

## **Communication médiatique et promotion des Objectifs du Développement Durable (ODD) en Côte d'Ivoire: Apport de la théorie des représentations sociales**

**Kacou Eugène KOUADIO**

Université Alassane Ouattara (UAO)

Bouaké, Côte d'Ivoire

[eugenekouadio92@gmail.com](mailto:eugenekouadio92@gmail.com)

### **Résumé :**

*Le présent article est une contribution au processus d'ancrage des Objectifs du développement durable (ODD) en Côte d'Ivoire. Il fait une analyse critique de la communication médiatique liée à la promotion des ODD dans la société ivoirienne. Cela est motivé par les quelques difficultés qui font obstacle au processus du programme 2030. Pour mener à bien cette analyse, il est judicieux de comprendre l'essentiel du contenu de la notion de communication médiatique, sans toutefois ignorer d'exposer les contours des ODD. Afin que le tandem communication médiatique et promotion des ODD soit efficace, l'apport de la théorie des représentations sociales est sollicité pour déconstruire les perceptions négatives liées au développement durable. La condition sine qua non qui permet aux professionnels d'information et publicitaires de produire des contenus adaptés aux réalités que vivent les citoyens au quotidien. Toutefois, cela passe par l'acceptation de ces professionnels de médias à ne pas se résigner face au rôle et responsabilité qu'ils ont dans la promotion des ODD. Concrètement, il est question pour les médias de produire des contenus en fonction des représentations que renvoient à la fois la société et ces médias eux-mêmes.*

**Mots - clés :** Communication médiatique – Contenus médiatiques – ODD – OMD - Représentations sociales.

## **Media communication and promotion of the Sustainable Development Goals (SDGs) in Côte d'Ivoire: Contribution of social representations theory.**

### **Abstract**

*This article is a contribution to the process of anchoring the Sustainable Development Goals (SDGs) in Côte d'Ivoire. It critically analyses the media communication related to the promotion of the SDGs in Ivorian society. This is motivated by the few difficulties that are standing in the way of the 2030 agenda process. In order to carry out this analysis, it is useful to understand the essential content of the notion of media communication, without however ignoring the outlines of the SDGs. In order for the tandem of media communication and SDG promotion to be effective, the contribution of social representation theory is sought to deconstruct negative perceptions related to sustainable development. The sine qua non condition that allows information and advertising professionals to produce content adapted to the realities of everyday life. However, this requires the acceptance of these media professionals not to resign themselves to their role and responsibility in promoting the SDGs. In concrete terms, it is a question for the media to produce content according to the representations made both by society and by the media themselves.*

**Keywords:** Media Communication – Media Content – SDG – MDG - Social Representations

## Introduction

Adoptés en 2015 par les Nations Unies (ONU) dans le cadre de l'Agenda 2030, les Objectifs de développement durable (ODD) prenaient la suite des Objectifs du millénaire pour le développement (OMD) qui arrivaient à échéance, avec quelques limites. Les ODD fixent en effet 17 priorités pour un développement économique et social, soucieux de respecter les populations et la planète. C'est ce que note d'ailleurs le rapport<sup>1</sup> de l'ONU sur l'avancée des ODD en 2020 :

Les Objectifs de développement durable (ODD) définissent 17 priorités pour un développement socialement équitable, sûr, d'un point de vue environnemental, économiquement prospère, inclusif et prévisible à l'horizon 2030.

Contrairement aux OMD qui manquaient de transversalité dans ses 08 objectifs, les ODD entendent surmonter les obstacles pour s'attaquer aux grands défis mondiaux traduits en 17 priorités comme indiqué tantôt. Ces 17 priorités s'adressent à des cibles, au nombre de 169 avec 244 indicateurs liés à des objectifs et des actions à mettre en place. Ces indicateurs définis au niveau mondial avec une déclinaison nationale, les gouvernements sont invités volontairement à rendre compte de leur progrès lors du Forum politique de haut niveau (FPHN) pour le développement durable de l'ONU. Cependant, malgré ses nombreux atouts et les espoirs affichés, les ODD présentent également des limites qui pourraient entraver l'atteinte du cap 2030. Une situation, à

---

<sup>1</sup> Rapport 2020 de l'ONU sur l'avancée des ODD, publié le 04/09/2023, le 20/05/2025.

en croire certaines personnes, qui indique que nous ne sommes pas sur la bonne voie pour l'atteinte des ODD d'ici à 2030. C'est du moins, cette inquiétude qu'exprime le secrétaire général des Nations Unies (ONU), Antonio Guterres, quand il met en évidence des difficultés au niveau de la mise en œuvre des ODD : « une croissance inégale, des niveaux d'endettement en hausse, des hausses possibles de la volatilité financière et des tensions commerciales mondiales accrues »<sup>1</sup>. Entre autres difficultés, il souligne que la crise du Covid-19 en 2020 a eu un effet dévastateur sur plusieurs priorités des ODD et risque de compromettre l'Agenda 2030 : « La crise sanitaire, sociale et économique sans précédent causée par la pandémie risque d'aboutir à l'échec du programme 2030 et ses 17 objectifs de développement durable (ODD) »<sup>2</sup>. Pour corroborer cette situation morose, une « étude de la Banque mondiale »<sup>3</sup> relève que les ODD1 ; ODD2 et ODD3 qui parlent respectivement de pauvreté, la faim et de santé sont les plus durement touchés par la pandémie et ses conséquences. Cette étude, en effet, souligne l'impact alarmant de cette crise sanitaire :

Alors que l'on observait déjà un ralentissement du rythme de réduction de la pauvreté dans le monde, elle a augmenté en 2020 pour la première fois depuis plus de 20 ans. En effet, la pandémie de Covid-19 a fait basculer plus de 70 millions de nouvelles personnes dans l'extrême pauvreté.

Dans cette mouvance, le rapport<sup>4</sup> annuel du Sustainable Development Network (SDSN) qui analyse chaque année

---

<sup>1</sup> Idem.

<sup>2</sup> Ibidem.

<sup>3</sup> Op. cit.

<sup>4</sup> Rapport 2022 du réseau SDSN, consulté le 20/05/2025.

la progression de 166 pays dans l'atteinte des ODD, note que des pays du Nord tels que la Suède, le Danemark et la Finlande sont le plus en voie d'atteindre les ODD. Ce même rapport note que la France, quant à elle, est classée 4<sup>ème</sup> après ces trois pays. Malgré tout, souligne le même rapport, ces pays sont confrontés à des défis importants pour atteindre au moins l'un des 17 objectifs et aucun pays n'est en voie d'atteindre tous les ODD. Au regard de cette flopée de difficultés en défaveur des ODD, nous osons croire qu'elles trouvent leurs origines dans les représentations que se font la société sur la question du développement durable en général. On ne peut plus clair, l'ancrage des ODD au sein de la société, pour ne pas dire dans la conscience collective, n'échappe pas aux interprétations de tous ordres qui ne facilitent pas l'atteinte des objectifs de l'Agenda 2030. Comment déconstruire ces représentations, afin de renvoyer une image positive inhérente aux ODD et ses enjeux ? C'est en cela qu'on pourrait faire appel aux médias en tant qu'outils accompagnateurs de toute action de développement conformément au paradigme de la communication pour le développement. Dans ce dynamisme, se pose la problématique de la promotion des ODD telle que portée par la communication médiatique. Parlant de communication médiatique, la plateforme de partage de connaissances, Youmatter<sup>1</sup> souligne le rôle et la responsabilité des médias en tant qu'acteurs essentiels des transformations sociales :

Les médias sont l'un des piliers d'une société démocratique fonctionnelle. Leurs rôles sont multiples : lanceurs d'alerte, contre-pouvoir, outil d'information

---

<sup>1</sup> <https://youmatter.world/fr/categorie-societe/medias-responsabilite-transition-ecologique-sociale-charte/>, publié le 14/09/2022, consulté le 20/05/2025.

et de formation pour les citoyens, relais de la parole scientifique ou de celle des mouvements sociaux ou politiques qui agitent la société... Les médias sont au cœur du débat public, qu'ils contribuent à construire et à orienter autant qu'ils le diffusent.

Dans ce cas d'espèce, quelle posture pour le professionnel de l'information, c'est-à-dire le journaliste qui pratique son métier à travers le canal des médias par rapport à la promotion des ODD ? Que doit-il faire ? Et comment le faire ? De même, quel rôle le publicitaire doit-il jouer, lui également, qui se sert des médias pour rendre visible son métier qui consiste à réaliser des spots publicitaires que ce soit par affichage ou par les canaux audiovisuels ? Dans la même veine, sur la question du rôle que doivent jouer les journalistes dans la transition écologique et sociale, le journaliste Clément Fournier<sup>1</sup> souligne que leur responsabilité à travers les médias est plus que jamais d'informer et de former :

Plus que jamais, nous avons la responsabilité de rendre accessibles les informations liées à ces crises majeures que nous traversons. Rendre accessible, cela signifie prendre du recul, s'adresser à tous, mettre en perspective. Cela signifie aussi être capable de faire le tri dans les multiples discours qui tentent de s'approprier la question écologique, que ces discours soient politiques ou économiques et commerciaux. Rappeler, sans cesse, les ordres de grandeur, l'urgence. Se référer, toujours, à la parole de ceux qui sont les plus légitimes pour expliquer ces crises : les scientifiques.

