

Vol. 2, No. 2
Décembre 2025

ISSN 2960-2858
P-ISSN 3006-4414

LES CAHIERS DU LARSOC

REVUE DES SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES
SUR LES SOCIÉTÉS ET LES CIVILISATIONS



**Laboratoire d'Analyse et de Recherche
sur les Sociétés et civilisations
(LARSOC)**

Département d'histoire
Université Alassane Ouattara, Bouaké (Côte d'Ivoire)
01 BP V 18 Bouaké 01
revuecahiersdelarsoc@gmail.com



Les Cahiers du LARSOC, *Revue des sciences humaines et sociales sur les sociétés et les civilisations*

ISSN 2960-2858

P-ISSN 3006-4414

revuecahiersdelarsoc@gmail.com

<https://revuecahiersdu.larsoc.net/>

<https://aurehal.archives-ouvertes.fr/journal/read/id/610041>

<https://sjifactor.com/passport.php?id=23917>

SJIF 2025 = 5.168 (Scientific Journal Impact Factor Value for 2025)



Périodique : semestriel

Vol. 2, No. 2, 2025

COMITÉ ÉDITORIAL

Directeur de publication

SANGARÉ Souleymane

Histoire médiévale de l'Afrique occidentale

Département d'Histoire, Université Alassane Ouattara, Bouaké (Côte d'Ivoire)

Comité de rédaction

Rédacteur en Chef :

KOUAMENAN Djro Bilestone Roméo

Histoire médiévale de l'Europe occidentale

Département d'Histoire, Université Alassane Ouattara, Bouaké (Côte d'Ivoire)

Rédacteur en Chef adjoint :

TRAORÉ Siaka

Histoire moderne et contemporaine

Département d'Histoire, Université Alassane Ouattara, Bouaké (Côte d'Ivoire)

Secrétaire de la rédaction :

YAPI Fulgence Thierry

Histoire de l'Antiquité

Département d'Histoire, Université Alassane Ouattara, Bouaké (Côte d'Ivoire)

Secrétaire adjoint de la rédaction :

YÉO Mitanhatcha

Archéologie

Département d'Histoire, Université Alassane Ouattara, Bouaké (Côte d'Ivoire)

Membres du Secrétariat de la rédaction

KOUAMENAN Djro Bilestone Roméo

TRAORÉ Siaka

GNAMIEN Kouamé Moïse

YAPI Fulgence Thierry

YÉO Mitanhatcha

OULAI Fabrice

FADIKA Massandjè Kano

OUATTARA Issouf

Commissaires aux comptes

YAO Élisabeth

Histoire contemporaine

Département d'Histoire, Université Alassane Ouattara, Bouaké (Côte d'Ivoire)

BROU N'Goran Alphonse

Histoire contemporaine

Département d'Histoire, Université Alassane Ouattara, Bouaké (Côte d'Ivoire)

Trésorière de la rédaction

KRÉ Henriette

Histoire médiévale de l'Europe occidentale

Département d'Histoire, Université Alassane Ouattara, Bouaké (Côte d'Ivoire)

Trésorier adjoint de la rédaction

YAO Koffi Léon

Histoire contemporaine

Département d'Histoire, Université Alassane Ouattara, Bouaké (Côte d'Ivoire)

Web Master

KOUAKOU Kouadio Sanguen

Assistant, Ingénieur en informatique, Université Alassane Ouattara, Bouaké (Côte d'Ivoire)

COMITÉ SCIENTIFIQUE

ADDO Mahamane Addo

Professeur Titulaire, Université Abdou MOUMOUNI, Niamey (Niger)

ALLOU René Kouamé

Professeur Titulaire, Université Félix Houphouët Boigny, Abidjan (Côte d'Ivoire)

ARCHER Maurice

Maître de Conférences, École Normale Supérieure (ENS), Abidjan (Côte d'Ivoire)

ASSANVO Mian K. N. Mathieu

Maître de Conférences, Université Félix Houphouët Boigny, Abidjan (Côte d'Ivoire)

BA Idrissa

Professeur Titulaire, Université Cheikh Anta Diop, Sénégal

BAMBA Assouman

Professeur Titulaire, Université Alassane Ouattara, Bouaké (Côte d'Ivoire)

BAMBA Mamadou

Professeur Titulaire, Université Alassane Ouattara, Bouaké (Côte d'Ivoire)

BINATE Issouf

Maître de Conférences, Université Alassane Ouattara, Bouaké (Côte d'Ivoire)

BORE El Hadji Ousmane

Maître de Conférences, Université des Sciences sociales et de gestion, Bamako, (Mali)

BROU Émile Koffi

Professeur Titulaire, Université Alassane Ouattara, Bouaké (Côte d'Ivoire)

COULIBALY Daouda

Professeur Titulaire, Université Alassane Ouattara, Bouaké (Côte d'Ivoire)

DIAKITÉ Moussa

Professeur Titulaire, Université Alassane Ouattara, Bouaké (Côte d'Ivoire)

DAKITE Samba

Professeur Titulaire, Université Alassane Ouattara, Bouaké (Côte d'Ivoire)

EICKELS Klaus van

Professeur Titulaire, Université Otto-Friedrich de Bamberg, Allemagne

ÉKANZA Simon Pierre

Professeur Titulaire, Doyen honoraire

GADO Alpha Boureima

Professeur Titulaire, Université de Tillabery, Niger

KIÉNON-KABORÉ T. Hélène

Professeur Titulaire, Université Félix Houphouët Boigny, Abidjan (Côte d'Ivoire)

KONATÉ Doulaye

Professeur Titulaire, Université de Bamako, Mali

KONE Issiaka

Professeur Titulaire, Université Alassane Ouattara, Bouaké (Côte d'Ivoire)

KONIN Séverin

Professeur Titulaire, Université Félix Houphouët Boigny, Abidjan (Côte d'Ivoire)

