Volume 25 Issue 15
Originally issued as G4

Global Journal of Human-Social Science: G
Linguistics & Education
Volume 25 Issue 4 Version 1.0 Year 2025
Type: Double Blind Peer Reviewed International Research Journal
Publisher: Global Journals
Online ISSN: 2249-460X & Print ISSN: 0975-587X

Public Space in the Age of Social Media: Towards the Emergence and Conquest of Debate by the Working Class in Burkina Faso

By Dr. Régis Dimitri Balima & Jérémie Nion

Université Joseph KI-ZERBO

Résumé- Les espaces publics africains connaissent de profondes mutations. Marqués par une grande ouverture, voire sa transformation ils soulèvent de nouveaux enjeux. Il a autorisé la prise de parole de nouveaux acteurs à travers les médias numériques, notamment les médias sociaux qui incarnent la brèche permettant la modification et l'installant d'une nouvelle ère. Au Burkina Faso, la révolution numérique, à travers les portails numériques individuels (page Facebook, compte Instagram, WhatsApp, twitter, Tik-Tok…), en plein essor, a favorisé une poussée de la classe populaire dans l'espace public longtemps contrôlé par l'élite. L'arrivée de ces nouveaux acteurs n'a pas fait que perturbé profondément les équilibres d'antan, elle est parvenue à inverser la configuration au sein des espaces publics. Passablement en phase avec les procédés de construction des identités numériques, les intellectuels ont de la peine de se créer une existence sur les réseaux sociaux, moyen de contrôle de l'espace public contemporain. Par conséquent, « l'homme de la rue » va asseoir son autorité dans le nouvel espace public.

Motsclés: médias numériques, espace public, classe populaire, élite (intellectuel), réseaux sociaux.

GJHSS-G Classification: LCC: HM851



Strictly as per the compliance and regulations of:

© 2025. Dr. Régis Dimitri Balima & Jérémie Nion. This research/review article is distributed under the terms of the Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0). You must give appropriate credit to authors and reference this article if parts of the article are reproduced in any manner. Applicable licensing terms are at https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/.

Public Space in the Age of Social Media: Towards the Emergence and Conquest of Debate by the Working Class in Burkina Faso

L'espace Public À L'ère des Médias Sociaux: Vers une Émergence et une Confiscation du Débat par la Classe Populaire au Burkina Faso

Dr. Régis Dimitri Balima [α] & Jérémie Nion [σ]

Résumé- Les espaces publics africains connaissent de profondes mutations. Marqués par une grande ouverture, voire sa transformation ils soulèvent de nouveaux enjeux. Il a autorisé la prise de parole de nouveaux acteurs à travers les médias numériques, notamment les médias sociaux qui incarnent la brèche permettant la modification et l'installant d'une nouvelle ère. Au Burkina Faso, la révolution numérique, à travers les portails numériques individuels (page Facebook, compte Instagram, WhatsApp, twitter, Tik-Tok…), en plein essor, a favorisé une poussée de la classe populaire dans l'espace public longtemps contrôlé par l'élite. L'arrivée de ces nouveaux acteurs n'a pas fait que perturbé profondément les équilibres d'antan, elle est parvenue à inverser la configuration au sein des espaces publics. Passablement en phase avec les procédés de construction des identités numériques, les intellectuels ont de la peine de se créer une existence sur les réseaux sociaux, moyen de contrôle de l'espace public contemporain. Par conséquent, « l'homme de la rue » va asseoir son autorité dans le nouvel espace public. Si l'on peut saluer, dans l'esprit, cautionner cet effet de la révolution numérique qui, en favorisant l'émergence de la classe populaire instaure l'équité dans la prise de parole dans un état, les inquiétudes sont légitimes quand on observe la tendance à l'enraiement voire l'extinction de la voix de l'élite.

Le nouvel espace public burkinabè où prospèrent l'horizontalité, l'absence de hiérarchies où chaque utilisateur est maître de la méthodologie de son succès et où tous les chemins, y compris les plus méprisables, mènent à la notoriété pose le débat de la qualité. La révolution numérique irréversible, si elle ne parvient pas à apporter une plus-value au débat dans l'espace public burkinabè, elle ne doit pas le tirer vers le bas. L'intellectuel burkinabè doit en être le garant et doit parvenir à opposer à cette forme de diktat du numérique et à ses usages, une tropicalisation sur mesure qui va intégrer à la révolution toute son utilité publique.

Comment l'élite burkinabè peut-elle se réapproprier l'espace public face à l'intrusion tonitruante de la classe populaire (souvent analphabète ou peu instruite) grâce aux réseaux sociaux ? La théorie structuro-fonctionnaliste développée par Merton (1976) pour analyser les effets d'instabilité, de sensibilité aux problèmes sociaux et leur lot de déviance, d'anomie et de désorganisation des médias numériques sur la société burkinabè. La méthode quantitative a permis de mesurer efficacement l'analyse des données chiffrés issus de l'enquête de terrain pour ainsi infirmer ou confirmer l'hypothèse.

Motsclés: médias numériques, espace public, classe populaire, élite (intellectuel), réseaux sociaux.

I. Introduction

Les espaces publics africains connaissent de profondes mutations. Jadis réservés à l'intelligentsia, ce « *petit bataillon de grandes âmes vouées à une noble cause* » (Rouzic 2011), l'espace public contemporain se caractérise par sa grande ouverture, voire sa transformation au point que Cissé parle « *d'espace public défiguré* » (Cissé 2013). La prise de parole de nouveaux acteurs dans le cercle réservé de la prise de parole, à la faveur de l'arrivée des médias numériques, notamment les médias sociaux, constitue la brèche qui a occasionné une perturbation de l'espace public ouvrant une nouvelle ère. En effet, devenir acteur de cet espace public n'est plus sélectif. Au contraire, les médias numériques, à travers les réseaux sociaux, favorisent l'émergence d'une forme d'espace public, en tant que lieu d'échanges et de discussions entre individus, sans qu'il soit absolument question d'aboutir à l'idéal du consensus évoqué par Habermas (Habermas 1992b).