---

<sup>1</sup> Idem.

Pour y arriver, C. Fournier<sup>1</sup> croit que les professionnels de médias ont le devoir de participer à construire l’imaginaire de la société de demain. C’est à juste titre qu’il écrit :

Nous avons la responsabilité, en tant que média, d’être acteur des nouveaux imaginaires que la société doit se construire pour avancer vers la soutenabilité écologique et sociale. Nous participons à diffuser des symboles, à mettre en lumière des rêves, à créer les tendances. Les personnalités à qui nous donnons la parole, les publicités que nous utilisons doivent donc être en cohérence avec l’urgence de la transition écologique.

Dans ce sens, il ajoute pour dire que les professionnels d’information doivent assumer d’être militants, au sens où ils se doivent de défendre une certaine vision de la société, plus juste et plus écologique. Ils ne peuvent plus se cacher derrière une quelconque excuse du système pour éviter de voir leur responsabilité. Cette référence faite à la contribution des journalistes à construire l’imaginaire de la société pour progresser vers la soutenabilité écologique et sociale nous réconforte dans notre posture à convoquer la théorie des représentations sociales qui visent à faire tomber les stéréotypes liés à la question du développement durable qui portent préjudices à l’atteinte des ODD. Face à ce qu’on qualifierait d’urgence planétaire, comment la communication médiatique peut participer efficacement à l’ancrage promotionnel au sein de notre société ? En la matière, convoquer la théorie des représentations sociales que nous évoquions tantôt pourrait être une solution idoine pour que les médias contribuent avec efficacité à la promotion des ODD. Pour

---

<sup>1</sup> Ibidem.

être plus clair dans notre démarche, nous allons premièrement tenter de comprendre ce que renferme le paradigme de communication médiatique. Dans un second moment, nous allons faire une présentation non exhaustive des ODD. En troisième lieu, il s'agira de faire un exposé sur la théorie des représentations sociales. Enfin en dernière position, montrer comment la théorie des représentations sociales adaptée à la production de contenus médiatiques peut redynamiser la promotion des ODD pour le succès des objectifs à la fin de ce programme 2030.

## **1. Des médias à la notion de société de communication**

Notre sujet de réflexion, sans risque de nous tromper, montre que les médias sont au cœur de la problématique promotionnelle des Objectifs du développement durable (ODD), en Côte d'Ivoire. Cela implique la communication autour des ODD via les médias. Ainsi, ce type de communication qui mobilise les médias n'est rien d'autre que de la communication médiatique.

### **1.1. Comprendre le concept de médias**

Les médias en effet, peuvent être appréhendés comme des moyens de communication entre un émetteur et un récepteur avec présence de rétroaction. Dans ce cas, il s'agit de médias de groupe ou de médias d'intersubjectivité. Cependant, depuis la révolution industrielle (1789), les médias sont devenus des moyens de communication de masse qui se déroule entre un émetteur et plusieurs récepteurs avec absence de rétroaction. A partir de cet instant, les médias deviennent des dispositifs d'information et de communication qui enclenchent le changement social et le changement de comportement. Ces médias pris comme outils, supports, moyens, techniques ou instruments concernent les médias classiques

ou modernes tels que l’affichage, la presse papier, la radio, la télévision, le cinéma, l’Internet, le téléphone et la téléphonie mobile. Ce sont ces médias connus sous le vocable de « mass-médias » plus précisément la radio, la télévision, la presse écrite et l’affichage qui nous intéresse dans cette étude. Lesquels « mass-médias » dont les études ont donné naissance à la « communication de masse » ayant favorisé l’essor des Sciences de l’information et de la communication. Une affirmation corroborée par A. Mucchielli (2006, p.390) quand il écrit : « Les études sur les communications de masse ont été à l’origine des Sciences de l’information et de la communication ». La communication de masse, en effet, « s’est développée en fonction de l’expansion démographique, lorsque l’homme, pour communiquer ses messages à un grand nombre d’autres hommes s’est vu dans la nécessité de multiplier les canaux et d’amplifier les messages » (A. Hénot, 1978, p.76). Dès lors, la communication de masse s’appuie essentiellement sur l’existence de canaux ou médias qui, s’adressant à un grand nombre de personnes prennent le nom de « mass-médias ». Ainsi, nous pouvons comprendre avec l’auteur que la communication de masse est une sorte de « dissémination d’information à des masses de gens par l’intermédiaire de mass-médias » (Idem.).

## **1.2. Les médias comme instruments de la société de communication**

Les médias de masse ou mass-médias au cœur de l’évolution de notre société sont à l’origine de ce que l’on appelle la « société de communication ». Si l’on s’accordait avec Mucchielli, les médias n’existent jamais seuls. Ils se développent ensemble et en même temps que les phénomènes sociaux, culturels, économiques, politiques, etc. qui les ac-

compagnent, les précèdent. C'est pourquoi, il est plus que nécessaire de procéder à un cadrage et à une lecture systématique des faits pour saisir la genèse complexe de cette notion de « société de communication ». A propos de cette « société de communication », A. Mucchielli (Op.cit. pp.11-12) écrit :

La « société de communication », ce n'est donc pas seulement une large diffusion et utilisation des technologies de la communication, une omniprésence des médias, une saturation d'informations et d'images, une utilisation par tous les acteurs sociaux des diverses formes de la communication publicitaire...,c'est aussi une transformation des représentations du monde de tous les acteurs qui ne peuvent plus voir le monde sans ces technologies, ces médias, ces communications publicitaires ou politiques [...], c'est aussi l'intégration psychologique et pratique, par les individus, de différents usages des moyens et des formes nouvelles d'information et de communication[...], c'est aussi une intégration sociale, culturelle, économique et politique, par les organisations et la société tout entière, de ces mêmes moyens et formes de la communication...

Cette réalité de la « société de communication » fait dire à l'auteur que tout phénomène de transformation s'insère dans un ensemble de transformations qu'il faut aussi prendre en compte si on ne veut pas réduire la compréhension à une causalité linéaire simpliste. A travers cette approche définitionnelle de la « société de communication », il veut démontrer et réitérer l'évidence selon laquelle les médias n'existent jamais seuls et se développent avec d'autres phénomènes de la société (phénomènes sociaux, culturels, économiques, politiques, etc.) formant ensemble un système.

C'est donc, de ce système mettant en relation les outils de diffusion de masse et les autres paramètres sociaux que jaillit la « société de communication » considérée comme un nouveau monde. Cela est attesté par l'auteur (p.12) qui ajoute que :

les différentes innovations technologiques, supports de multiples formes de communication, ont permis aux acteurs sociaux, après différents processus de rejet, d'assimilation et d'accommodation, de construire un nouveau monde fait d'un ensemble d'interactions englobant acteurs et médias, c'est ce nouveau monde qui est la « société de communication.

De ce qui précède, nous pouvons affirmer sans risque de nous fourvoyer que depuis leur apparition, les médias évoluent avec notre société, et s'imposent dans le même temps comme le reflet des mouvements à travers le monde. C'est pourquoi, leur présence en tant qu'instruments de diffusion de masse au cœur de la « société de communication » est indispensable pour comprendre le "pourquoi" des choses, des faits ou événements qui se produisent dans le monde. En effet, l'apparition des médias dans notre société a été évolutive ; d'où la notion de temps, d'histoire. Mais dans cette réflexion, nous allons faire l'économie de ces évolutions historiques des médias, étant entendu que chaque pays a son histoire avec les médias. A la suite de cette approche définitionnelle de la notion de « communication et médias », qu'en est-il de l'émergence des ODD ?

## 2. Des Objectifs du millénaire pour le développement aux Objectifs du développement durable

Avant d'aborder proprement parler les Objectifs du développement durable (ODD), il convient de rappeler que conformément à une décennie de conférences et de sommets, les dirigeants du monde ont adopté en septembre 2000, la Déclaration du Millénaire de l'ONU. Cette Déclaration, en effet, exhorte les nations à s'engager en faveur d'un partenariat mondial pour réduire l'extrême pauvreté. Ladite Déclaration fixe des objectifs au nombre de huit dont l'échéance commune prévue pour 2015, appelés Objectifs du Millénaire pour le développement (OMD)<sup>1</sup> qui sont :

- 1- Réduire l'extrême pauvreté et la faim ;
- 2- Assurer l'éducation primaire pour tous ;
- 3- Promouvoir l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes ;
- 4- Réduire la mortalité infantile ;
- 5- Améliorer la santé maternelle ;
- 6- Combattre le VIH/sida, le paludisme et d'autres maladies ;
- 7- Préserver l'environnement ;
- 8- Mettre en place un partenariat mondial pour le développement.