KOUAKOU Edmond Pierre Yao

Maître de Conférences, Université Alassane Ouattara, Bouaké (Côte d'Ivoire)

KOUASSI Kouakou Siméon

Professeur Titulaire, Université de San Pedro, San Pedro (Côte d'Ivoire)

LATTE Egue Jean-Michel

Professeur Titulaire, Université Alassane Ouattara, Bouaké (Côte d'Ivoire)

MORITIÉ Camara

Professeur Titulaire, Université Alassane Ouattara, Bouaké (Côte d'Ivoire)

PARÉ Moussa

Professeur Titulaire, Université Félix Houphouët Boigny, Abidjan (Côte d'Ivoire)

SANGARÉ Souleymane

Professeur Titulaire, Université Alassane Ouattara, Bouaké (Côte d'Ivoire)

SARR Mahamadou Nissire

Professeur Titulaire, Université Cheick Anta DIOP, Dakar (Sénégal)

SEYNI Moumouni

Directeur de Recherches, Université Abdou Moumouni, Niamey (Niger)

SORO Donissongui

Professeur Titulaire, Université Alassane Ouattara, Bouaké (Côte d'Ivoire)

TROH Deho Roger

Professeur Titulaire, Université Alassane Ouattara, Bouaké (Côte d'Ivoire)

COMITÉ DE LECTURE

ADDO Mahamane Addo

Professeur Titulaire, Université Abdou Moumouni, Niamey (Niger)

ALLOU René Kouamé

Professeur Titulaire, Université Félix Houphouët Boigny, Abidjan (Côte d'Ivoire)

ASSANVO Mian K. N. Mathieu

Maître de Conférences, Université Félix Houphouët Boigny, Abidjan (Côte d'Ivoire)

BA Idrissa

Professeur Titulaire, Université Cheikh Anta Diop, Sénégal

BINATE Issouf

Maître de Conférences, Université Alassane Ouattara, Bouaké (Côte d'Ivoire)

BORE El Hadji Ousmane

Maître de Conférences, Université des Sciences sociales et de gestion, Mali

BROU Émile Koffi

Professeur Titulaire, Université Alassane Ouattara, Bouaké (Côte d'Ivoire)

COULIBALY Daouda Pondalla

Maître-Assistant, Université Alassane Ouattara, Bouaké (Côte d'Ivoire)

DÉDÉ Jean-Charles

Maître de Conférences, Université Alassane Ouattara, Bouaké (Côte d'Ivoire)

DIAKITE Moussa

Professeur Titulaire, Université Alassane Ouattara, Bouaké (Côte d'Ivoire)

EICKELS Klaus van

Professeur Titulaire, Université Otto-Friedrich de Bamberg, Allemagne

IBRAH Maman Moutari

Maître-assistant, Université Djibo Hamani, Tahoua (Niger)

KIÉNON-KABORÉ T. Hélène

Professeur Titulaire, Université Félix Houphouët Boigny, Abidjan (Côte d'Ivoire)

KONATE Mahamoudou

Maître de Conférences, Université Alassane Ouattara, Bouaké (Côte d'Ivoire)

KONÉ Yacouba

Maître-assistant, Université Jean Lorougnon Guédé, Daloa (Côte d'Ivoire)

KONIN Séverin

Professeur Titulaire, Université Félix Houphouët Boigny, Abidjan (Côte d'Ivoire)

KOUASSI Kouakou Siméon

Professeur Titulaire, Université de San Pedro, San Pedro (Côte d'Ivoire)

KOUAKOU Edmond Pierre Yao

Maître de Conférences, Université Alassane Ouattara, Bouaké (Côte d'Ivoire)

KOUAKOU N'Dri Laurent

Maître de Conférences, Université Alassane Ouattara, (Côte d'Ivoire)

KALOU épse LODUGNON Hiriey Evelyn Liliane

Maître-assistante, Université Félix Houphouët Boigny, Abidjan (Côte d'Ivoire)

NAMOI Célestine

Maître-Assistante, École Normale Supérieure (ENS), Abidjan, (Côte d'Ivoire)

NOGBOU M'Domou Éric

Maître de Conférences, Université Felix Houphouët Boigny, Abidjan (Côte d'Ivoire)

PARÉ Moussa

Professeur Titulaire, Université Félix Houphouët Boigny, Abidjan (Côte d'Ivoire)

SANGARÉ Souleymane

Professeur Titulaire, Université Alassane Ouattara, Bouaké (Côte d'Ivoire)

SARR Mahamadou Nissire

Professeur Titulaire, Université Cheick Anta DIOP, Dakar (Sénégal)

POLITIQUE ÉDITORIALE

Les cahiers du LARSOC est une revue pluridisciplinaire qui publie des contributions originales (en français, en anglais, en espagnol et en allemand) à la recherche sur l'histoire et filières voisines des sciences humaines et des sciences sociales. Sont particulièrement bienvenues les contributions transcendant les limites entre les époques, espaces géographiques et domaines de recherches établis. La voie de distribution principale est la publication en ligne par article.

PRÉSENTATION DES MANUSCRITS

Les contributions, en texte justifié, doivent être envoyées sous la forme d'un document Word, police Times New Roman, caractère 12, interligne 1,5 et en portrait, pour le corps du texte. Caractère 10 pour les notes de bas de page.

La rédaction refusera, les contributions de moins de 10 pages et celles de plus de 25 pages. Les marges des manuscrits doivent respecter les paramètres suivants : 2,5 cm haut, bas, et 2,5 cm droite, gauche.

La structure des articles se fait selon :

- Article théorique et fondamentale : Titre (15 mots maximum, taille 14, gras et centré), Prénom et NOM de l'auteur (taille 12, gras et centré), Institution d'attache et Adresse électronique (taille 11, centré), Résumé en Français (200 mots maximum, taille 10), Mots-clés (maximum 5, taille 10), Abstract, Key words, Introduction (Justification du thème, Problématique, Hypothèses/Objectifs scientifiques, Approche méthodologique), Développement articulé, Conclusion, Références Bibliographiques.

