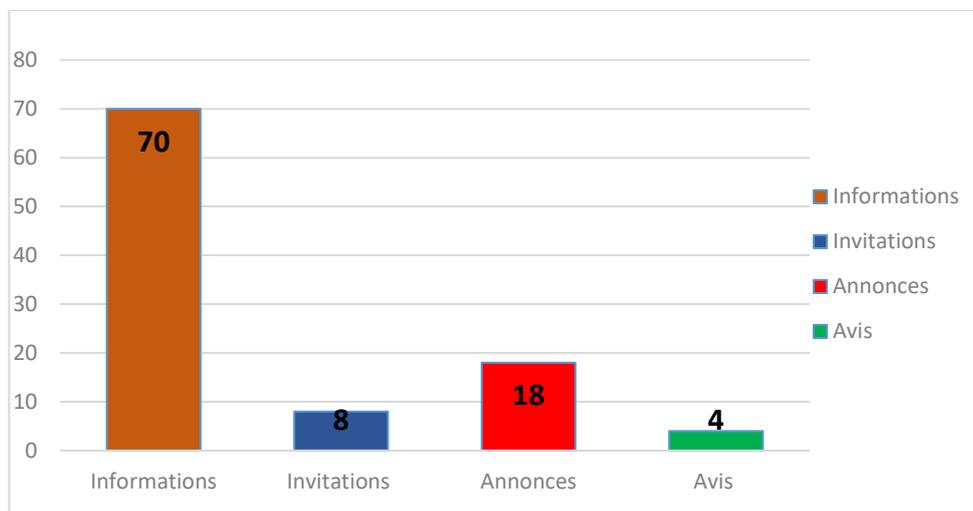
De l'appropriation et usages des réseaux sociaux numériques par les organisations de gouvernance locale et les populations de la région ivoirienne du « Béré ».

Mankono, 32% originaire du département de Kounahiri et 32% également originaires du département de Dianra. Cela montre qu'il n'y a pas de véritable interaction entre le conseil régional du Béré et ses administrés.

3.3.- Usages des RSN

3.3.1.- Typologie des contenus publiés

Graphique 5. Typologie des contenus publiés sur les RSN



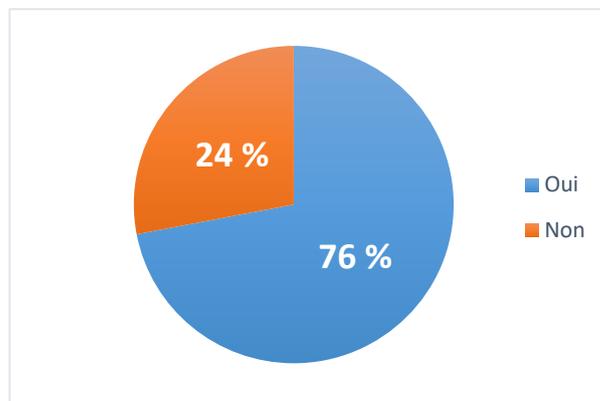
Source : Données de l'étude

En ce qui concerne les publications faites par les populations sur les plateformes digitales du Béré. Nous remarquons que 70% de ces publications sont d'ordre informationnel, 18% sont des annonces ensuite les invitations et avis viennent en dernière position. L'on peut dire que les contenus créés par dialoguer entre le conseil et ses populations sont majoritairement informationnel et montre une absence d'interactions efficace entre les autorités et les administrés.

3.3.2.- Usages des réseaux sociaux numériques par les populations

Au regard de la population interviewée, seulement 24% des personnes interrogées utilisent les réseaux sociaux du conseil du Béré. Nous supposons que toutes ces personnes (76%) qui n'utilisent pas les plateformes digitales de la région, ne le font par un manque d'intérêt dû au fait des contenus peu intéressants publiés sur les plateformes ou par manque d'information sur l'existence de ces dernières.