Ces huit objectifs, avant tout, sont liés à des besoins sociaux en fonction des réformes économiques menées par le FMI et la Banque mondiale dans les années 1980 et 1990 (les Programmes d'ajustement structurels). Cependant, les aspects comme l'économie, les villes et les migrations ne sont pas pris en compte. Dès lors, à terme, la communauté mondiale n'a pu dresser qu'un bilan mitigé étant donné les nom-

---

<sup>1</sup> [www.un.org/french/documents/ga/res/55/a55r002f.pdf-A/RES/55/2](http://www.un.org/french/documents/ga/res/55/a55r002f.pdf-A/RES/55/2), consulté le 02/05/2025.

breux besoins à satisfaire. Pour réajuster donc le tir, il était urgent de réfléchir autrement. C'est dans ce contexte que plus de 190 pays ont approuvé les conclusions du 5<sup>e</sup> Sommet de la terre ou Conférence des Nations Unies sur le développement durable, tenu du 20 au 22 juin 2012 à Rio de Janeiro (Brésil). Encore appelé Rio+20, parce que célébrant le 20<sup>e</sup> anniversaire du sommet consacrant le développement durable qui avait eu lieu dans la même ville de Rio en 1992. Les conclusions de Rio+20 consignées dans un document intitulé « L'avenir que nous voulons »<sup>1</sup> soulignent l'importance de progresser vers le développement durable à l'échelle mondiale en définissant les principes et les processus pour y arriver. Ainsi, le 25 septembre 2015, l'Assemblée générale des Nations Unies confirme son engagement à poursuivre la dynamique des OMD en élargissant les objectifs. Donc, les OMD n'ayant pas atteint leurs promesses, un processus de définition de nouveaux objectifs a été lancé pour aboutir à la mise en place des Objectifs du développement durable (ODD). De cette volonté des Nations Unies à redynamiser le processus d'implémentation du développement durable, H. Trabelsi (2018, p.1) constate en écrivant :

L'ONU décide alors d'engager la préparation d'une nouvelle vague d'objectifs, prenant la relève aux OMD, et impliquant non seulement les pays en développement, mais aussi les pays industrialisés : dix-sept « Objectifs de développement durable » (ODD) et 169 cibles, à horizon 2030, sont ainsi adoptés en septembre 2015.

Dès lors, il a été recommandé à chaque pays d'accélérer son processus de développement durable en arrimant ses

---

<sup>1</sup> <https://enseignants.fr>, consulté le 03/05/2025.

stratégies aux ODD. Dans cette optique, l'Etat ivoirien élabore un nouveau Plan de développement (PND 2016-2020). L'unanimité scellée autour des ODD, que peut-on savoir de sa mise en œuvre en Côte d'Ivoire ?

## **2.1. Le contenu des Objectifs du développement durable**

Les ODD constituent un nouveau programme avec pour but principal de réduire la pauvreté, lutter contre les inégalités et de faire face au changement climatique d'ici à 2030. Il comprend 17 objectifs avec une portée beaucoup plus large que les 8 OMD et leurs 21 cibles. En effet, à l'initiative de l'ONU, 193 pays se sont engagés à atteindre 17 objectifs mondiaux qui ont été négociés entre 2012 et 2015.

Pour les experts des Nations Unies, le succès de ce qu'il est convenu d'appeler « l'Agenda 2030 » dépendra d'une action collective, par tous et pour tous. Ce qui voudrait dire que tous les pays et toutes les parties prenantes agiront de concert pour mettre en œuvre ce plan d'action (extrait de l'Agenda 2030)<sup>1</sup>. Selon les principes de cet Agenda, les pays du Nord comme ceux du Sud veilleront à intégrer les ODD dans leurs politiques et leurs stratégies nationales et seront invités à rendre compte annuellement de leurs progrès devant les Nations unies. Les collectivités territoriales, les secteurs public et privé, la société civile joueront également un rôle clé dans cette mise en œuvre. Pour mesurer les progrès réalisés, les ODD sont déclinés en 169 cibles, auxquelles est associée une liste de 244 indicateurs, le tout validé par la Commission statistique de l'ONU en mars 2017 et révisable en 2020 et 2025. Contrairement aux OMD qui étaient centrés principalement sur des thématiques sociales, les ODD couvrent l'ensemble des dimensions du développement du-

---

<sup>1</sup> <https://www.cnis.fr/wp-content/uploads/2017>, consulté le 20/07/2021.

nable, à savoir la croissance économique, l'intégration sociale et la protection de l'environnement. Les États se sont engagés à les atteindre au cours des 15 prochaines années (2016-2030). Une liste d'indicateurs (environ 230) est en cours d'adoption. Chaque pays sera invité par la suite à les adapter en fonction de ses spécificités. Si les OMD ciblaient essentiellement les pays en développement, en particulier les plus pauvres, les ODD quant à eux, sont conçus aussi bien pour les pays riches que pour les pays pauvres. Les ODD font partie du nouveau programme dénommé « le Programme de développement durable à l'horizon 2030 »<sup>1</sup>. Ainsi consignés dans le tableau ci-dessous les 17 ODD :

**Tableau 1:** Les 17 Objectifs du développement durable

<b>Objectif 1</b>	Éliminer la pauvreté sous toutes ses formes et partout dans le monde
<b>Objectif 2</b>	Éliminer la faim, assurer la sécurité alimentaire, améliorer la nutrition et promouvoir l'agriculture durable
<b>Objectif 3</b>	Permettre à tous de vivre en bonne santé et promouvoir le bien-être de tous à tout âge
<b>Objectif 4</b>	Assurer l'accès de tous à une éducation de qualité, sur un pied d'égalité, et promouvoir les possibilités d'apprentissage tout au long de la vie
<b>Objectif 5</b>	Parvenir à l'égalité des sexes et autonomiser toutes les femmes et les filles
<b>Objectif 6</b>	Garantir l'accès de tous à l'eau et à l'assainissement et assurer une gestion durable des ressources en eau

<sup>1</sup> Idem.

<b>Objectif 7</b>	Garantir l'accès de tous à des services énergétiques fiables, durables et modernes, à un coût abordable
<b>Objectif 8</b>	Promouvoir une croissance économique soutenue, partagée et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous
<b>Objectif 9</b>	Bâtir une infrastructure résiliente, promouvoir une industrialisation durable qui profite à tous et encourager l'innovation
<b>Objectif 10</b>	Réduire les inégalités dans les pays et d'un pays à l'autre
<b>Objectif 11</b>	Faire en sorte que les villes et les établissements humains soient ouverts à tous, sûrs, résilients et durables
<b>Objectif 12</b>	Établir des modes de consommation et de production durables
<b>Objectif 13</b>	Prendre d'urgence des mesures pour lutter contre les changements climatiques et leurs répercussions
<b>Objectif 14</b>	Conserver et exploiter de manière durable les océans, les mers et les ressources marines aux fins du développement durable
<b>Objectif 15</b>	Préserver et restaurer les écosystèmes terrestres, en veillant à les exploiter de façon durable, gérer durablement les forêts, lutter contre la désertification, enrayer et inverser le processus de dégradation des sols et mettre fin à l'appauvrissement de la biodiversité
<b>Objectif 16</b>	Promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques et ouvertes aux fins du développement durable, assurer l'accès de tous à la

	justice et mettre en place, à tous les niveaux, des institutions efficaces, responsables et ouvertes
<b>Objectif 17</b>	Renforcer les moyens de mettre en œuvre le partenariat mondial pour le développement durable et le revitaliser

**Source :** <https://unric.org/sites/2020/07/sdgs-french>, consulté le 20/07/2021

Le tableau ci-dessus, indique que les ODD portent sur une multitude de domaines allant de la protection de la planète à l'édification d'un monde plus pacifique, en passant par la garantie donnée à tous de pouvoir vivre en sécurité et dans la dignité. Ils prennent en compte le climat et l'énergie, la vie saine, la gouvernance, la justice, les infrastructures, les modes de production et de consommation durables, l'environnement, etc.