- Article résultant d'une recherche de terrain : Titre (15 mots maximum, taille 14, gras et centré), Prénom et NOM de l'auteur (taille 12, gras et centré), Institution d'attache et Adresse électronique (taille 11, centré), Résumé en Français (200 mots maximum, taille 10), Mots-clés (maximum 5, taille 10), Abstract, Key words. Introduction (Justification du thème, Revue,

Problématique, Hypothèses/Objectifs scientifiques, Question de recherche), Méthodologie, Résultats et Discussion, Conclusion, Références bibliographiques.

Les articulations de l'article, à l'exception de l'introduction, de la conclusion, de la bibliographie, doivent être titrées et numérotées par des chiffres (exemples : 1. ; 1.1. ; 1.2 ; 2. ; 2.2. ; 2.2.1 ; 2.2.2. ; 3. ; etc.). Pas plus de 3 niveaux. Les tableaux, figures, graphiques, photographies en noir et blanc ou en couleur, seront présentés dans le texte à leur emplacement exact.

CITATION DES AUTEURS

La revue se conforme aux normes éditoriales NORCAMES 2016.

Les références bibliographiques sont intégrées au texte comme suit : mettre entre parenthèses, l'initial (s) du Prénom ou des Prénoms + le Nom de l'auteur + année de publication suivie de deux points + la page à laquelle l'information a été prise. Ex : (S.-P. Ekanza, 2016 : 15).

DANS LE TEXTE : Les passages cités sont présentés en romain et entre guillemets. Lorsque la citation dépasse trois lignes, il faut aller à la ligne, pour présenter la citation (taille 11, interligne 1 ou simple) en romain et en retrait de 2 cm à gauche et à droite.

Les références de citation sont intégrées au texte citant, selon les cas, de la façon suivante :

- (l'initial (s) du Prénom ou des Prénoms + le Nom de l'auteur + année de publication suivie de deux points + la page à laquelle l'information a été prise) ;
- l'initial (s) du Prénom ou des Prénoms + le Nom de l'auteur (année de publication suivie de deux points + la page à laquelle l'information a été prise).

Exemples :

- En effet, le but poursuivi par M. Ascher (1998 : 223) est « d'élargir l'histoire des mathématiques de telle sorte qu'elle acquière une perspective multiculturelle et globale (...), d'accroître le domaine des mathématiques : alors qu'elle s'est pour l'essentiel occupée du groupe professionnel occidental que l'on appelle les mathématiciens (...) ».

- Pour dire plus amplement ce qu'est cette capacité de la société civile qui, dans son déploiement effectif, atteste qu'elle peut porter le développement et l'histoire, S. B. Diagne (1991 : 2) écrit :

Qu'on ne s'y trompe pas : de toute manière, les populations ont toujours su opposer à la philosophie de l'encadrement et à son volontarisme leurs propres stratégies de contournements. Celles-là, par exemple, sont lisibles dans le dynamisme, ou à tout le moins, dans la créativité dont sait preuve ce que l'on désigne sous le nom de secteur informel et à qui il faudra donner l'appellation positive d'économie populaire.

- Le philosophe ivoirien a raison, dans une certaine mesure, de lire, dans ce choc déstabilisateur, le processus du sous-développement. Ainsi qu'il le dit :

« le processus du sous-développement résultant de ce choc est vécu concrètement par les populations concernées comme une crise globale : crise socio-économique (exploitation brutale, chômage permanent, exode accéléré et douloureux), mais aussi crise socio-culturelle et de civilisation traduisant une impréparation sociohistorique et une inadaptation des cultures et des comportements humains aux formes de vie imposées par les technologies étrangères » (S. Diakité, 1985 : 105).

Les sources historiques, les références d'informations orales et les notes explicatives sont numérotées en série continue et présentées en bas de page en indiquant :

Pour la source orale : l'initial (s) du Prénom ou des Prénoms de l'auteur + Nom de l'auteur + lieu + date de l'entretien.

Pour un livre : l'initial (s) du Prénom ou des Prénoms de l'auteur + Nom de l'auteur + année de publication suivie de deux points + pages citées.

Pour un article : l'initial (s) du Prénom ou des Prénoms de l'auteur + Nom de l'auteur + année de publication suivie de deux points + pages citées.

Pour les sources d'archives : il faut mentionner en toutes lettres, à la première occurrence, le lieu de conservation des documents suivi de l'abréviation entre parenthèses, la série et l'année. C'est l'abréviation qui est utilisée dans les occurrences suivantes. Ex. : Abidjan, Archives nationales de Côte d'Ivoire (A.N.C.I.), 1EE28, 1899.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES (PRÉSENTÉES EN ORDRE ALPHABÉTIQUE)

Dans la bibliographie, ne doivent figurer que les références des documents cités, à interligne 1,5 et justifiées, en respectant le protocole suivant :

Pour les sources orales : NOM Prénoms des informateurs + qualité et profession des informateurs + âges des informateurs ou leurs dates de naissance + date, heure et lieu de l'entretien + principaux thèmes abordés au cours des entretiens.

Par exemple : COULIBALY Gberna, *Dozoba* ou Vieux dozo, garant de L'initiation au *Dozoya* de Dagbakpli, 70 ans, 27 janvier 2016, de 16h20 à 17h, Korhogo, Rôle des Dozo dans la crise en Côte d'Ivoire de 2002 et 2011.

Pour les sources d'archives, mentionner en toutes lettres le lieu de conservation des documents, la série et l'année.

Ex. : Abidjan, Archives nationales de Côte d'Ivoire, 1EE28, 1899.

Pour les sources éditées : NOM Prénoms de l'auteur, année de publication, titre du volume (italique), lieu de publication, nom de la société d'édition. Attention à la différence entre l'éditeur, marqué (éd.), et le nom de la société d'édition.