Les médias classiques qui étaient autrefois les artisans et les garants d'un espace public codifié qui réservent prioritairement leur préférence à l'élite semble aujourd'hui avoir perdu ce privilège. Les nouveaux médias, eux, favorisent l'envahissement de l'espace public par tout le monde et surtout « *les sans-noms* ». Les nouvelles technologies sont donc au cœur de bouleversements qui affectent la société burkinabè. C'est le cas depuis l'apparition des blogs et plus

Author α: Maître de Conférences à l'Institut Panafricain D'étude et de Recherche sur les Médias, l'information et la Communication (IPERMIC) - Laboratoire Médias et Communication des Organisations (LAMCO) de Université Joseph KI-ZERBO (Ouagadougou/Burkina Faso) Joseph Ki-Zerbo University of Burkina Faso.
e-mail: dimitri.balima@gmail.com
Author σ: Doctoral Student en Sciences de l'information et de la Communication au Laboratoire Médias et Communication des Organisations (LAMCO) de l'Université Joseph KI-ZERBO.
e-mail: nionj@yahoo.fr

© 2025 Global Journals

largement des applications du web 2.0 qui permettent à l'internaute de s'exprimer encore plus facilement que précédemment. Internet, contrairement à la radio ou à la télévision, met en situation d'égalité l'émetteur et le récepteur au point où nombre d'auteurs le perçoivent comme l'outil idéal pour une démocratie participative qui permet à tout citoyen d'intervenir très régulièrement dans le débat public (Adamic, Glance 2005; Lampe 2005; Paracharissi 2004; Price, Cappella 2002; Wall 2007; Wright, Street 2007). En apparence, les médias numériques facilitent l'expression démocratique sincère et directe renvoyant à l'origine de la terminologie et à sa tradition de débats publics dans les agoras de la Grecque antique (Amouretti, Ruzé, et Jockey 2018). Si la société se compose de personnes libres, la parole de tous mérite bien d'être prise en compte car la vérité semble se trouver dans le grand nombre: « *Vox populi, vox dei* » (Euvé 2016). Ce caractère d'équité qu'on croyait trouver à travers les réseaux sociaux ne semble pas si impartial qu'il ne le promet. Au Burkina Faso, il a créé une injustice pour en réparer une autre. On observe, de plus en plus, un mutisme, une perte du réflexe de la prise de parole des intellectuels poussant à questionner la qualité du débat public et le fonctionnement des médias numériques que génère l'espace public.

II. Problématique

Les portails numériques individuels (page *Facebook*, *Instagram*, WhatsApp, *twitter*, *Tik-Tok*…), en plein essor, constituent, de nos jours, ce cadre d'expression de la classe populaire. Les médias numériques ont libéré la parole. Chaque citoyen peut librement afficher ses opinions. Elle est frappée de caducité l'époque où les clés de l'espace public étaient détenues par les médias traditionnels qui en organisaient l'accès selon des règles bien édictées. Le nouvel espace public numérique est la négation du contrôle. Les réseaux sociaux se perçoivent comme « *une tribune libre où l'on vient s'épancher, prendre position, ferrailler avec les autres sur des sujets divers. Il contribue à l'émergence de modes nouveaux de prise de parole publique, favorise l'émancipation et la valorisation des singularités de manière plus ouverte, plus directe, plus participative* » (Atenga 2017:19).

Bien que ces nouveaux médias, à l'opposé des médias classiques, soient inclusifs par essence, c'est-à-dire, relevant d'un domaine accessible et ouvert à tous les citoyens, on y observe une diminution voire l'effacement de l'activité des intellectuels burkinabè. *Les réseaux sociaux, à travers l'horizontalité qui les caractérise, renversent indirectement le présupposé de* « la compétence politique » (Bourdieu 1991) *dans ce sens où ils laissent place à « ces nouvelles formes de débat public qui reposent sur un modèle de société plus démocratique où l'on considère que chaque individu possède des compétences effectives qui lui permettent de prendre place dans la discussion* » (Flichy 2010:626). *On assiste donc à une remise en cause de* compétence politique qui était loin de faire l'unanimité eu égard à sa *« définition à la fois arbitraire et légitime, c'est-à-dire dominante et dissimulée comme telle, de la politique. Cette compétence politique n'est pas universellement répandue. Elle varie grosso modo comme le niveau d'instruction* » (Bourdieu 1991). On observe donc une chute de privilège. Dans la reconfiguration de l'espace public qui en résulte, une correction de l'animation de la vie sociale s'opère. Ainsi, « *ces nouvelles formes du débat public reposent sur un modèle de société plus démocratique où l'on considère que chaque individu possède des compétences effectives qui lui permettent de prendre place dans la discussion. Cette démocratie qu'on pourrait appeler « démocratie 2.0 » n'est pas seulement associée à un nouveau dispositif technologique* » (Flichy 2010:626). On est tenté d'affirmer qu'avec l'arrivée des médias numériques, l'ère de l'abus de savoir (De Certeau et Wittgenstein 1978) où « *la volonté de vouloir convertir la compétence en autorité* » (Flichy 2010:626) touche à sa fin.