## 2.2. Mise en œuvre des ODD en Côte d'Ivoire

La feuille de route de mise en œuvre des ODD élaborée par le ministère de l'environnement et du développement durable se traduit par le schéma ci-dessous :

## Image 1 : Feuille de route de mise en œuvre des ODD



Source : [www.ins.ci](http://www.ins.ci), consulté le 12/05/2021

Conformément au décret n°2016 du 26 janvier 2016 portant attributions des membres du gouvernement, le ministère de l'environnement et du développement durable « veille à l'intégration des ODD dans l'élaboration et la mise en œuvre de l'ensemble des politiques conduites par le gouvernement ainsi qu'à leur évaluation environnementale ». Sous la coordination du ministère du plan et du développement, le PND 2016- 2020 a pris en compte l'ensemble des 17 ODD dans ses cinq axes. Pour leur mise en œuvre, le gouvernement travaille en synergie avec les autres parties prenantes, à savoir le Parlement, le Conseil économique et social, les collectivités territoriales, le secteur privé et la société civile. Il bénéficie de l'appui des partenaires au développe-

ment notamment des Agences affiliées aux Nations Unies. L'Institut national de la statistique (INS), organe central de production du système statistique national et les services statistiques ministériels sont chargés de produire les indicateurs pour le suivi-évaluation des ODD. Le PND 2016-2020 est le cadre de référence des interventions publiques et privées. Il est également le cadre de mise en œuvre des ODD. Ce nouveau cadre témoigne des efforts déployés par le pays, en vue d'assurer la réalisation des ODD. Cela se concrétise par l'alignement des cinq axes stratégiques du PND 2016-2020 sur les ODD afin de les atteindre dans tous les secteurs comme nous pouvons le voir dans le tableau ci-après :

**Tableau 2 : Alignement des priorités nationales sur les ODD**

<b>OBJECTIFS DE DEVELOPPEMENT DURABLE(ODD) 2016-2020</b>	<b>PLAN NATIONAL DE DEVELOPPEMENT (PND) 2016-2020</b>
<p><b>ODD 11</b> : villes et communautés durables</p> <p><b>ODD 16</b> : Paix, justice et institutions efficaces</p>	<p><b>Axe stratégique 1</b> : renforcement de la qualité des institutions et de la gouvernance</p>
<p><b>ODD 1</b> : pas de pauvreté</p> <p><b>ODD 2</b> : faim "zéro"</p> <p><b>ODD 3</b> : bonne santé et bien-être</p> <p><b>ODD 4</b> : éducation de qualité</p> <p><b>ODD 5</b> : égalité entre les sexes</p> <p><b>ODD 14</b> : vie aquatique</p>	<p><b>Axe stratégique 2</b> : accélération du développement du capital humain et promotion du bien-être social</p>
<p><b>ODD 8</b> : travail décent et croissance Economique</p> <p><b>ODD 12</b> : consommation et</p>	<p><b>Axe stratégique 3</b> : accélération de la transformation structurelle de l'économie</p>

production responsables	par l'industrialisation
<b>ODD 6</b> : eau propre et assainissement <b>ODD 7</b> : énergie propre et d'un coût abordable <b>ODD 9</b> : industrie, innovation et infrastructure <b>ODD 13</b> : lutte contre le changement climatique <b>ODD 15</b> : vie terrestre	<b>Axe stratégique 4</b> : développement des infrastructures harmonieusement réparties sur le territoire national et préservation de l'environnement
<b>ODD 10</b> : inégalité réduite <b>ODD 17</b> : partenariats pour la réalisation des objectifs	<b>Axe stratégique 5</b> : renforcement de l'intégration régionale et de la coopération internationale

*Source* : PND 2016-2020/ Plaidoyer pour la réalisation des ODD en Côte d'Ivoire, Groupe consultatif PND 2016-2020, pp.8-9 (<http://caidp.ci> › uploads, consulté le 09/07/2021).

Avec l'appui du Système des Nations Unies, l'outil RIA (Rapid Integrated Assessment)<sup>1</sup> a permis d'évaluer le degré de prise en compte des ODD et de leurs cibles et dégage les décalages qui devront être corrigés dans les politiques et stratégies nationales. Ainsi, il ressort que sur les 105 cibles concernées (excluant les 43 cibles relatives aux moyens de mise en œuvre, les 19 cibles relatives au partenariat et les cibles 14.6 et 14.7 qui ne s'appliquent pas aux pays en développement), 05 cibles ODD (soit 5%) sont pleinement alignées, 82 cibles partiellement alignées (78%) contre 18 cibles ODD non alignées (soit 17%). Cette analyse a fait l'objet

<sup>1</sup> Rapport National Volontaire sur les ODD - Année 2019.

d'une communication en Conseil des ministres en vue de son adoption par le gouvernement. L'engagement du gouvernement à intégrer les ODD dans les politiques sectorielles et locales se concrétise à travers le renforcement de capacités des acteurs intervenant dans le processus notamment l'administration publique, la société civile, les collectivités, le secteur privé, le parlement, les médias.

### **2.3. Les acquis de la mise en œuvre des ODD en Côte d'Ivoire**

Bien que la mise en œuvre des ODD soit un processus, il est tout de même important de souligner quelques acquis<sup>1</sup> capitalisables :

- la sensibilisation et la forte mobilisation de toutes les parties prenantes ivoiriennes dans la phase préparatoire de la réunion d'adoption de l'agenda 2030 en 2015, concrétisée par la mise en place d'un cadre de concertation nationale multipartite (Gouvernement, Parlement, Conseil Economique et Social, CT, Société civile, Secteur privé, et Système des Nations Unies) ;
- une participation de haut niveau au sommet de New York pour l'adoption de l'agenda 2030 ;
- la réalisation de plusieurs activités de sensibilisation par le MINSEDD ayant touché le parlement, le Conseil Economique et Social, les services de l'Etat, les structures de formation et de recherche, les CT, les préfets de régions et les médias, cela en 2016 et 2017;

---

<sup>1</sup> <http://www.environnement.gouv.ci>, consulté le 09/07/ 2021.

- la formation des cadres du MINSEDD aux outils d'Analyse systémique de durabilité (ASD) et particulièrement sur les grilles de priorisation des cibles des ODD par l'Institut francophone pour le développement durable (IFDD) ;
- l'élaboration et la validation de la stratégie nationale de mise en œuvre des ODD en octobre 2017;
- l'élaboration d'une matrice de base des indicateurs ODD « directement mesurables » par l'INS avec l'appui du PNUD. Cette matrice est en consolidation au niveau des directions de la planification et des statistiques des ministères, selon la Direction générale de l'INS;
- la mise en place du Programme d'appui au développement des chaînes de valeurs inclusives et aux initiatives locales (PACIPIL) par le ministère du Plan et du développement avec l'appui du PNUD. Ce programme vise la réduction de la pauvreté de même que l'amélioration de la sécurité alimentaire et de la résilience des cinq régions du Nord présentant les taux de pauvreté les plus élevés. La composante 1 de ce programme porte sur le développement des capacités des collectivités régionales à planifier, mettre en œuvre et mesurer les actions de développement. Ce projet offre un cadre pilote de mise en œuvre et de suivi des ODD au niveau régional.

Dans le cadre de la mise en œuvre de l'Agenda 2030, la Côte d'Ivoire s'est engagée à produire sa première Revue Nationale Volontaire (RNV) de mise en œuvre des ODD. Ce rapport a été présenté lors du Forum Politique de Haut Niveau sur le développement durable, à New York du 15 au 19

juillet 2019 sous le thème : « Donner des moyens d'action aux populations et assurer l'inclusion et l'égalité ».

Ce rapport rend compte des avancées réalisées au niveau des 17 ODD avec un accent particulier sur les 6 Objectifs de développement durable retenus pour l'édition 2019 à savoir les :

- ODD4 : assurer l'accès de tous à une éducation de qualité, sur un pied d'égalité et à promouvoir les possibilités d'apprentissage tout au long de la vie ;
- ODD8 : travail décent et croissance durable ;
- ODD10 : réduction des inégalités ;
- ODD13 : mesures urgentes pour lutter contre les changements climatiques et leurs répercussions ;
- ODD16 : Paix, justice et institutions efficaces ;
- l'ODD17 : Partenariat pour la réalisation des objectifs.

Ce rapport capitalise les conclusions des études thématiques et des rapports d'évaluations, les consultations avec les parties prenantes, principalement la Société civile, le secteur privé, les collectivités territoriales et les partenaires au développement, de même que les acquis des rapports de suivi de la mise en œuvre du PND2016-2020. Ainsi, pour l'ODD 4, la Côte d'Ivoire a promulgué la loi relative à la Politique de la scolarisation obligatoire (PSO) pour les enfants de 6 à 16 ans en 2015. De plus d'autres initiatives ont permis d'atteindre des résultats probants :

- le taux d'achèvement au primaire est passé de 63,9% à 80,5% entre 2014 et 2018 ;
- le Taux brut de scolarisation au primaire (TBS) est passé de 94,72% en 2013-2014 à 100,5% en 2018-

2019 dont 100,4% pour les filles et 100,5% pour les garçons ;

- au niveau du premier cycle du secondaire, les Taux Brut de Scolarisation sont passés de 53,8% en 2014-2015 à 70,5% en 2018-2019 dont 66,6% pour les filles et 74,4% pour les garçons.