Ex. 1 : FROISSART Jean, 1846, *Chronique de la traison et mort de Richart Deux roy Dengleterre*, éd. et trad. Benjamin WILLIAMS, Londres, S & J Bentley.

Ex. 2 : STUBBS William (éd.), 1882, *Chronicles of the Reigns of Edward I and Edward II*, vol. I, Londres, Longman.

Ex. 3 : *Calendar of Letter-Books of the City of London. Letter-Book H*, Reginald R. SHARPE (éd.), 1907, Londres, John Edward Francis.

Une monographie : NOM Prénoms de l'auteur, année de publication, titre du volume (italique), lieu de publication, nom de la société d'édition.

Ex. : EKANZA Simon-Pierre, 2016, *L'historien dans la cité*, Paris, L'Harmattan.

Ouvrage collectif : NOM Prénoms du ou des auteurs, année de publication (dir), titre du volume (italique), lieu de publication, nom de la société d'édition.

Ex. : MARCHANDISSE Alain, KUPPER Jean-Louis (dir.), 2003, *À l'ombre du pouvoir. Les entourages princiers au Moyen Âge*, Liège, Droz.

Un article de revue : NOM Prénoms de l'auteur, année de publication, titre de l'article (entre guillemets), nom de la revue (italique), volume et/ou numéro, première et dernière pages de l'article.

Ex. : SANGARÉ Souleymane, 2007, « Une famille de serviteurs d'États au Soudan occidental aux XV^e et XVI^e siècles : les Naddi », *Revue ivoirienne d'histoire*, N° 11, p. 102-119.

Un article dans un ouvrage collectif : NOM Prénoms de l'auteur, année de publication, titre de l'article (entre guillemets), dans : prénoms et NOM du ou des directeurs de publication (dir.), titre du volume (italique), lieu d'édition, nom de l'éditeur, première et dernière pages de l'article.

Ex. : GUILLEMAIN Bernard, 2003, « Les entourages des cardinaux à Avignon », dans : Alain MARCHANDISSE, Jean-Louis KUPPER, (dir.), *À l'ombre du pouvoir. Les entourages princiers au Moyen Âge*, Liège, Droz, p. 7-11.

Un mémoire, une thèse, un rapport, document manuscrit, ... : NOM Prénoms de l'auteur, année de soutenance ou de production du document, Titre, type de document, mention de "non publié", Ville de production, Institution d'origine, nombre de pages.

Ex. : ANNAN Elisabeth, 1984, Les mouvements migratoires des populations Akan du Ghana en Côte d'Ivoire, des origines à nos jours, Thèse pour le Doctorat de troisième cycle, non publiée, Abidjan, Université nationale de Côte d'Ivoire, 326 p.

Document internet : de façon générale, la présentation des Ressources Internet se fera selon le modèle de base suivant : Auteur, année de mise en ligne « Titre de la ressource », [S'il y a lieu, ajouter la ressource plus large à laquelle le document cité est rattaché. Il s'agit de l'auteur ou du titre du site ou du document qui contient la ressource.], Adresse URL (date : jour/mois/année de la consultation par l'utilisateur).

Ex. : WARNER Kathryn, 2010, « The Trial and Execution of Thomas of Lancaster », Edward II, Welcome to the site which examines the events, issues and personalities of Edward II's reign, 1307-1327, <http://edwardthesecond.blogspot.de/2010/10/trial-and-execution-of-thomas-of.html> (17/6/2023).

N.B :

- L'auteur pourra se référer aux NORCAMES 2016 pour des cas plus spécifiques.
- Les caractères majuscules doivent être accentués. Exemple : État, À l'effet de ...
- Le non-respect des recommandations ci-dessus entraîne le rejet systématique du manuscrit soumis à évaluation des pairs.
- En vertu du Code d'Éthique et de Déontologie du CAMES, toute contribution est l'apanage de son auteur et non celle de *Les cahiers du LARSOC*. Les responsabilités pénales sont donc à l'actif du contributeur. Les articles sont, cependant, la propriété de la revue.

Rédaction en Chef
Dr. KOUAMENAN Djro Bilestone Roméo
Département d'histoire, Université Alassane Ouattara

SOMMAIRE

Yacouba KONÉ, Logbou Kouso Marie Flora GOSSAN : Méthodes de consolidation du pouvoir Abbasside sous Al-Mansour (754-775)	14-25
Paule Mafotsing FOKWA : La prise en compte socio-économique de l'aspect genre en matière de financement agricole à l'ouest du Cameroun (1980-2011)	26-40
Aboubacar ISSA SEIDI : L'AES et la fin de l'hégémonie occidentale : enjeux et défis sur la sécurité du monde	41-56
Alou KOUYATÉ, Lassana NASSOKO : La vie ascendante comme volonté de puissance chez Nietzsche	57-71
Dembo YANGA : Ziguinchor, carrefour commercial d'hier à aujourd'hui	72-94
Abdoul Razak ABOUBACAR SEYDOU, Hassane HAMADOU, Mouhamadou HALIDOU ZAKARI : Le paysage islamique à Zinder à travers les grands courants doctrinaux et leurs orientations religieuses	95-115
Komenan Janvion KOUAKOU : Vengeance and Trauma in Chris Cleave's <i>Incendiary</i>	116-134
Célestin Désiré NIAMA : La stéréotypie comme construction hégémonique identitaire chez les Vili	135-146
Abdou Karim TANDJIGORA, Awa Yombe YADE : Les obstacles administratifs aux ambitions de « développement » des périphéries au sortir de la colonisation : cas de Bakel (années 1960-1970)	147-161
Mamadou Woury DIALLO : Intermédiaires et intermédiations à Jérusalem au temps des croisades : analyse de quelques occurrences (1095-1291)	162-175
Kouamé Charles Landry KOFFI : Mobilité et exercice du pouvoir royal dans l'Empire songhaï (XV^e-XVI^e siècle)	176-193
Hamidou COULIBALY, Hamidou ZABILOU, Adama DIABATE: Impacts des délestages sur la performance organisationnelle : cas de petites et moyennes entreprises de construction métallique du District de Bamako	194-203
Hamidou COULIBALY, Hamidou ZABILOU, Adama DIABATE: Le manque de motivation, un handicap pour un personnel soignant performant au travail dans les structures publiques du District de Bamako	204-217
Daouda NGOM, Demba GUEYE: De la brutalité langagière dans l'espace médiatico-politique au Sénégal : les enjeux d'une nouvelle tendance communicationnelle	218-227
Kouamé Kossonou Frédéric SECRE: Contribution à l'histoire de l'évangélisation protestante en Gold Coast (1735-1895)	228-251
Jean Théophile EKRA, N'Guessan Olivier KONAN, Elisée Stéphane KOUYO : Numérisation de la commercialisation des médicaments traditionnels africains en Côte d'Ivoire : influence et enjeux	252-271
Sansan Alphonse NOUFE, Salif YEO : Le cosmopolitisme kantien et l'alliance des États du sahel (AES) à l'ère de l'unité africaine	272-286
Daouda DIOP : Ruralité, crise arachidière et stratégies d'adaptation des populations paysannes au Sénégal : (1960-2013)	287-297