Aujourd'hui, il n'est pas superflu d'interroger la place des médias classiques burkinabè jusque-là considérés comme le quatrième pouvoir en complément de l'échelle des forces sociales démocratiques définie par Montesquieu face à la poussée des médias numériques. Le numérique semble se positionner comme un contre-pouvoir du quatrième pouvoir. En effet, « *les révolutions arabes ont montré de façon spectaculaire ce que l'on pressentait depuis quelques années : l'irruption des réseaux sociaux dans l'univers de l'information. (…).Tout se passe comme si aujourd'hui, dans la propagation de l'information, la presse et les médias en général se trouvaient dépassés par la capacité de tout un chacun de produire de l'information* » (Kessier 2012). L'hégémonie de la presse classique perd son lustre d'autant. Dans leur poussée, les médias numériques ont secrété un environnement dans lequel où « *on remet l'homme dans les conditions de l'oralité où chacun peut communiquer directement en devenant son propre média et être en quelque sorte un journaliste citoyen, alors qu'avant, cette activité était associée aux maîtres de l'écriture (calligraphes) et aux maîtres imprimeurs. Une élite qui avait le droit de porter l'épée comme tout bon aristocrate de la classe ouvrière. On semble ainsi revenir aux sources de la diffusion traditionnelle de transfert de l'information dans le champ de la communication directe grâce à la parole, par l'intermédiaire de chaque individu ordinaire* » (Orwell 1949), l'oralité au cœur de la conversation (Tarde 1993). Dans leur prise de pouvoir les nouveaux médias deviennent l'instrument direct de gestion de l'espace public.

© 2025 Global Journals

Au Burkina Faso, les réseaux sociaux sont devenus un mode de gouvernance. Le Ministre de la culture de la communication et des relations avec le parlement, porte-parole du gouvernement, Rémy Djandjinou déclarait, de façon imagée et ce, face à la montée en puissance d'activistes présumés instrumentalisés qui formataient une opinion hostile au gouvernement en place: « *si on vous boxe en dessous de la ceinture, vous n'allez pas boxer en dessous de la ceinture; vous allez chercher d'autres personnes pour boxer en dessous de la ceinture pour vous. C'est comme ça que ça fonctionne !* »[1]. Les médias numériques sont un instrument majeur dans la construction des espaces publics. La présence des réseaux sociaux et la force dissuasive qu'ils peuvent incarner dans la gestion de la cité poussent à repenser la notion de l'espace public, notamment, en interrogeant les nouvelles forces qui la configurent, sa valeur intrinsèque, mais également son mode de construction. La question au cœur de la présente recherche découle de ce constat. Elle s'élabore comme suit: en quoi les techniques de construction des identités des médias sociaux empêchent-elles les élites de se doter d'une identité numérique afin d'atténuer ou contester la tendance à la confiscation de débat public par la classe populaire?

Notre problématique, non seulement, questionne les rapports de forces qui s'expriment dans l'espace public mais surtout tente d'élaborer la qualité du débat dans ledit espace. On peut même se demander s'il n'y a pas un rapport étroit entre le niveau d'expérimentation de la démocratie dans un Etat et la manière d'utiliser les réseaux sociaux ? L'inconfort de l'élite face au mode d'emploi des médias n'est-elle pas source de dévoiement du débat public ? L'instauration de « l'horizontalité et l'absence de hiérarchies » (Manrique 2011) dans le nouvel espace public questionne la qualité du débat public. Umberto croit trancher le débat en déclarant que: « *les réseaux sociaux ont donné le droit de parole à des légions d'imbéciles qui, avant, ne parlaient qu'au bar, après un verre de vin et ne causaient aucun tort à la collectivité. On les faisait taire tout de suite alors qu'aujourd'hui ils ont le même droit de parole qu'un prix Nobel. C'est l'invasion des imbéciles* » (Umberto 2015), (op cit Pottier, 2020 p17). Mais le modèle d'espace public sous les ordres des médias classiques pouvait-il perdurer avec ses limites ? Ainsi, la poussée de la classe populaire afin de prendre une part active dans la construction de l'espace public est si forte et si irrésistible qu'il fallait repenser ledit espace. Il s'agit pour nous, de cerner le mal-être de l'élite contemporaine Burkinabè dans le processus de reconfiguration de l'espace public sous les ordres des nouveaux médias et d'en tirer les conséquences. Nous soutenons l'hypothèse qui affirme que la construction d'une identité dans la nouvelle espace numérique, du fait de ses contraintes, conditions et pratiques spécifiques enthousiasme passablement l'élite qui assiste ainsi à une confiscation du débat public par la classe populaire.

III. Cadre Théorique

Nous inscrivons cette étude dans la théorie structuro-fonctionnaliste développée par Merton (1976). Dans son approche, Merton a exploré plusieurs champs d'intérêt que nous pouvons organiser en axes suivants:

- l'attention portée aux éléments structurels, qui facilitent ou rendent difficile l'initiative de l'acteur;
- la sensibilité aux « *problèmes sociaux* », à la déviance, à l'anomie, à la désorganisation;
- l'intérêt passionné pour les thèmes de la connaissance, c'est-à-dire pour les rapports entre science et société.

Nous exploitons, pour structurer la présente, les deux premiers points centraux du structuro-fonctionnalisme par lesquels l'auteur (Merton 1957) porte un regard analytique sur la liaison entre le système social et la science dans une relation dialectique qui nous livre une clé pour questionner les valeurs de la communauté scientifique en interaction avec les valeurs dominantes du système social. Il en découle des résultats souvent imprévisibles. En outre, et c'est la quintessence de la pensée mertonienne (1957), l'institution scientifique comme toute autre organisme génère, en lui-même, systématiquement et simultanément, des valeurs incompatibles.

A la faveur de l'évolution technologique, les TICs, principalement les réseaux sociaux, simplement constituent un facteur d'apparition ou d'amplification des situations d'imprévisibilité. Les élites burkinabè notamment les membres de la communauté scientifique, attendues à la pointe de l'appropriation et de maîtrise des médias numériques afin de servir de guide à leurs contemporains semblent plutôt réduite dans un rôle de victime résignée. La part d'imprévisibilité revêt une dimension perverse. En effet, l'inconfort des élites contraste avec l'aisance de la classe populaire face aux outils technologiques et précisément les médias sociaux. Attendue à la pointe des nouveaux médias, l'intelligentsia burkinabè apparaît recalée et devancée par les couches populaires.

Aussi, le leadership de l'élite dans la promotion des médias numériques au Burkina Faso est également entamé du fait de l'effet de ce que Merton (Merton et Barber 2004) nomme la sérendipité qui désigne l'apparition d'une donnée inattendue et anormale. La sérendipité qui comporte une part imprévue peut se présenter comme une conséquence des conditions

[1] Rémi Djaunguinou déclaration faite lors de l'émission de télévision, Le tribunal de l'actualité de la chaine de télévision privée burkinabè, 3TV, le 19/09/2019.