De ce qui précède, nous pouvons remarquer que d'énormes avancées ont été enregistrées dans le cadre du processus d'implémentation du DD en Côte d'Ivoire. En effet, cela a été possible grâce aux cadres institutionnel, juridique et réglementaire créés par l'Etat de Côte d'Ivoire. En outre, la mise en œuvre sectorielle des ODD a également permis de dynamiser le processus. Nous avons aussi noté que les médias font partie intégrante du cercle des parties prenantes au développement durable. Malheureusement, le non-alignement du rôle et des responsabilités de ces outils de communication au processus d'implémentation du DD semble ne pas donner de la visibilité dans leur partition. Cette situation pourrait s'expliquer par le fait que le rôle et la responsabilité des médias ne soient pas officiellement engagés dans la (Loi d'orientation sur le développement durable)<sup>1</sup>. A la suite de cet exposé sur les ODD, nous allons nous pencher sur la théorie des représentations sociales pour en découvrir sa teneur.

### **3. Des origines de la théorie des représentations sociales**

A ce stade de notre réflexion, nous n'allons pas nous attarder sur un exposé exhaustif de la théorie des représentations sociales mais cerner brièvement sa genèse en parcourant quelques aspects de ces compartiments.

---

<sup>1</sup> Loi n°2014-390 du 20 juin 2014 d'orientation sur le développement durable.

### **3.1. De la notion de représentation à la théorie des représentations sociales**

Le concept de représentation naquit vers la fin du XIX<sup>e</sup> siècle avec David Emile Durkheim (1858-1917). Il introduit en effet dans son étude sur les religions et les mythes, les notions de représentations individuelles et représentations collectives (D.T.T. Giang, 2014, p.15). A sa suite, S. Moscovici (1961), sous influence de chercheurs comme D.Lévy- Bruhl, S. Freud, récupère le concept de représentation et présente pour la première fois sa théorie de représentations sociales, à partir d'une vaste étude de doctorat sur la vision qu'avaient les Français à l'époque où les études sur la psychanalyse étaient en vogue. Par rapport à cette étude doctorale menée par Moscovici, N. Groult (2023, p.9) souligne :

Pour ce travail, il mène des entretiens avec des sujets de diverses origines: intellectuels, ouvriers, étudiants, hommes, femmes, de gauche et de droite; il s'attache aussi à étudier ce que produit la presse de toutes tendances à ce sujet. Il en résulte une réflexion fondamentale car elle va lui permettre de formuler la nouvelle théorie et, en même temps, de prendre du recul vis-à-vis de certaines sources de son inspiration.

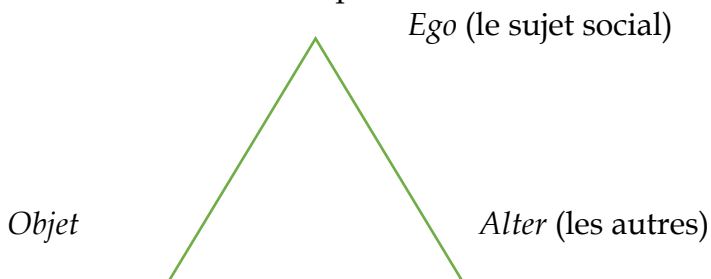
Groult va un peu plus loin avec M. De Alba (2004) en mettant en relief des différences au niveau des caractéristiques des deux postures de la notion de représentation selon Durkheim et Moscovici. Pour lui, les différences les plus importantes entre les deux positions sont que, avec le premier, les représentations sont figées, alors que chez le second elles sont dynamiques et changeantes. L'auteur indique par ailleurs que le rôle et l'importance octroyés à la société et aux individus sont tout à fait différents puisque, dans le cas

de Durkheim, la société impose les représentations et les individus s’y soumettent, tandis que dans la théorie de Moscovici, les sujets utilisent la communication et l’interaction pour former ou transformer les représentations. Dans une tentative de définition, I. Markovà (2003) cité par N. Groult (Op.cit., p.10) reprenant la définition du Petit Robert indique que le mot représentation existe en français depuis le XIII<sup>e</sup> siècle et signifie représenter ou montrer quelque chose aux yeux des autres, comme au théâtre où ce que l’on montre reflète une réalité qui est absente. Toutefois, pour I. Markovà, il convient de souligner les confusions fréquentes qui se produisent au niveau des termes. En effet, les textes qui ont trait aux représentations, que ce soit des articles théoriques ou des rapports de recherche, des mots comme stéréotype, opinion, croyance, idéologie, attitude ou image qui sont utilisés comme synonymes de représentation. Cependant, chacun a son sens particulier et, bien qu’ils aient des points en commun, il ne faut se garder de les confondre. Par exemple, les opinions et les stéréotypes peuvent être inclus dans une représentation mais les attitudes sont comme une des dimensions de la représentation. Ainsi, selon P. Mannoni (1998), les stéréotypes et les préjugés sont élaborés par les groupes et reflètent donc leur point de vue, à un moment donné, sur un objet particulier. Le préjugé est comme une convention sociale, alors que le stéréotype est une image mentale, stable qui résiste aux changements. Par ailleurs, l’opinion est, “de façon générale, d’un côté une formule empreinte d’une valeur sociale que le sujet accepte, de l’autre une prise de position face à un problème, spécifique et qui a un sens social” (S. Moscovici, 1961, p.44). Elle rentre dans le processus de formation des stéréotypes et des attitudes. Pour M. Fishbein et I. Ajzen (1975), les croyances sont des représentations de l’information sur un objet, une personne

ou un groupe que l'on associe à une caractéristique attendue. Elles sont rigides et difficiles à transformer. Elles peuvent être découvertes à partir de ce que les sujets disent ou font. Quant à F. Pajares (1992), il mentionne une série de mots qui sont utilisés comme synonymes de croyance: systèmes d'attitudes, jugements, axiomes, opinions, théories implicites, explicites ou personnelles, stratégies d'action, processus mentaux, stratégies sociales. Ces mots font plus référence, en général, à des constructions personnelles. Dans ce même élan, des chercheurs comme C. Clark et P. Peterson (1990), M.J. Rodrigo, A. Rodriguez et J. Marrero (1993), ainsi que D. Schön (1998) ont travaillé sur le mode de pensée du professeur: celui-ci prend des décisions qui vont guider ses actions à partir de théories implicites, de ses connaissances antérieures, de son vécu personnel. Il peut modifier ses pratiques en fonction des résultats obtenus. S. Moscovici (1961, pp.45-46) définit ainsi, l'image comme "un reflet interne d'une réalité externe, copie fidèle dans l'esprit de ce qui se trouve dehors, c'est une reproduction passive". Par ailleurs, certains auteurs tels que G. Mugny et A. Pérez (1991), V. Dijk (1999) pensent tout comme S. Moscovici (1991) que l'idéologie englobe les représentations qui en seraient des manifestations concrètes. Pour eux, la perception semble alors rester à un niveau plus personnel. Il est important de mentionner qu'une des idées fondamentales de Moscovici était de revendiquer l'importance du savoir issu des connaissances populaires ou du sens commun, du bon sens. Sa théorie est basée en partie sur ce genre de savoir qui est présent dans les conversations de la vie quotidienne mais aussi dans les contes, les mythes, les proverbes. Ce savoir est retransmis de génération en génération grâce à l'interaction et la communication sociales et donc par l'intermédiaire du

langage et du discours des individus. C'est lui qui, très souvent dans un premier temps, sert aux individus et aux groupes auxquels ils appartiennent à pouvoir aborder, comprendre et dominer les nouveaux phénomènes qui les inquiètent et les déstabilisent. Comme le cas de l'apparition du SIDA, et récemment le mariage entre personnes de même sexe. Pour Moscovici selon D. Alba (2004), une représentation sociale est une forme particulière et spécifique de compréhension de la réalité qui nous entoure. Elle peut donc être considérée comme une grille de lecture du contexte de notre vie quotidienne. C'est un acte de construction de théories collectives qui aboutit à des systèmes d'opinions et de croyances propres à une culture et à un groupe, à un moment et un endroit donnés au sujet de phénomènes inscrits dans leur réalité. Cette représentation va toujours être de quelqu'un (un individu, un groupe) au sujet de quelque chose et va se construire grâce au contact avec les autres (à partir de conversations, de lecture de documents, de l'écoute de débats, etc.). Moscovici a représenté cette relation par le schéma suivant:

### Schéma 1 - Construction d'une représentation sociale



**Source :** Noëlle Groult (2017), <https://ut3-toulouseinp.hal.science/hal-04035300v1>, consulté le 02/05/2025

La représentation est un processus actif au cours duquel les objets se transforment en symboles, en signaux de la pensée et qui permet d'arriver à un consensus sur un langage commun au sujet d'un nouvel objet pour, en quelque sorte, l'apprivoiser, le connaître et le rendre familier.