Sali FADIMATOU : De commerçantes à entrepreneures politiques : Deux stratégies d'accumulation pour les femmes d'affaires du Nord-Cameroun de 1960 à 2020	298-315
Bombo Suzanne ESSAN, Fabrice ALIMAN : Patrimonialisation des croyances liées à l'eau chez les Éhotilé de Côte d'Ivoire	316-341
Kouadio Yves Stéphane N'GUESSAN, Dié Octave MANIGA : L'exploitation forestière et la création des scieries industrielles de bois en Côte d'Ivoire de 1893-1980	342-351
Fabrice OULAI : Les obstacles au développement du commerce dans les comédies d'Aristophane Ve-IVe siècles av. J.-C. : causes structurelles et conjoncturelles ...	352-369
Lamine FAYE : Guerre et esclavage dans le <i>bilād al-Sūdān</i> : la légitimation d'un nexus dans les sources portugaises du XV^e siècle	370-383
Roger Sylvain BONKOUNGOU : Les difficultés de gestion des équipements marchands dans la ville de Koudougou (Burkina Faso)	384-398
Venance Kouamé GOORÉ : Gouliaga, danse guerrière namanlé en pays yôwlê : sauvegarde d'un patrimoine culturel (XVII^e-XXI^e siècle)	399-415
Félicité PAHO NYA : La représentativité des femmes dans les bureaux des confédérations syndicales des travailleurs au Cameroun pendant la période postcoloniale (1960 à nos jours) : pérennité du patriarcat ou inertie des femmes ?	416-436
Abdou IDRISSE, Alassane HASSIMI : Les dynamiques de l'enseignement de l'histoire dans les établissements secondaires franco- arabe du Niger	437-448
Ta Narcisse TRA BI : Les funérailles en pays gouro : tradition ou modernité	449-466
Ndiouga BENGHA : Maurice Guèye de Rufisque, Sénégal. Le pouvoir d'un maire dans sa ville (1925-1935)	467-482
Paul GUEU : DJAMAO-DJAMO, du cri de ralliement d'un groupe d'agriculteurs à Gouékangouiné dans l'ouest ivoirien au mouvement insurrectionnel en 1974.	483-499
Aboubakar TANAI : Le commerce caravanier de la cola et la transformation du pays Tem (XVIII^e-XIX^e siècles)	500-513
Nogodji Jean YEO, N'Vassoue Roseline AMANI, Manlé SOUMAHORO, Arsène DJAKO : Impacts socio-économiques de la culture de l'anacarde sur les femmes dans le département de Bouaké (centre-cote d'ivoire)	514-525
Akédi Francis DEKA : La Tidjaniyya en Côte d'Ivoire : enjeux internes et diplomatiques d'une confrérie multipolaire	526-542
Yao Séverin KRA, Yao Serge YOBoue : Maladies et soins de santé sur la Côte de l'Or à l'époque de la traite, à l'aune des récits de voyage des XVII^e et XVIII^e siècles ...	543-557
Jacques Kouassi KOUASSI : Le rôle de l'intersubjectivité poppérienne dans le dynamisme scientifique	558-571
Fatoumata BAMBA, Achille César VAH : Islamisation et pratiques culturelles ouest africaines : le poro et le dozoya dans le nord de la Côte d'Ivoire	572-584
Liliane OGOWET : Pratique de l'évaluation pédagogique dans les disciplines scientifiques : source des violences scolaires au premier cycle du secondaire	585-602

Aboukar ABBA TCHELLOU : Conséquences sociopolitiques et économiques de la colonisation dans la partie ouest du bassin du lac Tchad à la fin du XIX^e siècle ...	603-617
Mamadou Mariame DIALLO : Le pèlerinage à La Mecque en Sénégal (XIX^e-début du XXI^e siècle	618-631
Bienvenue Sopia AMON, Olive-Martial Kokoi ASSEU : Communication numérique et actions de développement dans deux collectivités territoriales ivoiriennes	632-654
Kouakou Daniel KOUAME : Die germanische Diplomatie im Dienste der Konfliktlösung: das Beispiel Kaiser Sigismunds während des abendländischen Schismas	655-672

Numérisation de la commercialisation des médicaments traditionnels africains en Côte d'Ivoire : influence et enjeux

Jean Théophile EKRA

Enseignant-Chercheur
Socio-anthropologue de la santé
Département tourisme, espaces et sociétés
Université de San Pedro/ Côte d'Ivoire
ekra.jean@usp.edu.ci