© 2025 Global Journals

sociales, la réceptivité et la sagacité affichée au bout de l'échelle. Le degré d'usage des médias numériques révèle une anomalie, une difformité, une remise en cause. La faible présence de l'élite dans les médias numérique, reflet de leur degré de sensibilité aux dits médias, ouvre la porte à la déviance, à l'anomie pour finalement provoquer une remise en cause de l'organisation la société en place. Ainsi l'ascendance de la classe populaire grâce aux nouveaux médias nous permet de d'apprécier la place des intellectuels dans le débat public. Elle vient en contradiction de la théorie d'espace public de Habermas (1992) favorisant ainsi l'émergence d'un nouvel acteur (l'homme de la rue) sonnant le glas de la théorie du « *two flow stepp* » (Katz et Lazarsfeld 1955). Ce qui stimule la curiosité, ouvre les portes de la recherche et oblige à formuler de nouvelles pistes de réflexion.

IV. Démarche Méthodologique

La méthodologie de travail choisit prend appui sur l'étude quantitative. En vue de récolter des données chiffrées pour l'analyse, un questionnaire a été élaboré et administré dans les quatre principales villes du Burkina Faso (Ouagadougou, Bobo-Dioulasso, Banfora, Ouahigouya) du 15 avril au 10 mai 2023.

A cet effet, nous avons formé un échantillon sur la base de la technique d'échantillonnage probabiliste (Dépelteau 2000). Ce sont 105 individus dont 64 hommes et 41 femmes qui ont été choisis aléatoirement pour constituer l'échantillon. Notre sujet portant l'analyse de l'appropriation des intellectuels vis-à-vis des réseaux sociaux, notre population est circonscrite aux individus totalisant au moins quatre années d'études après le baccalauréat. Pour définir l'échantillon, nous avons choisi fortuitement 25 enseignants d'université qui constituent le plus gros contingent des sondés. L'université étant l'antre du savoir, nous y avons réservé la majorité de l'échantillon persuadé minimiser ainsi les marges d'erreur. Nous avons questionné quinze (15) avocats ou magistrats, quinze (15) officiers supérieurs des forces armées nationale au regard de la spécificité de ces corps, quinze (15) médecins car ils entretiennent, à travers les réseaux sociaux une relation avec leurs patients. Vingt (20) journalistes ont été sondés car leur corps de métier est directement menacé par les réseaux sociaux et quinze (15) cadres de l'administration publique afin de garantir à l'échantillon une diversité certaine.

Le questionnaire administré l'a été soit par contact direct soit par voix d'internet. Les données ainsi collectées ont été dépouillées et traitées manuellement au regard de la taille assez faible de l'échantillon. Il a été élaboré sur la base des variables suivants:

- Expositions aux réseaux sociaux qui prend en compte le temps-mis, les fréquences de publications, le niveau d'interactions qui permettent de juger de l'impact d'une présence sur les réseaux sociaux.
- Les fortunes diverses de l'élite sur les réseaux sociaux qui résument les mécanismes de construction des personnalités sur les réseaux sociaux, les épreuves rencontrées et les niveau de performance de l'élite en la matière.

V. Profil bas des Intellectuels Dans L'espace Numérique Burkinabè

Les résultats de l'enquête dressent un tableau qui confirme un fait : le monde des intellectuels affiche une présence attestée dans l'espace public numérique. A preuve, l'ensemble des enquêtées (105 sur 105) déclarent posséder une identité numérique. Sur cette base, on peut en déduire que le milieu des intellectuels n'oppose pas une hostilité face à la montée en puissance des supports de communication numériques. Notamment, la classe des intellectuels n'est pas abonnée absente sur les réseaux sociaux. Notre enquête révèle que l'ensemble des individus de l'échantillon possèdent au moins un compte privé à défaut d'en avoir plusieurs. Ainsi, sur les 105 sondés, 99 ont créé leur fenêtre sur la plateforme numérique *facebook*. Sur *Messenger*, on retrouve 93 sur les 105 enquêtées tandis que tous possèdent un compte *Whatsapp* (105 sur 105); 42 sur 105 des sondés disposent d'un compte *Tik-tok*, 30 sur 105, un compte Instagram, 12 sur 105, un compte *Youtube*, 8 sur 105, un compte *Hashtag* et 3 sur 105 autre compte.

Mais cet enthousiasme apparent mérite d'être tempéré quand l'on considère la variable « *temps d'exposition aux réseaux-sociaux* » de l'enquête. En effet, le temps mis est un signe de l'activisme du titulaire d'un compte. A ce propos, force est de constater que 64% de l'échantillon consacre 1 heure par jour en moyenne dans l'espace public numérique. 19% évaluent leur usage journalier des réseaux sociaux à 2 heures contre 11% pour 3 heures et 6% pour 4 heures et plus. Le temps est un facteur d'appropriation des réseaux sociaux mais la construction d'une forte identité combine nécessairement le temps mis à l'aptitude de l'usager à interagir.

En analysant les centres d'intérêt des intellectuels que l'enquête révèle, à travers l'étude, on peut consolider l'argumentaire qui tend à soutenir que l'intellectuel burkinabè occupe un strapontin dans le nouvel espace public. A la question de savoir quel sujet suscite une interaction de la communauté intellectuelle sur les réseaux sociaux, il ressort que les thèmes portant sur la politique ne recueillent qu'un faible avis (17 voix sur 105). 23 sur 105 avouent interagir sur les sujets d'ordre professionnel, 38 sur 105, les sujets sportifs, 37 sur 105, les sujets d'ordre social (mariage, décoration, anniversaire et deuil), 5 sur 105, la musique et 3 sur 105 pour autres sujets. On observe globalement

© 2025 Global Journals

que sur l'espace public numérique, la communauté des intellectuels esquive les sujets d'une sensibilité avérée au profit des thèmes qui n'appellent pas la polémique. La variable « *facteur redouté* » lors de l'utilisation des réseaux sociaux confirme cette tendance où les enquêtés semblent perdent toute sérénité quant à l'utilisation des réseaux sociaux. La hantise des intellectuels de l'espace public numérique est nourrie par le sentiment de climat austère qui s'y prospère.