### **3.2. Les dimensions des représentations sociales**

Serge Moscovici (1961) a proposé trois dimensions inhérentes à une représentation sociale. La première, celle qui a été la plus étudiée, est l'attitude qui est interne au sujet mais peut se déduire des actions ou des prises de position. Elle va d'un pôle négatif à un pôle positif et peut être analysée à partir des réponses observables sur le plan cognitif (centrées sur les informations ou les croyances), sur le plan affectif (centrées sur les sentiments ou les émotions) et sur le plan comportemental (centrées sur les intentions d'agir). La deuxième dimension est l'information qui est en relation avec l'organisation des connaissances que possède un groupe au sujet d'un objet social. Elle implique les contenus d'une représentation, elle peut varier en qualité et en quantité en fonction des sources auxquelles le sujet a accès et, dans certains cas, elle peut être remplacée par l'induction. Finalement, le champ de la représentation nous renvoie à l'idée de modèle social qui proposerait un contenu concret ainsi qu'un nombre limité de propositions sur l'objet de la représentation. Ces éléments sont organisés dans une hiérarchie qui les articule et les incorpore aux connaissances antérieures. De ce qui précède, l'on peut comprendre l'influence des représentations sociales puisque les individus et le groupe auquel ils appartiennent ne peuvent échapper à leur influence, même s'ils ont une certaine marge d'action.

### 3.3. La formation et les transformations des représentations sociales

J. Álvarez (2004) a émis l'idée que les représentations sociales sont élaborées par un comité de décisions collectives où chaque proposition individuelle est reliée à l'action du groupe et où chacun peut donner son opinion et en changer. En outre, chaque acteur sait que les autres peuvent avoir des opinions différentes de la sienne. A leur niveau, W. Wagner et F. Elejabarrieta (1996) ont conçu un modèle sociogénétique à partir duquel, ils expliquent le surgissement d'une représentation au cours de plusieurs phases:

- apparition d'un objet inconnu dans le contexte d'un groupe;
- l'objet devient important car il provoque de l'angoisse, de l'intérêt;
- il suscite un processus de communication collective qui élabore et organise les connaissances;
- la représentation prend forme.

L'on voit dès lors que le moteur essentiel pour la création d'une représentation est l'incertitude, la recherche de savoirs pour compenser une certaine ignorance sur un phénomène particulier. En conséquence, les membres du groupe social vont nommer et catégoriser les différents aspects du phénomène, leur attribuer des caractéristiques à partir des expériences et des facteurs sociaux qui sont communs au groupe, grâce à l'interaction et la communication. A propos D. Jo-delet (1989, p.47) écrit :

Nous avons toujours besoin de savoir à quoi nous en tenir avec le monde qui nous entoure. Il faut bien s'y ajuster, s'y conduire, le maîtriser physiquement ou intellectuellement, identifier et résoudre les problèmes qu'il nous pose. C'est pourquoi nous fabriquons des représentations.

Selon P.Moliner (2001), la formation d'une représentation implique trois phases qui provoquent différents processus: sociocognitifs au moment où la représentation se forme en tant que telle, ainsi que des mécanismes de défense quand elle est stabilisée ou en voie de transformation. La première phase serait une période d'émergence au moment où le nouvel objet surgit, de même que de nouvelles connaissances à son sujet. Elle peut être plus ou moins longue en fonction de la quantité d'informations disponible et les possibilités d'interaction. La deuxième phase est celle de la stabilité quand il existe déjà un consensus quant aux informations accessibles et à leur organisation. C'est le moment où les fonctions de la représentation sont en pleine apogée. La phase finale de transformation apparaît quand la représentation ne remplit plus ses fonctions ou quand un phénomène vient changer la situation (N.Groult, 2023, p.14). Mais selon J-C Abric (1994), les représentations peuvent évoluer car les circonstances et les manières d'aborder les faits sociaux changent. En général, cette évolution est progressive. Elle peut cependant être brusque si un phénomène très marquant interrompt l'inertie sociale. Très souvent, la transformation est graduelle car les individus résistent aux changements qui modifient leur cadre de pensée puisqu'ils impliquent un coût élevé du point de vue cognitif. De plus, si une représentation est stable, elle est très utile dans l'optique d'une vie sociale sans soubresauts car les groupes vivent dans le consensus.

### **3.4. Les fonctions des représentations sociales**

S. Moscovici (1961, p.26) résume brièvement les fonctions des représentations sociales en disant que : les « représentations sociales sont un mode de connaissance particulier, dont

la fonction est d'élaborer des comportements et de permettre la communication entre les individus ». En donnant une définition généralement acceptée, D. Jodelet (1989, p.53) ouvre une perspective complète de l'utilité des représentations :

Une forme de connaissance, courante, dite "de sens commun", caractérisée par les propriétés suivantes: 1. elle est socialement élaborée et partagée; 2. elle a une visée pratique d'organisation, de maîtrise de l'environnement (matériel, social, idéal) et d'orientation des conduites et communications; 3. elle concourt à l'établissement d'une vision de la réalité commune à un ensemble social (groupe, classe, etc.) ou culturel donné.

P. Moliner (2001) ajoute qu'une représentation sert à intégrer les connaissances du monde dans des cadres compréhensibles pour les individus, à garantir les relations entre les groupes et à contribuer à la formation des identités sociales. C'est bien pour cette raison que les individus ont tendance à accepter les déclarations ou prises de position de leur propre groupe, en leur octroyant plus de poids, qu'à celles d'un autre car cela les aide à sentir qu'ils font bien partie d'un ensemble d'individus avec lesquels ils ont des points communs. En définitive, une représentation sert à évaluer le contexte social et en conséquence à prévoir les tâches à accomplir et les actions des différents acteurs sociaux ainsi qu'à les justifier a posteriori. S. Moscovici et R. Farr (1984) pensent que les individus font plus appel à la mémoire qu'à la déduction, au passé qu'au présent, à l'image qu'à la réalité, pour mettre en marche toutes les fonctions d'une représentation. Ils utilisent aussi les prototypes et la généralisation, de même que le fait de nommer les objets pour mieux les appréhender et pouvoir les insérer dans un contexte plus ou

moins connu et familier. Ainsi, les membres d'un groupe qui ont la même représentation se forment un code commun, tant au niveau langagier qu'au niveau des actions.

### **3.5. L'objectivation des représentations sociales et leur ancrage**

Dans ses travaux, S. Moscovici (1961) indique que, pour qu'une représentation puisse se former, il faut que les informations disponibles pour les individus passent par deux processus. Le premier est l'objectivation qui rend concret et matériel ce qui est abstrait et intangible. Ce processus donne aux individus l'impression que leur discours sur le monde n'est pas une construction intellectuelle mais simplement le reflet de la réalité qui les entoure. Les sujets réalisent une série d'actions, en sélectionnant des informations qui surgissent au sujet du phénomène perturbateur et ils réorganisent les connaissances; ils les extraient du contexte et finissent par concevoir un noyau central. Le schéma qu'ils obtiennent remplace la réalité et les aide à comprendre le nouveau phénomène et à pouvoir le dominer. L'objet de représentation passe d'un état culturel à un état naturel, d'un schéma conceptuel à un schéma figuratif réel. D'un autre point de vue, Moscovici explique que l'ancrage est l'insertion d'une science dans une hiérarchie de valeurs et d'opérations réalisées par la société et qui intègre l'objet de représentation dans le système de pensée préexistant. Il est donc utile, pour que le groupe puisse créer un cadre commun de références. De plus, il classifie, nomme et organise le contexte. Pour leur part, G. Mugny, A. Quiamzade et E. Tafani (2001), notent qu'il existe différentes formes d'ancrages:

- un ancrage cognitif qui intègre l'objet de représentation aux connaissances antérieures ;

- un ancrage social qui implique le positionnement symbolique de l'objet ;
- un ancrage psychologique inscrit dans des systèmes de valeurs et croyances ;
- un ancrage psychosociologique à l'intérieur de relations de groupes et, finalement ;
- un ancrage sociologique qui insère la situation des individus dans un métasystème de relations de production et de pouvoir symbolique.

Pour W. Doise et A. Palmomari (1986) l'ancrage permet d'incorporer un élément étranger aux individus et qui représente un problème dans le réseau de catégories qui leur sont familières et donc de pouvoir y faire face en le considérant comme partie d'une catégorie qu'ils connaissent.