N'Guessan Olivier KONAN

Enseignant-Chercheur,
Géographe du tourisme
Département tourisme, espaces et sociétés
Université de San Pedro/ Côte d'Ivoire
Olivier.konan@usp.edu.ci

Elisée Stéphane KOUYO

Docteur en Socioanthropologie de la santé
Département tourisme, espaces et sociétés
Université de San Pedro/ Côte d'Ivoire
kouyostephaneelisee@gmail.com

Résumé

Cet article vise à analyser l'influence et les enjeux de la vente des médicaments traditionnels africains sur les réseaux sociaux numériques. Pour ce faire, une enquête a été menée par observation directe dans des communautés virtuelles liées à la médecine de tradition africaine, en analysant 55 publications sur Facebook et TikTok sélectionnées selon des critères précis entre Janvier et Août 2025. L'analyse des données collectées montre que la commercialisation des médicaments traditionnels africains sur les réseaux sociaux numériques marque une transition vers une médecine connectée, bouleversant les cadres culturels, économiques et politiques traditionnels. Cette diffusion numérique élargit l'accès à ces produits au-delà des frontières locales, tout en posant des défis majeurs liés à l'authenticité, la sécurité et l'absence de régulation. Ce phénomène transforme les fondements de la médecine africaine traditionnelle, historiquement ancrée dans des pratiques communautaires, spirituelles et relationnelles.

Mots-clés : Médicaments traditionnels, vente, réseaux sociaux numériques, tradithérapeutes, Côte d'Ivoire

Abstract

This article aims to analyze the influence and stakes of the increased sale of African traditional medicines on digital social networks and how it affects the practice of African traditional medicine. To do so, a survey was conducted through direct observation in virtual communities related to African traditional medicine, analyzing 55 posts on Facebook and TikTok selected according to specific criteria between January and August 2025. The analysis of the collected data shows that the marketing of African traditional medicines on digital social networks marks a transition towards connected medicine, disrupting traditional cultural, economic, and political frameworks. This digital dissemination broadens access to these products beyond local borders, while also posing major challenges related to authenticity,

safety, and the lack of regulation. This phenomenon is transforming the foundations of traditional African medicine, historically rooted in community, spiritual, and relational practices.

Keywords : Traditional medicines, Sales, Digital social networks, Traditional healers, Ivory Coast

Introduction

Les médias sociaux numériques occupent une place centrale dans la vie quotidienne et les systèmes de communication d'un grand nombre d'individus, dans le contexte mondial actuel. En effet, nous pouvons relever avec A. F. Agney et B. P. S. Akregbou (2023 : 720) qu'en l'espace de deux décennies, les Réseaux Sociaux Numériques (RSN) se sont imposés comme des modes privilégiés de communication et d'information dans le paysage médiatique. Autrement dit, « en moins de deux décennies, les réseaux sociaux numériques sont devenus des espaces et des instruments centraux des communications entre les individus, et de la production et de la circulation des biens culturels » (J. Pacouret, G. Bastin, et E. Marty, 2024 : 120). Ces auteurs rapportent que le nombre d'utilisateurs des médias sociaux à l'échelle mondiale a connu une évolution significative en une décennie, en passant de 1,5 à 4,6 milliards entre 2012 et 2022.

Devenus le moyen d'expression par excellence des abonnés, les réseaux sociaux numériques affichent des publications de divers ordres (social, médical, économique, éducatif, politique, etc.) présentées sous des formats de vidéos ou d'images titrés ou commentés, selon l'inspiration des auteurs (S. ZOBE, 2019 : 216). Ainsi, installés dans notre quotidien, les réseaux sociaux numériques contrôlent nos vies en devenant le socle de la santé, de l'éducation, de la démocratie et de l'économie (L. Corroy, A. Kiyindou, et F. Barbey, 2015). Compte tenu de cette omniprésence dans les vies quotidiennes, « les médias sociaux avec la multitude de plateformes collaboratives et de partage modifient significativement les modes de vie et les comportements des individus ainsi que des organisations » (T. Amani, 2018 : 2). En la matière, Facebook, Instagram, TikTok, YouTube et autres plateformes débordent les simples cadres d'outils de communication pour être des espaces de construction identitaire et de diffusion de savoirs.

Dans le domaine de la santé, les médias sociaux façonnent les représentations, les pratiques et les discours autour de la santé en offrant des opportunités inédites d'information. En effet, selon M. Akrich et C. Méadel (2009 : 1), « l'internet est un lieu de débats et d'échanges entre patients avec d'intenses discussions permettant une appropriation collective de l'information médicale et la constitution d'une forme d'expertise ». En tant qu'un espace de développement de réseaux de discussion sur la santé, l'internet occasionne la construction des savoirs expérientiels relatifs aux médicaments (S. Aubé et C. Thoër, 2010 : 242). En somme,

les réseaux sociaux influencent les comportements, les perceptions du bien-être, et les rapports au corps, tout en redéfinissant les frontières entre savoir médical et expérience personnelle.

Au niveau de la médecine de tradition africaine, les réseaux sociaux numériques constituent des lieux de circulation et de vulgarisation des « expériences » de la médecine traditionnelle en Côte d'Ivoire (M. B. AKA, 2023). En outre, ces réseaux sociaux numériques jouent un rôle essentiel dans l'internationalisation des médicaments traditionnels informels en ce sens que les tradithérapeutes en font un large usage pour promouvoir leurs produits et élargir leur public (B. Kamissoko, 2025 : 61). Ainsi, à l'heure où les réseaux sociaux redéfinissent les modes de communication, de consommation et de transmission du savoir, la médecine de tradition africaine entre dans une nouvelle ère en sortant des cercles familiaux (communautaires) ou de guérisseurs pour être désormais exposée sur TikTok, Facebook, YouTube ou WhatsApp, où les rituels de soin côtoient les logiques de viralité. Dans ces espaces sociaux numériques, les savoirs médicaux de tradition africaine font l'objet d'une promotion, parfois au détriment des savoirs biomédicaux dits conventionnels. Autrement, M. N. A. B. AKA (2024 : 388) révèle que les échanges en ligne sur la prise en charge de la santé en Côte d'Ivoire s'inscrivent dans une logique de promotion exclusive de la médecine traditionnelle, assortie d'une réfutation de la médecine conventionnelle.