L'enquête démontre que 67% de l'échantillon a déjà été victime bizutage a été malmené sur les réseaux sociaux soit en réaction à une intervention sur la plateforme numérique, soit à la suite d'une prise de parole sur les médias traditionnels qui a fait l'objet d'une reprise sur les nouveaux médias. Ainsi, l'étude révèle que 31 sur 105 personnes a été victime d'injures et des propos haineux, 45 sur 105 personnes interrogées ont subi des propos déplacés, 4 sur 105 personnes ont fait face à des moqueries. On peut donc aisément comprendre que les réseaux sociaux, singulièrement, et l'espace des médias numériques burkinabè, dans l'ensemble, se présente comme une jungle particulièrement hostile à la classe des intellectuels qui s'accommode mal « *des débats de chiffonnier* » où tous les coups sont permis. D'ailleurs, très peu, selon les résultats de l'enquête y possède de grandes audiences. 94% des sondés évalue leur audience à moins de 5000 followers contre 6% qui compte entre 5000 et 10 000 followers. L'écrasante majorité ne peut donc pas être considérée comme des influenceurs de renom (Virfollet 2018). En effet, l'auteur distingue les macro-influenceurs qui sont ceux totalisant un minimum d'abonnés dépassant 100 000 tandis que les micro-influenceurs sont ceux qui totalisent un nombre d'abonnés oscillant entre 10 000 et 100 000. Les méga-influenceurs comptent plus de 1 million d'abonnés alors que les nano-influenceurs sont ceux qui ont moins de 100 000 followers. La grande majorité de l'élite burkinabè qui totalise moins de 5000 abonnés ne peuvent, tout au plus, que faire partie du groupe des nano-influenceurs.

En effet, cette notoriété se construit. Et dans un espace public comparable à un « *no man's land* » les esprits cartésiens peu enclins à recourir à « *la théorie de la fin justifie les moyens* » (Martinez 2012) reste, logiquement, à la traîne. Ainsi, l'enquête atteste que les milieux des intellectuels sont hostiles « *au buzz* ». 100% des personnes sondées disent réfuter une telle pratique et ne sont pas aptes à s'exposer afin de construire une popularité sur les réseaux sociaux. Rejetant les moyens efficaces utilisés par les usagers des espaces numériques pour acquérir de meilleures audiences, les intellectuels se privent de tous moyens d'avoir une place au soleil dans l'espace public numérique. C'est donc logiquement justifié que 71% des enquêtées avouent n'avoir pas d'autorité sur les réseaux-sociaux confirmant ainsi notre hypothèse.

VI. Les Médias Numériques Autrement

Dans la tracée de « *la nouvelle frontière de notre espace public* » (Guiton 2019), le numérique a rebattu les cartes. L'enquête permet de conclure une incompatibilité, ou du moins, un mal appropriation de l'élite burkinabè dans l'animation de l'espace numérique. En conséquent, on peut penser que l'intelligentsia a quasiment perdu la main sur le débat public. Ainsi, le monopole du débat n'est plus l'apanage prioritaire d'une classe d'érudits et d'éclaireurs. Car le numérique a ouvert l'ère de la désacralisation de l'espace public en promouvant « *l'horizontalité et l'absence de hiérarchie* » (Manrique 2011).

La possibilité offerte à chacun de s'exprimer en ligne a produit un « *pluralisme démocratique radicale* » (Badouard 2018). Les réseaux sociaux et les médias numériques en général, ont réussi un reformatage de l'espace public au Burkina Faso qui est devenu un lieu de confrontation qu'aplanissaient, auparavant, les « *gatekeepers* » (Guiton 2019). Les dépositaires de la parole public d'antan installés dans un confort méthodique et protégés par des codes et une éthique semblent aujourd'hui dépassés, largués face au « *business model idiot* » (Abiteboul et Cattan 2020:37) que Abiteboul et Cattan associent aux supports numériques. En effet, longtemps considérés comme la chasse gardée de l'élite, les réseaux sociaux ont réussi à se transformer en un outil de spoliation ou de dépouillement des anciens dignitaires de leur droit exclusif à la parole, à l'élaboration de la pensée et du savoir au Burkina Faso. Pour parvenir à inverser la tendance, l'espace public numérique a été le théâtre de la discrimination positive en faveur des masses populaires qui vont faire mieux que refaire leur retard.

Dans la « *nouvelle agora* » (Flichy 2008) burkinabè, il va émerger une nouvelle force d'influence et de proposition que constitue le groupe de population surnommé les « *Millenneials* » (Frau-Meigs 2017). Théoriquement, l'accession à ce groupe n'est pas sélective. A preuve, l'élite burkinabè comme le démontre l'enquête est bel et bien présente sur les réseaux sociaux, et théoriquement, elle peut se considérer comme membre du groupe. La question essentielle porte sur le poids a elle accordé. En effet, il est établi que la moyenne critique pour acquérir une notoriété sur les réseaux sociaux se situe à partir de 3 heures d'usage quotidien (Asselin 2017). C'est un engagement proche de l'addiction[2]. Les intellectuels burkinabè, pour une large majorité, conformément à l'enquête, n'entendent pas consacrer plus d'une (01) heure par

[2] Sur le temps passé sur les réseaux sociaux, le site Statista.com fait état d'une moyenne mondiale passée de 90mn en 2012 à 130mn en 2016 selon une étude sur la question en 2016.