### **3.6. La structure des représentations sociales**

La structure des représentations sociales est caractérisée par deux dimensions principales : le noyau central et les éléments périphériques. En effet, J-C. Abric a élaboré en 1984, la théorie du noyau central et des éléments périphériques qui reprend l'idée du noyau figuratif de Moscovici, en la transformant et l'enrichissant. Pour lui donc, les représentations sont organisées autour de quelques éléments centraux regroupés dans la structure qu'il appelle noyau central et qui a deux fonctions essentielles: l'une est de produire du sens grâce aux autres structures cognitives de la représentation qui acquièrent une valeur spécifique pour les individus, l'autre est d'organiser tous les éléments périphériques de la représentation autour de ce noyau et de déterminer les relations entre eux. Le noyau permet aux individus de se mettre d'accord sur la définition de l'objet de représentation. Selon deux images bien acceptées, le noyau serait comme un ai-

mant qui attire avec plus ou moins de force les éléments périphériques qui lui servent de parechocs.

Ce sont eux qui vont changer le plus rapidement selon les circonstances externes alors que le noyau résiste beaucoup plus longtemps aux transformations. Ces éléments sont aussi ceux qui indiquent les lignes de conduite pour l'action et les pratiques. On se trouve face à une autre représentation une fois que le noyau central change. Par ailleurs, on peut rencontrer deux représentations différentes car leurs noyaux centraux ont des contenus différents, même si elles ont des éléments périphériques en commun. Cela est lié aux variations individuelles, aux circonstances particulières ou aux diverses optiques des acteurs sociaux. Le noyau central se forme d'abord à partir de l'objectivation puis de l'ancrage. Il est déterminé par l'objet, la relation sujet/objet et le système de valeurs présent dans les normes sociales. Une fois consolidé, le noyau acquiert un statut d'évidence qui n'est pas remis en question (C. Guimelli, 2004). On comprend ainsi pourquoi il est difficile qu'il puisse changer facilement et rapidement. En revanche, les éléments périphériques, qui sont plus flexibles, acceptent les transformations grâce à deux mécanismes. Le premier est la rationalisation qui mène les individus à minimiser la contradiction qui a surgi dans les circonstances externes, ou bien pour en changer le sens. L'autre est la réfutation qui nie l'existence de l'élément perturbateur ou qui lui oppose une autre information. Au terme de ce périple sur la genèse de la théorie des représentations, que pouvons-nous dire de son apport quant à la promotion des ODD dans le contexte des médias.

#### **4. Contenus médiatiques et théorie des représentations sociales dans la promotion des ODD**

Avant d'aller en profondeur dans la dernière étape de cette réflexion, nous allons exposer ce que pensent une partie de la population et des professionnels de médias notamment les journalistes sur la question de développement durable. Des points de vue qui découlent de résultats d'enquêtes menées dans le cadre d'une étude sur la maîtrise du développement durable (DD) et ses enjeux dans le contexte de la Côte d'Ivoire. (E. Kouadio, 2022, pp281-297).

Lesdites enquêtes ont révélé que 86% de consommateurs de médias ont entendu parler du développement durable sans toutefois avoir une idée de son contenu. Aussi, 84% des journalistes interrogés ont estimé la promotion du développement durable relève de la responsabilité de l'État. Pour ceux-ci d'ailleurs, le développement durable, une notion arbitraire au contenu flou ne saurait intéresser les médias. De plus, les médias exécutent des agendas imposés par ceux qui les financent. Une raison majeure qui implique que leurs lignes éditoriales ne cadrent pas toujours avec les objectifs du développement durable. Comme pour soutenir leur indifférence vis-à-vis du DD, ils soulignent que les médias sont guidés par des objectifs de rentabilité économique. Pour justifier ce manque d'engouement en faveur du DD, 81% de consommateurs de médias et 72% de journalistes sont unanimes sur la quasi-absence du DD des contenus médias. Ces postures mettent en lumière la question de la représentation du développement durable dans la société ivoirienne. Quelles représentations renvoient les médias au sujet du DD dans notre société ? Encore moins, quelles possibilités ont les populations, elles qui n'ont aucune idée claire sur son contenu pour se construire une représentation du DD ? Au regard de ces interrogations, nous pensons qu'il est urgent de modi-

fier la perception des médias et par ricochet celle des populations en faveur du DD. Il s'agira de changer la donne par l'activation d'une image positive du DD de sorte à faire converger ses enjeux et principes vers les intérêts des populations. Et cela passe par une articulation efficiente et efficace des ODD dans les contenus médiatiques. La seule alternative qui pourra amener les médias à mieux se représenter le DD, en vue d'impacter positivement la promotion des ODD. Un processus de représentation qui se construit en plusieurs phases selon W. Wagner et F. Elejabarrieta (1996) que nous évoquons un peu plutôt par rapport à leur modèle sociogénétique. Au terme de leurs travaux, les deux chercheurs tirent la conclusion selon laquelle, nous le rappelons, que le moteur essentiel pour la création d'une représentation est l'incertitude, l'envie de rechercher les savoirs pour compenser une certaine ignorance sur un phénomène particulier. Ce qui implique que les membres du groupe social nomment et catégorisent les différents aspects du phénomène, en leur attribuant des caractéristiques à partir des expériences et des facteurs sociaux communs au groupe, grâce à l'interaction et la communication. Comme pour appuyer la position de ces deux auteurs, D. Jodelet (Op.cit.) écrit que :

Nous avons toujours besoin de savoir à quoi nous en tenir avec le monde qui nous entoure. Il faut bien s'y ajuster, s'y conduire, le maîtriser physiquement ou intellectuellement, identifier et résoudre les problèmes qu'il nous pose. C'est pourquoi nous fabriquons des représentations.

Il convient également de rappeler l'idée émise par J. Álvarez (2004) qui stipule que les représentations sociales sont élaborées par un comité de décisions collectives où chaque

proposition individuelle est reliée à l'action du groupe et où chacun peut donner son opinion et en changer. Dans ce processus donc, chaque acteur sait que les autres peuvent avoir des opinions différentes de la sienne. Cette vision dans les rapports sociaux avec pour référence les décisions de groupe calqués sur l'interaction communicationnelle cadre bien avec les principes de la théorie de la communication à double étage (en anglais two-step flow theory) avec son prolongement multi-step flow theory (E. Kouadio et D. N'Goran, 2022, p.192-209 ) En effet, des chercheurs, sociologues pour la plupart comme Theodor Adorno se sont saisi de cette théorie développée par Paul Lazarsfeld et Elihu Katz (1955), afin de redynamiser l'efficacité des médias. Ainsi, ils mettent en place un véritable réseau d'influence qui, à travers des conversations, fait émerger des opinions collectives. Selon le fonctionnement de ce modèle théorique, les médias dans un premier temps intègrent le réseau d'influence composé de leaders d'opinion ayant fait des études dans plusieurs domaines de connaissance. Le grand public qui reçoit les messages a également en son sein des réseaux d'influence. Le message est filtré à plusieurs niveaux pour être consommé par le public. Les leaders d'opinion qui sont intégrés dans des médias influencent indirectement le grand public. Car au sein du grand public, il y a un autre pont de transmission du message. Cela donne les étapes multiples de l'influence des médias sur la société (la multi-step flow theory). (M. Kyanda, 1992). En fin de compte, pour que le grand public accède à un message médiatique, le réseau d'influence du grand public reste perméable aux influences des réseaux médiatiques grâce à la confiance dont ils bénéficient ou par leur spécialisation pour un thème abordé dans un média. Donc logiquement, les médias qui n'intègrent pas des leaders spécialistes qui sont aimés par le grand public manque-

ront d'audience. C'est pourquoi avant d'intégrer les médias, les leaders d'opinion doivent impérativement se forger une personnalité de confiance, accessible, crédible envers les leaders qui restent dans le grand public. De même, ces leaders du grand public doivent développer ces mêmes qualités envers les simples membres du public, afin de s'attirer la sympathie du groupe. (Idem.). Ainsi, dans ce réseau caractérisé par les relations interpersonnelles, les élus locaux, cadres de village, chefs de village, chefs de famille...vus comme leaders d'opinion ont pour rôle d'expliquer les messages médiatiques à leurs communautés. Partant, les médias pourront influencer efficacement les opinions et déclencher le changement social à travers le changement de comportement et de mentalité. Et cela passe préalablement par une appropriation des ODD par les médias, en modifiant leur perception positivement pour permettre à la société de se construire une représentation également acceptable du DD. En s'appuyant bien entendu sur les ODD pour produire des contenus médias en vue d'influer positivement sur la prise de conscience collective. En pratique, cette contribution des médias dans la construction des représentations positives du DD dans notre société passe par la prise en compte dans leurs productions des 17 ODD avec ses 169 cibles, riche en thématiques, comme indiquer dans le tableau<sup>1</sup>, qui cadrent avec les besoins des populations.