Ces études susmentionnées ont analysé l'usage des réseaux sociaux en lien avec la médecine de tradition africaine en mettant en lumière la résurgence de cette dernière grâce aux outils numériques qui redéfinissent ses modes de transmission, de pratique et de reconnaissance des savoirs médicaux ancestraux. Toutefois, la question des enjeux de la marchandisation des médicaments traditionnels sur les réseaux sociaux reste inexplorée. Avec l'essor du numérique et du commerce en ligne, les circuits de vente des médicaments de tradition africaine se transforment radicalement et on assiste à la numérisation de la commercialisation de ces produits médicaux. Autrement, les outils numériques sont utilisés pour la vente, la promotion ou la gestion de la distribution des médicaments traditionnels africains. Les réseaux sociaux, les plateformes d'e-commerce et les applications mobiles deviennent les nouveaux vecteurs de diffusion, de légitimation et de marchandisation des remèdes traditionnels. L'objectif de cet article est d'analyser la façon dont la vente accrue des médicaments traditionnels africains sur les réseaux sociaux numériques opère une influence sur la pratique de la médecine de tradition africaine, ainsi que les enjeux qui y sont liés.

1. Méthodologie

Cet article émane d'une étude qualitative et inductive menée sur la vente des médicaments de tradition africaine via les réseaux sociaux en Côte d'Ivoire. S'inscrivant dans une posture socioanthropologique, la stratégie de collecte de données a consisté à faire une immersion dans des communautés en ligne (groupes ou pages de vente) en lien avec les activités de médecine de tradition africaine pour effectuer une observation directe (en ligne) des pratiques et discours durant une période de Janvier à Août 2025, sans se livrer à une intervention directe avec les auteurs de ces publications et les usagers.

Le choix des communautés virtuelles d'enquête repose sur une technique d'échantillonnage raisonné avec des critères de sélection, tels que la présence active de vendeurs de médicaments traditionnels africains, des interactions visibles entre vendeurs et clients, la diversité des produits proposés. Dans le même ordre, toutes les publications présentant des produits de santé autres que des médicaments traditionnels africains ont été éliminées de notre échantillon. Les acteurs clés observés concernent les tradithérapeutes (Tradipraticiens) ou vendeurs en ligne de produits traditionnels et les acheteurs. Ainsi, la taille de notre échantillon définie par le principe de saturation empirique se compose de cinquante-cinq (55) publications faites sur Facebook et TikTok.

Les données collectées ont été analysées à l'aide de l'analyse de contenu thématique des documents (vidéos, images, témoignages, commentaires, slogans et récits de guérison, discours sur les produits) délibérément publiés par les auteurs pour en déceler les représentations, les imaginaires, et les dynamiques socioculturelles et économiques à l'œuvre. Le premier pas a consisté au codage thématique selon les thèmes émergents suggérés par les informations mises en ligne, notamment les types de médicaments présentés, les maux censés être soignés, et les stratégies de communication diffusion, de légitimation, et de persuasion. L'analyse thématique de ces contenus a été utile pour comprendre les effets de la numérisation de la vente des produits médicaux sur la pratique de la médecine de tradition africaine et les enjeux culturels, économiques, identitaires et réglementaires qui en découlent.

2. Résultats

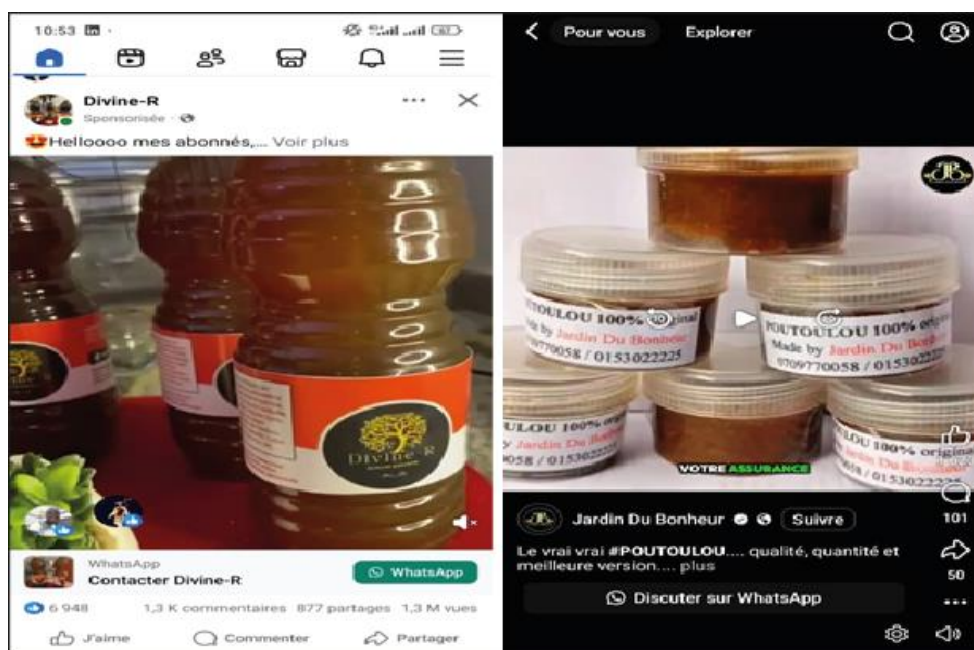
La marchandisation des médicaments traditionnels africains sur les réseaux sociaux numériques en Côte d'Ivoire constitue un phénomène en pleine expansion qui soulève autant d'opportunités que de défis.