© 2025 Global Journals

jour aux réseaux sociaux. En refusant de prendre le risque d'être « *accro* » à l'usage du numérique, l'élite fragilise son impact et sa voix porte faiblement. La faiblesse de l'assiduité des intellectuels sur les réseaux sociaux dans l'espace numérique couplée, comme l'attestent les résultats de l'enquête, à leur passivité achève d'indiquer que cet outil les échappe. En effet, « *il est important de partager régulièrement du contenu sur internet ainsi que d'interagir avec leurs réseaux et partager leurs avis et ressentis sur leur quotidien* » (Asselin 2017) afin de réussir la création d'une identité de référence dans le milieu.

L'identité et la notoriété dans l'espace public requièrent un apport individuel et soutenu. La construction de la personnalité numérique pousse à l'usage de méthodes qu'on peut qualifier de peu orthodoxes situées à la lisière de la « *para-légalité* » (Dumont et El Berhoumi 2020). Ainsi, des formats courts, des slogans, des phares choc, des images sont la règle. Et comme souvent cela ne suffit pas, au nom d'une quête effrénée de « *followers* », on invente des histoires, des ragots, des bobards, à faire émerger des complots. « *Le modèle d'affaire des réseaux sociaux est essentiellement fondé sur la publicité. Que cela soit justifié ou non, un tel modèle incite à une exploitation forte de nos données personnelles et un profilage toujours plus important* » (Abiteboul et Cattan 2020:37). Les publics en réseau étant essentiel au processus « *d'audienciation* », *(c'est-à-dire à leur propre construction en tant qu'audience » (Blondeau et Allard 2007)*, il faut plaire, séduire. La complicité du public est l'unique condition pour se hisser la visibilité à un haut lieu. Ces méthodes d'action dont l'efficacité est proportionnelle à leur propension à défier les normes sociales, à provoquer (Bergami et Barbosa 2017) ne sont pas séduisantes pour les esprits cartésiens.

Les facteurs temps et les risques d'abus amènent l'élite « *à freiner des quatre fers* » préférant préserver sa lucidité et rejeter les risques d'addiction. Elle cède ainsi le terrain dans l'espace numérique face à des « *Millenneials* » (Frau-Meigs 2017) qui, eux, ne reculent devant rien. Ni l'exigence de temps, ni le niveau et la qualité des contenus ne semble les ébranler. Ils affirment ainsi leur autorité sur l'espace numérique et contrôlent désormais l'espace public. Laisser donc entre des mains peu habiles, les réseaux sociaux ont transformé l'espace numérique et l'espace public en un véritable dépotoir. Toutes ces applications révolutionnaires qui ont vite fait de conquérir le cœur de milliards d'utilisateurs, à travers le monde, se révèlent de fausses promesses. En effet, à leur naissance, ces réseaux sociaux, au premier regard, inoffensifs, se sont transformés en de véritables menaces pour la démocratie et deviennent désormais le lieu de mélange explosif de « *fake news* », de propagandes conspirationnistes, de haines de violence, de manipulations politiques et d'amplification de l'ignorance.

L'objectif n'est pas de blâmer ou balayer du revers de la main les médias numériques au nom du principe sacro-saint de la préservation d'un espace public authentique. D'ailleurs, au Burkina Faso, sous l'impulsion des médias sociaux, une dynamique sociétale s'observe. Ces espaces publics dressent et lèvent des foules autour des causes nobles et justes. Grâce aux nouveaux moyens de communications, « *les sans noms* » d'hier nourrissent une opinion et réussissent des victoires dans des luttes que l'espace public, alors sous contrôle de l'élite, ne permettait pas d'enregistrer, certainement pas de la même manière. Les réseaux sociaux, au Burkina Faso, peuvent se percevoir comme la forme la plus aboutie de la liberté d'expression que tous les démocrates appellent de leurs vœux. Le numérique ayant réussi la prouesse d'offrir, à tous et à toutes, le droit d'être entendu et de sortir une majorité jadis silencieuse de l'anonymat, ce serait leur faire un mauvais procès que de les vouer aux gémonies. *« Il est cocasse de penser que l'espace politique d'avant n'était pas polarisé, que les publics ne s'exposaient pas à des médias qui correspondaient à leurs préférences idéologiques ou de croire que ce sont les réseaux qui ont créé des bulles informationnelles* »[3].

Cependant c'est un euphémisme que de dire que les réseaux sociaux ne sont pas tous voués au bien de l'humanité (Abiteboul et Cattan 2020). Laisser les réseaux sociaux déployer librement leur autorité suppose de faire la place également à leur côté obscur et, en conséquence, courir le risque de payer le lourd tribut pour n'avoir pas su maîtriser « *l'expression débridée de nos désirs; de nos pulsions, en abandonnant la sphère publique à un business model faisant de l'humain une machine* » (Abiteboul et Cattan 2020:36). Il appartient à l'élite de questionner les réseaux sociaux mais surtout d'interroger son positionnement actuel vis-à-vis de cette pointe technologique qu'est le numérique afin de la bonifier, de la perfectionner voire l'orienter au service de l'intérêt général. Face à l'impossibilité d'arrêter le pouvoir du numérique dans notre monde, il incombe aux intellectuels, face à « *la bête* » de sortir de leur torpeur pour ainsi contribuer à la dompter et lui donner un visage plus humain.

Il serait donc incongru pour nous de souscrire à une ligne de défense, si celle-ci existe, en faveur d'une communauté de privilégiés au motif qu'elle en était le dépositaire exclusif d'une science infuse et diffuse. Il ne s'agit pas non plus « *de regretter le passé et les farouches caudines des gatekeepers d'hier* » (Guiton

[3] Dominique Cardon: Ce ne sont pas les réseaux sociaux qui ont créé des bulles informationnelles. In Lemonde.fr du 21/10/2018

© 2025 Global Journals

2019:29). Mais il revient à l'élite de dégager les mécanismes pour contribuer à freiner les abus et déviances associés à l'usage des réseaux sociaux. Au regard du caractère irréversible de la révolution numérique, il faut minimiser ses effets pervers et accroitre ses biens faits. Pour éviter de clouer au pilori les réseaux sociaux, il nous faut monter qu'il est possible de faire autrement.