Graphique 6. Répartition des enquêtés selon l'usage des RSN



Source : Données de l'étude

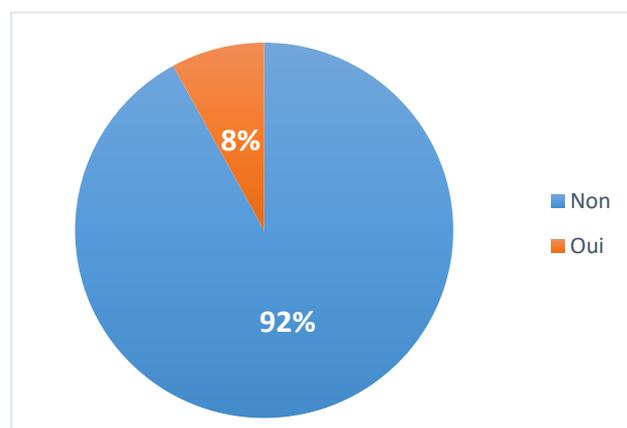
3.2.3.- Abonnement

Les résultats montrent que le pourcentage (8%) des personnes qui sont abonnées aux plateformes digitales de la région est très faible par rapport aux non-abonnés. Ainsi, 92% des interviewés consultent tout simplement de façon occasionnelle les postes ou informations relative au Conseil Régional du Béré sur les réseaux sociaux mais n'ont jamais pris le temps d'activer la cloche de notification pour un abonnement. Cela montre le peu d'intérêt que ces populations ont pour ces informations diffusées sur les RSN. Au total, nous pouvons affirmer que la présence de la région du Béré sur les réseaux sociaux est peu connue de ses administrés. De ce fait, il est nécessaire de faire encore des efforts pour améliorer

De l'appropriation et usages des réseaux sociaux numériques par les organisations de gouvernance locale et les populations de la région ivoirienne du « Béré ».

le taux d'engagement et les interactions numériques avec les populations.

Graphique 8. Répartition des enquêtés selon l'abonnement sur les RSN



Source : Données de l'étude

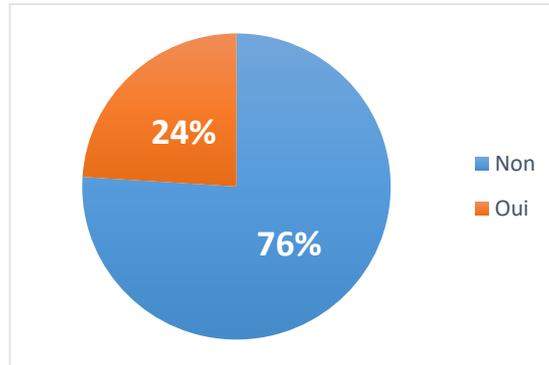
3.4.- Mesure des intérêts et satisfactions de cette présence du Béré sur les réseaux sociaux numériques

Nombreuses sont les échelles qui permettent de structurer les opinions entre elles et d'évaluer la position des sujets ou enquêtés (Demeuse et Henry, 2004). Ainsi, les attitudes et opinions des populations de la région du Béré ont été soumises à évaluation.

3.4.1.- Nature des interactions des populations

Les données recueillies indiquent que 76% des enquêtés affirment réagir aux contenus du compte Facebook du Conseil Régional du Béré. Cependant, 24% déclarent ne pas réagir. Le pourcentage des personnes qui réagissent aux publications du Conseil Région est plus élevé par rapport à celui des personnes qui ne réagissent pas. Les résultats sont contradictoires aux statistiques de départ qui sont apparus dans le tableau ci-dessus où y avait peu d'interaction entre le conseil régional du Béré et ses administrés. Les populations veulent montrer qu'elles suivent les actions de leur région sur les réseaux sociaux numériques or les statistiques ne trompent pas.

Graphique 9. Interventions sur les RSN

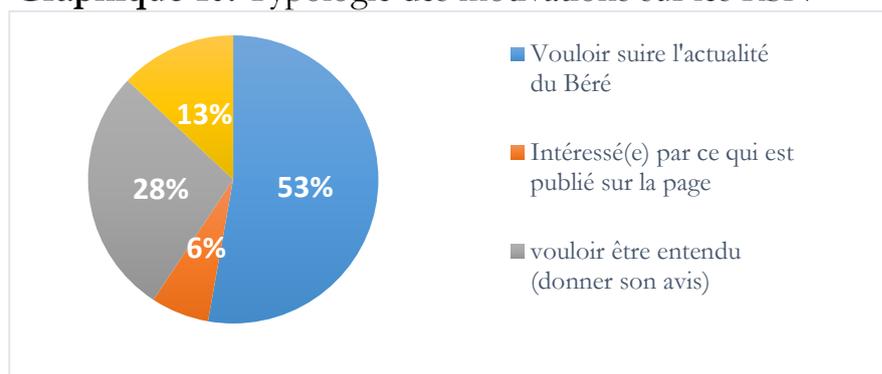


Source : Données de l'étude

3.4.2.- Motivations

Les données recueillies montrent que les réelles motivations qui poussent les populations à suivre le Conseil Régional du Béré sur les réseaux sociaux. 53% de la population interrogée affirment suivre évidemment les comptes du Béré pour une question d'actualité, 6% déclarent être intéressés par ce qui est publié sur la page en termes de contenus, 28% soutiennent suivre les différents comptes du Béré en vue d'être entendu (donner leur avis) et 13% de nos enquêtés souhaitent créer une relation de proximité avec le Conseil Régional. La majorité des personnes interrogées suivent les comptes du Béré en vue d'être au parfum de l'actualité de la région.