En définitive, les médias en tant que reflet de notre société doivent impérativement aider à déconstruire les représentations défavorables au DD en mieux s'accommodant avec les ODD. Toutes ces actions bien entendu se déroulent dans le cadre de la communication médiatique à travers la mobilisation des moyens conformément à ces différents compartiments que sont ; la communication journalistique ; la com-

munication publicitaire et même la communication « hors média ». La communication journalistique renvoie au traitement et la diffusion de l'information au niveau de presse écrite (les journaux papiers), la radio, la télévision et la presse en ligne. Ici, la société de communication dont nous évoquions tantôt a conféré aux journalistes le statut de maîtres incontestés de l'accès aux médias. Dès lors, comme le note A. Mucchielli (2001, p.51), les journalistes ont tiré parti des faiblesses des scientifiques et penseurs et sont devenus les nouveaux maîtres à penser du grand public. Conformément à ce statut il écrit :

Ce sont eux qui sont les vrais témoins de l'histoire en train de se faire, ce sont eux qui commentent les événements à chaud (ce sont les nouveaux pédagogues des masses qui servent à bon escient des intérêts et des émotions de ces masses), ce sont eux qui écrivent des livres à succès, qui discutent d'égal à égal avec des « spécialistes » invités à leurs émissions, qui concoctent les reportages qui vont permettre aux téléspectateurs de se faire une idée « juste » de la réalité, qui organisent des « émissions-dossiers », des « débats contradictoires » où ils tireront les conclusions des disputes des intellectuels sélectionnés.

De même, il cite Beaud (1984, p.298-300) qui ajoute que « grâce aux multiples débats, tables rondes, face-à-face, confrontations, grands jurys qu'ils organisent avec les hommes politiques, ils ont réussi à façonner d'eux-mêmes l'image de techniciens de la politique qu'ils sont désormais les seuls à bien comprendre et expliquer. Au regard de cette capacité de la communication journalistique, il s'agira pour ses acteurs d'orienter désormais leurs productions autour des ODD, afin de contribuer à l'atteinte de ses objectifs à échéance 2030. La communication publicitaire, elle, se pra-

tique via la radio, la télévision, Internet mais surtout avec l’affichage sur les placards muraux, les aéroports, les ports, les gares automobiles, les autobus et véhicules. Quant à la communication « hors média », c’est le type de communication qui permet souvent un ciblage plus précis et une communication plus efficace que la publicité média. Elle se pratique avec des outils comme le sponsoring, le parrainage, le mécénat, au travers desquels des événements peuvent être organisés en fonction des différents thèmes liés aux ODD. Pour y arriver, il appartient aux pouvoirs publics de créer un environnement favorable au développement des médias. Sans oublier des initiatives encourageantes telles que la mise en place de prix de meilleure entreprise de média promoteur des ODD.

## **Conclusion**

Au terme de cette contribution, Il convient de rappeler son but qui est de proposer un canevas théorique, afin de permettre aux médias de contribuer avec efficience et efficacité à la promotion des ODD en Côte d’Ivoire. Notre intention dans cette approche réflexive n’était pas de réinventer l’orthodoxie journalistique et publicitaire mais réveiller la conscience des acteurs de médias relativement au rôle et la responsabilité qui les incombe dans le processus de l’atteinte des objectifs de l’Agenda 2030. Il s’agit pour eux comme le soulignait Clément Fournier de leur rappeler leur devoir de participer à construire l’imaginaire de la société, afin d’avancer vers une transition écologique et sociale. Et cela passe par la déconstruction des interprétations stéréotypées qui se font dans la société en présentant les ODD sous de meilleurs auspices. Donc, c’est de bonne guère que nous

avons convoqué la théorie des représentations sociales, afin de faire tomber ces barrières en termes de stéréotype et préjugés. Ce n'est donc pas un hasard que David Emile Durkheim a défini la notion de représentation comme « un processus actif au cours duquel les objets se transforment en symboles, en signaux de la pensée et qui permet d'arriver à un consensus sur un langage commun au sujet d'un nouvel objet pour, en quelque sorte, l'apprivoiser, le connaître et le rendre familier ». Denise Jodelet complète en disant que la représentation sociale est « une forme de connaissance, socialement élaborée et partagée, ayant une visée pratique et courante à la construction d'une réalité commune à un ensemble social ». Ainsi, le rôle et la responsabilité des acteurs de médias pointés d'un côté et de l'autre, la convocation de la théorie des représentations sociales, nous nous sommes posé la question, comment la communication médiatique peut booster efficacement l'ancrage promotionnel des ODD dans notre société ? La réponse à cette question est pour nous la seule alternative pour susciter une prise de conscience collective en faveur des enjeux des ODD. Ainsi pour rendre claire notre démarche en vue de mieux cerner l'objet à l'étude, nous l'avons structuré en plusieurs étapes notamment la découverte de ce que renferme le paradigme de communication médiatique, la présentation des ODD, un exposé sur la théorie des représentations sociales et montrer en quoi la théorie des représentations sociales adaptées au mécanisme de production de contenus médiatiques peut redynamiser la promotion des ODD pour le succès de l'Agenda 2030. Cela suppose que les médias doivent d'abord se construire des représentations positives du DD à travers l'articulation des ODD dans leurs contenus. Une fois cela établi, les populations qui consomment les médias pourront à leur tour se construire des représentations également posi-

tives pour que l'atteinte des ODD d'ici à 2030 soit une réalité. Toutefois ne peut être possible qu'à travers cette capacité à pouvoir modifier la perception des médias et par ricochet celle des citoyens en faveur des ODD et ses 17 priorités. Il s'agit concrètement de construire une image positive du développement durable, de sorte à faire coïncider ses enjeux et principes aux besoins des populations traduits dans les 17 ODD.

## Bibliographie

- CLARK Christopher, PENELOPE Peterson. 1990, *Procesos de pensamiento de los docentes*. WITTRUCK, MERLIN (ed.). La investigación de la enseñanza III. Barcelona: Paidós, 444-540.
- ĐỖ THỊ THU Giang, 2014, « La théorie de la représentation sociale et son application dans l'étude des représentations de l'autoformation chez les enseignants de français de l'ESCE », *VNU Journal of Science: Foreign Studies*, Vol. 30, No. 1S, pp.15-30.
- DURKHEIM Émile, 1912, *Les formes élémentaires de la vie religieuse*. Paris: Alcan
- FARR Robert, 1992, « Les représentations sociales : la théorie et ses critiques ». In: *Bulletin de psychologie*, tome 45 n°405, 1992. Nouvelles voies en psychologie sociale. pp. 183-188 ([https://www.persee.fr/doc/bupsy\\_0007-4403\\_1992\\_num\\_45\\_405\\_14125](https://www.persee.fr/doc/bupsy_0007-4403_1992_num_45_405_14125)).
- FISHBEIN Martin, ICEK Ajzen, 1975, *Belief, Attitude, Intention and Behavior. An Introduction to Theory and Research*. Reading: Addison-Wesley

- GROULT Noëlle, 2010. *Representaciones y prácticas acerca de la evaluación: el caso de los profesores de francés como lengua extranjera del CELE de la UNAM*, Thèse de doctorat en pédagogie, UNAM, Mexico.
- HENOT Alain, 1978, *Communication 589-101-75, Le Processus de la Communication*, Montréal, Guérin Edition.
- KOUADIO Eugène, 2022, « Médias et développement durable en côte d'ivoire : entre enjeux et ambiguïté », in revue ivoirienne des arts et de la culture, sankofa n° 22, juin 2022, pp.281-297.
- KOUADIO Eugène, N'GORAN Desnos, 2022, « De la « two-step flow theory of communication » à la « multi-step theory » : adaptabilité au fonctionnement des radios rurales locales et radios de proximité pour le développement durable en Côte d'Ivoire », in revue ivoirienne des arts et de la culture, Sankofa n° 23, décembre 2022, pp.192-209.
- MUCCHIELLI Alex, 2001, *Les sciences de l'information et de communication*, Paris, Hachette Supérieur, 3e édition.
- MUCCHIELLI Alex, 2006, *Étude des communications : nouvelles approches*, Paris, Armand Colin.
- MUCCHIELLI Alex, 2006, *Les sciences de l'information et de communication*, Paris, Hachette Supérieur, 6e édition.
- ONU, 2002, *Rapport du Sommet mondial pour le développement durable de Johannesburg*, New York.
- ONU, 2010, *Rapport Pays National du Développement Durable en Côte d'Ivoire dans la perspective de Rio+20, Rio+20, L'avenir que nous voulons, Développement durable*.
- Rapport de la Banque mondiale et du FMI, (2004), *Développement et réduction de la pauvreté*.
- Rapport Stratégie de développement durable*, 2011
- SACRISTE Valérie, 2007, *Communication et médias, Sociologie de l'espace médiatique*, Paris, Foucher.