La problématique telle qu'elle que soulevé par les médias numériques est l'apanage des Etats de démocratie naissante. Les démocraties avancées semblent connaître d'autres types de réalités liés en la matière. En Europe par exemple, « *il n'est ainsi pas rare de lire que des sites tels que Twitter ou Facebook permettraient aux hommes et femmes de l'élite politique* » (Roginsky 2015) de renforcer leur présence dans l'espace numérique aux fins de « *communiquer directement, continuellement et sans restriction avec le public* » (Roginsky 2015) dans l'optique de se soustraire des contraintes liées aux « *processus de sélection, cadrage et interprétation par les journalistes ou du financement du parti et de ses activités* » (Graham et al. 2013). Toutefois, si l'élite européenne mieux suivie ne boude pas les réseaux sociaux à l'image de ce qui semble s'annoncer pour les intellectuels africains, sa forme d'exploiter des réseaux sociaux n'est pas pour autant la mieux élaborée. L'utilisation qui en résulte est inappropriée (Di Fraia et Missaglia 2014) autrement dit ils les exploitent plus comme un média de masse que comme un média social étant donnée qu'ils éprouvent un malaise devant le « *style Web 2.0 de la communication* » (Jackson et Lilleker 2009) en refusant de soutenir les situations d'interaction en ligne avec les citoyens (Small 2010).

L'Europe a rendu son espace public sous l'ère du numérique équitable d'accès grâce à une légifération. Au Burkina Faso, les réseaux sociaux ont longtemps évolué dans un champ sauvage échappant à tout système. Il a fallu attendre 2023 pour observer un timide intérêt du législateur pour l'espace numérique à la faveur de la révision de loi organique portant attribution, composition, organisation et fonctionnement du Conseil supérieur de la communication qui stipule à son article 2 que l'autorité du Conseil supérieur de la communication s'étend sur les contenus des sites de blogueur, d'activistes ou d'influenceur disposant d'au moins 5 000 abonnés en ligne. Les publications qui en découlent sont soumis aux mêmes lois que celles appliquées aux contenus des médias. Ce dispositif juridique semble assez léger pour assainir un secteur aux enjeux si énormes. Le législateur en voulant réguler les médias numériques comme les médias classiques est loin d'assurer la meilleure couverture, au regard de la spécificité des deux secteurs.

Une règlementation spécifique, traduite par une loi consacrée au champ du médias numérique, s'avère une nécessité impérieuse pour sécuriser tous les usagers. Les réseaux sociaux sont si présents, si envahissant pour notre société au point où il est difficile de comprendre qu'ils ne trouvent pas encore un intérêt du juge. A l'image des démocraties avancée, le Burkina Faso peut pacifier son espace publicitaire numérique par l'adoption de loi qui définira les droits et les devoirs, les prérogatives et les limites de chaque burkinabè pour ainsi minimiser les abus.

Mais le cadre juridique seul ne suffit pas pour corriger les intempérances qui caractérisent l'espace publicitaire du fait de la mauvaise appropriation des médias numériques. Il est primordial que les intellectuels burkinabè sortent du bois et prennent la responsabilité qui sont la leurs. On observe, dans certains milieux de l'élite des tentatives de répliques. Des groupes fermés dont l'entrée très sélectif permettent de créer des micro-espaces publics où les membres peuvent s'exprimer à l'abri des réactions inappropriées. Mais, en « *prêchant les convaincus* », on réalise combien cette forme de résistance développé par les intellectuels présente des limites. Le rôle de l'élite est de contribuer à ce que dans ce siècle présent les lumières ne laissent pas de place à l'ombre (Galand 2005), c'est dans l'espace public ouvert qu'elle est le plus attendu. Les réseaux sociaux sont semblables à un champ de jeu dont il faut maîtriser les règles pour un meilleure utilisation. En matière d'interaction par exemple, si on ne peut pas éviter les avis à tendance péjorative, il est possible, en jouant bien le jeu, « de noyer » le négatif dans le positif. Du reste, la vassalité est caractéristique des pratiques en matière de réaction. Plusieurs usagers sont influencés par ce qu'ils lisent et leur réaction s'alignent sur la tendance globale. Les messages négatifs appellent donc d'autres messages négatifs, idem les messages positifs. En vertu de « *la loi des grands nombres* » (Godin 2022), il suffit donc aux intellectuels de faire dominer, dans les réactions, les messages positifs pour imposer l'orientation souhaitée. Ainsi, au lieu de fuir les réseaux sociaux, l'élite doit faire preuve d'une solidarité agissante dans la réflexion positive afin de parvenir à assainir l'espace public en réduisant, à sa plus simple expression la portion congrue de la nullité sur les réseaux sociaux. A l'état, en dehors du système, il semble moins possible de l'impacter.

VII. Conclusion

Le numérique a grandement impacté l'espace public burkinabè. Bousculée, heurtée et vilipendée, l'élite locale redoute de plus en plus l'usage des médias numériques dans l'animation du débat public. Refusant d'utiliser le langage à succès sur les réseaux sociaux, les intellectuels burkinabè y ont perdu la main en observant une attitude passive. Face à un pouvoir, de jour en jour grandissant des médias numériques dans la gouvernance de nos sociétés contemporaines, l'élite, jadis considérée comme le phare dans les

© 2025 Global Journals

communautés est désormais reléguée en seconde zone. La qualité du débat a été fortement dégradée exposant la société ce qui n'est pas sans constituer des sources de menaces pour la société entière.

Le législateur qui jusque-là est resté indifférent aux dérives du monde du numérique est plus que jamais interpellé. Sans arsenal juridique approprié, il sera difficile d'organiser, d'assainir et de pacifier le débat public à l'ère du numérique. Mais l'élite qui fait montre d'une passivité coupable est tout aussi responsable de la dérive associée au numérique. Le laisser faire amplifie, de jour en jour, la médiocrité du débat public. Pour redorer le blason des intellectuels déteint sous l'effet de la pression de la nouvelle vague de penseurs Millennials et espérer ainsi rééquilibrer les débats dans l'espace public contemporain, l'intellectuel burkinabè doit connaître les règles du jeu afin de parvenir à dompter les réseaux sociaux et reprendre sa place. Ce qui n'est ni plus moins que le rôle qui l'échoit dans la société.