Graphique 10. Typologie des motivations sur les RSN



Source : Données de l'étude

De l'appropriation et usages des réseaux sociaux numériques par les organisations de gouvernance locale et les populations de la région ivoirienne du « Béré ».

4.- Discussion

Les résultats ci-dessus présentés, donnent une cartographie de la présence du Béré sur les réseaux sociaux numériques. Aujourd'hui, les réseaux sociaux sont des puissants moyens ou canaux de communication pour plusieurs entreprises et certaines collectivités décentralisées. Cinq catégories d'usage ont été répertoriées de façon générale chez les élus locaux : l'usage de contact, l'usage fonctionnel, l'usage de la présentation de soi, l'usage de la promotion territoriale et l'usage de la gestion de crise (Bourgeau, 2022 ; Zumofen et Mabillard, 2021). Malheureusement, il convient de noter que le Béré fait face à de nombreux défis.

4.1.- Problème de couverture réseau internet

Notre entretien avec le chef de service communication de la région du Béré, nous a permis de constater que certaines localités de la région ne disposent pas de connexion Internet. Cela est un grand handicap pour ces localités qui ne peuvent par conséquent pas interagir à leur aise avec les autorités administratives de la région. Ce manque de connexion internet dans ces localités trouvent leurs origines dans les difficultés d'alimentation en électricité dans ces régions (Kouadio, 2021). En effet, l'électricité constitue un préalable à l'utilisation convenable des ordinateurs ou des smartphones. Cependant, certaines localités de la région restent pour l'heure, sans électricité. On pourrait parler de « fracture électrique et fracture numérique » (Loukou, 2015).

4.2.- Manque de promotion et de visibilité de Twitter et Instagram

Les résultats ont montré que la plupart des enquêtés connaissent principalement le réseau social Facebook. C'est le Web social le plus utilisé par ces populations de cette région. En plus de Facebook, la région du Béré est également présente sur les réseaux sociaux numériques Instagram et Twitter. On constate donc que cette présence est méconnue par l'ensemble de cette population. Cela pourrait être motivé par un problème d'information et de vulgarisation de ces plateformes auprès des populations. Cela

suppose que la région du Béré ne communique pas assez sur les autres réseaux sur lesquels elle est présente.

4.3.- Absence de vulgarisation du programme triennal auprès des populations

Sur la vulgarisation des informations sur les projets du conseil régional, les personnes ressources indiquent que aucune politique de communication numérique à travers les réseaux sociaux numériques a été utilisés dans la politique de communication politique (programme triennal) via les réseaux sociaux. Le Directeur chargé de la programmation des projets de la région, nous a répondu par la négation. Aucune action et aucun budget n'est consacré à l'aspect promotionnel de la région. Cela montre une certaine négligence et la carence du service de communication dans la mesure où avec peu de moyens aujourd'hui les réseaux sociaux offrent à chaque organisme de communiquer et atteindre plus d'un millier de cibles pour la valorisation des atouts d'une région, d'où la et ses nombreuses potentialités (Kra et Amouzou, 2017 ; Coutant, et Stenger, 2012). Pourtant, la région regorge de nombreuses potentialités tant culturelles que touristiques.

Conclusion et Recommandations

À l'issu de cette étude, on peu noter que les réseaux sociaux numériques sont devenus des outils de communication qui favorisent une communication de proximité entre l'administration régionale et ses administrés. Toutefois, le Béré est confronté à de nombreuses difficultés qui entravent la bonne exécution de sa communication sur le Web social. Ces difficultés sont entre autres : le manque de connexion Internet dans certaines localités de la région, le manque de communication quant au potentiel communicationnel des réseaux sociaux, un taux élevé d'analphabètes dans la région et la non-prise en compte de l'aspect promotion de la région dans leur programme triennal. Ainsi, une proposition d'optimiser la stratégie de communication digitale est proposée à travers nos recommandations.

En termes de stratégie digitale, le service de communication du Conseil régional doit opter pour l'augmentation de la visibilité

De l'appropriation et usages des réseaux sociaux numériques par les organisations de gouvernance locale et les populations de la région ivoirienne du « Béré ».

de la région sur Internet et sur les réseaux numériques pour se faire connaître. Il doit développer un lien d'appartenance par l'offre d'objet symbolique de la région. Pour ce qui est des contenus, les services de communication du Conseil régional doit proposer des contenus de qualité et attrayants. Il doit produire une diversité de contenus afin de créer un lien avec les populations.