Bibliographie

1. Abiteboul, Serge, et Jean Cattan. 2020. « Nos réseaux sociaux, notre régulation ». *Groupe d'études géopolitiques* (1):34-44.
2. Amouretti, Marie-Claire, Françoise Ruzé, et Philippe Jockey. 2018. *Le monde grec antique*. Paris: Hacette éducation.
3. Asselin. 2017. *Marques, médias, réseaux sociaux: les enjeux des Millennials français*.
4. Atenga, Thomas. 2017. « "Parler société" au Cameroun en polémiquant : l'exemple du forum "237 médias" ». *French journal for Media research* (8):1-22.
5. Badouard, Romain. 2018. « Internet ou le pluralisme radical propos recueillis par Anne-Lorraine Bujon ». *Esprit* (450):70-76.
6. Bergami, Pablo, et G. Barbosa. 2017. « Le militantisme numérique: néolibéralisme, Internet et la possibilité d'un ordre mobile ». *L'esprit du temps* 2(81):81-92.
7. Blondeau, O., et L. Allard. 2007. *Devenir média. L'activisme sur Internet, entre défection et expérimentation*. Paris: Ed. Amsterdam.
8. Bourdieu, Pierre. 1991. *Ce que parler veut dire. L'économie des échanges linguistiques*. Paris: Fayard.
9. Cissé, Blondin. 2013. « L'espace public politique ou le lieu de la constrcution déconstructive ». *Cahier sens public* 1(15-16):69-83.
10. De Certeau, Michel, et Ludwig Wittgenstein. 1978. « Une culture très ordinaire ». *Esprit* (22):3-26.
11. Dépelteau, François. 2000. *La démarche d'une recherche en sciences humaines: de la question de départ à la communication des résultats*. Laval: Presse de l'Université Laval.
12. Di Fraia, Guido, et Maria Carlotta Missaglia. 2014. « The use of Twitter in 2013 Italian political election ». *Social Media in Politics. Case Studies on the Political Power* 63-80.
13. Dumont, Hugues, et Mathias El Berhoumi. 2020. *La para-légalité, un concept utile pour différencier les Etats plurinationaux des Etats-Nations In Transformations et résilience de l'Etat. Entre mondialisation et intégration.* Paris: Pedone.
14. Euvé, François. 2016. « Vox populi, vox dei? » *Etude* (7-8):4-6.
15. Flichy, Patrice. 2008. « Internet et le débat démocratique ». *Réseaux* 4(150):159-85.
16. Flichy, Patrice. 2010. « La démocratie 2.0 ». *Etudes* (412):626.
17. Frau-Meigs, Divina. 2017. « Les youtubeurs: les nouveaux influenceurs! » *Nectart* 2(5):126-36.
18. Galand, David. 2005. *Max Milner: L'Envers du visible. Essai sur l'Ombre*. Paris: Seuil.
19. Godin, Seth. 2022. « La loi des grands nombres ». *La vache pourpre* 59-60.
20. Graham, Todd, Marcel Broersma, Karin Hazelhoff, et Guido Van't Haar. 2013. « Between broadcasting political messages and interacting with voters ». *Information, communication and sociéty* 5(16): 692-709.
21. Guiton, Amaelle. 2019. « Réseaux sociaux: ont-ils enterré le débat public? » *Revue projet* (4):26-32.
22. Habermas, Jürgen. 1992a. « L'espace public, 30 ans après ». *Quaderni* (18):161-91.
23. Habermas, Jürgen. 1992b. *L'espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*. Paris: Payot.
24. Jackson, Nigel, et Darren Lilleker. 2009. « Building an architecture of participation? Political parties and web 2.0 in Britain ». *Journal of information technology and politics* 6(3-4):232-50.
25. Katz, Elihu, et Paul Lazarsfeld. 1955. *Influence personnelle: rôle joué par les personnes dans le flux des communications de masse*. New York: La presse libre.
26. Kessier, David. 2012. « Les médias sont-ils un pouvoir ? » *Pouvoirs* 4(143):105-12.
27. Manrique, Manuel. 2011. « Réseauw sociaux et médias d'information ». *Confluences méditarrané* 4(79):81-92.
28. Martinez, Lynda. 2012. *La fin justifie les moyens*. Paris: 7 écrits éditions.
29. Merton, K. Robert. 1957. *Sociology of science: theoretical and empirical investigations*. Chicago: University of Chicago Press.
30. Merton, K. Robert, et Elinor Barber. 2004. *The travels and adventures of serendipity: a study in sociological semantics and the sociology of science*. New Jersy: Princeton University Press.
31. Orwell, Georges. 1949. *1984, Nineteen Eighty-Four*. Londres: Éditions Secker and Warburg.

© 2025 Global Journals

32. Roginsky, Sandrine. 2015. « Les députés européens sur Facebook et Twitter: une ethnographie des usages ». *Communication et langages* (183):83-109.
33. Rouzic, Abbé Louis. 2011. « L'élite, son rôle et sa formation ». *Le Télémaque* 1(39):109-14.
34. Small, Tamara. 2010. « La politique canadienne en 140 caractères: la vie des partis dans l'univers Twitter ». *Revue parlementaire canadienne* 3(33): 41-48.
35. Tarde, Gabriel. 1993. *Les lois de l'imitation*. Paris: Kimé.
36. Umberto, Eco. 2015. « Réseaux sociaux, un torrent d'inepties ? op citée par Jean-Marie Pottier ». *Sciences humaines* 12(331):17.
37. Virfollet, Emilie. 2018. « 40 chiffres à connaitre en France et dans le monde ». *Digimind*.

© 2025 Global Journals