Enfin pour sa communication, le Béré se doit opter pour l'utilisation de nouveaux outils de communication numérique. Il doit former, recruter et développer les compétences ou capacités de ses ressources humaines (chefs produit, responsables du pôle digital, community managers, etc.). Sur les réseaux sociaux, le Béré doit utiliser de manière optimale les réseaux sociaux pour interagir avec ses publics et mener des actions promotionnelles de ses activités. Il doit coopter des influenceurs en associant leur image à ses publicités marketing digital. Enfin, le Béré doit développer une plateforme de Web TV ou une application mobile TV pour fidéliser ses populations sur les différents réseaux.

Bibliographie

Barabel, M., Mayol, S., & Meier, O. (2010). Les médias sociaux au service du marketing territorial: une approche exploratoire. *Management Avenir*, (2), 233-253.

Blau, P. M. (1964). *Exchange and Power in Social Life*. New York, USA: Wiley.

Bourgeau, K. (2022). *L'utilisation des médias sociaux par les élus municipaux de la région de l'Outaouais* (Doctorat en Communication politique, Université du Québec en Outaouais, Canada.

Chenevoy, C. (2022). Réseaux sociaux : 4,7 milliards d'utilisateurs et Facebook en tête. Repéré sur : <https://www.republik-retail.fr/solutions-techno/marketing/reseaux-sociaux-4-7-milliards-d-utilisateurs-et-facebook-en-tete.html>.

Coutant, A., & Stenger, T. (2012). Les médias sociaux : une histoire de participation. *Le Temps des médias. Revue d'histoire*, 18, 76-86.

Dagnogo, G. B. (2018). Du réseau social traditionnel au réseau social numérique: pistes de réflexion pour une éducation aux médias sociaux numériques en Côte d'Ivoire. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 12, 35-38

Demeuse, M. et Henry, G. (2004). Validité des mesures. *Introduction aux théories des tests en psychologie et sciences de l'éducation*, 165, 163-172.

Déprez, P. (2014). *Collectivités territoriales et Développement durable: contribution des technologies de l'information, et de la communication, à la dimension participative d'une politique publique: Lecture d'un projet cyberdémocratique issu d'une démarche d'Intelligence Territoriale* (Doctorat en sciences de l'information et de la communication). Université du Sud, Toulon.

EL Harissi, H. et GMIRA, F. (2019). Le digital au service de l'attractivité territoriale. *Revue Internationale des Sciences de Gestion*, 2(4), 553-568.

Forsé, M. (2002). Les réseaux sociaux chez Simmel : les fondements d'un modèle individualiste et structural (p.63-107). Dans L. Deroche et P. Watier (dir.). *La sociologie de Georg Simmel*. Paris, France : Presses Universitaires de France.

Gouldner, A. W. (1960). The norm of reciprocity: A preliminary statement. *American sociological review*, 25, 161-178.

Heider ,F. (1946). Attitude and Cognitive Organisation, *Journal of Psychology*, 21, 107-112.

Kakou, F. A. (2021). L'apport des langues locales dans la lutte contre la covid-19 dans les pays Africains : l'exemple de la Côte d'Ivoire. *Revue malienne de Langues et de Littératures*, 10, 7-18.

Képéklian, G. (2013). Objets anciens et nouveaux objets. *Annales des Mines-Réalités industrielles* ?, 2, 89-96

De l'appropriation et usages des réseaux sociaux numériques par les organisations de gouvernance locale et les populations de la région ivoirienne du « Béré ».

Kouadio, K. A. (2021). *Les enjeux de l'électrification en milieu rural de la Côte d'Ivoire* (Doctorat en Géographie), Université de Lorraine.

Kra, R. K. et Amouzou, E. (2017). *Réseaux locaux de communication et participation communautaire dans les collectivités territoriales en Côte d'Ivoire*. Saint Denis, France : Editions Publibook.

Lazega, E. (1995). *Analyses de réseaux et structures relationnelles. Revue française de sociologie*. Paris, France : PUF.

Loukou, A. F. (2015). Le développement des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) en Côte d'Ivoire face aux contraintes d'énergie électrique. *ANYASA, Revue des Lettres et Sciences Humaines, Laboratoire de Recherche sur la Dynamique des Milieux et des Sociétés*, 3, 36-51.

Mercklé, P. (2013). La « découverte » des réseaux sociaux. *Réseaux*, 6, 187-208.

152

OCDE (2004). *Perspectives des technologies de l'information de l'OCDE*. Paris, France : Les Éditions de l'OCDE.

Simon, K. (2022). *Digital 2022: Global Overview Report*. [Repéré sur : https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report](https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report), consulté le 10 décembre 2022.

Zumofen, R., & Mabillard, V. (2021). L'utilisation des réseaux sociaux au niveau local: panorama de l'activité et des pratiques en comparaison internationale. *Working paper de l'IDHEAP*. 2-34