2.1.Effets des réseaux sociaux numériques sur la pratique de la thérapeutique africaine

2.1.1. Visibilité accrue des médicaments traditionnels

Les réseaux sociaux numériques révolutionnent la vente des médicaments de tradition africaine. En effet, les tradipraticiens utilisent les plateformes numériques pour présenter leurs produits, souvent sous forme de vidéos démonstratives ou de publications d'images commentées.

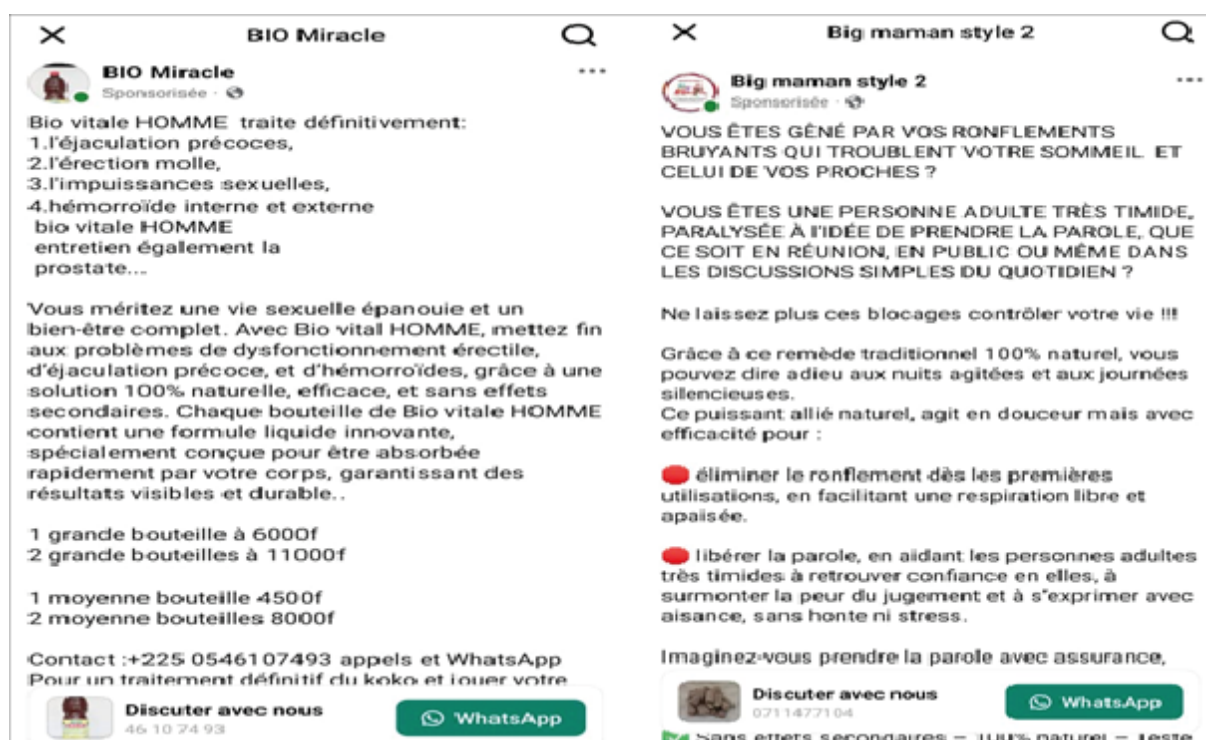
Figure 1 : Capture d'écran de médicaments présentés sur Facebook



Source : Auteurs, enquête sur Facebook, 2025.

Ces présentations sur les réseaux sociaux engendrent une accessibilité élargie des médicaments qui étaient autrefois confinés dans des cercles communautaires restreints. En effet, ces réseaux sociaux numériques permettent aux tradithérapeutes vivant en Côte d'Ivoire de toucher un public mondial sans passer par les circuits pharmaceutiques classiques, tels que la prescription par un médecin généraliste ou spécialiste, la validation pharmaceutique, la dispensation par la pharmacie hospitalière ou pharmacien d'officine. Les algorithmes favorisent ainsi les contenus viraux permettant à certains remèdes de gagner une popularité fulgurante. Les informations mises en avance dans les publications de vente des médicaments de tradition africaine sont généralement la dénomination du remède, les maux censés être soignés/guérés par le produit, les prix, la posologie et les coordonnées de la structure ou du vendeur pour offrir une possibilité de commande.

Figure 2 : Captures d'écran présentant les contenus de publications sur Facebook



Source : Auteurs, Enquête sur Facebook, 2025

2.1.2 Revalorisation économique des médicaments de tradition africaine

La vente en ligne ouvre une nouvelle ère économique pour les médicaments traditionnels africains. Une observation méthodique des publications permet de réaliser que la numérisation de la vente des médicaments traditionnels a révolutionné leur valeur marchande. Ainsi, les prix unitaires des produits affichés par les publications consultées varient dans l'ordre de deux mille francs CFA (2000 FCFA) à cent cinquante mille (150 000 FCFA).

« Ce médicament traite efficacement les cas suivants chez l'enfant (de 1 à 15 ans) : retard de langage, difficulté à parler ; difficultés à articuler ; timidité ; autiste non verbal. Prix : 10 000 fr la boîte ». (Extrait d'une publication totalisant 7782 likes, 967 commentaires et 776 partages)

« Notre Thé est à 15 000 F la boîte de 20 sachets. À consommer le matin avant le repas et au coucher après le repas. Traitement complet : 3 boîtes à 30 000 F au lieu de 45 000 F » (Extrait d'une publication totalisant 90 likes et 7 partages).

« ... le traitement complet est sur 2 mois et sa (ça) coûte 150 mille FCFA. Avec ce traitement, vous allez enceinter facilement votre femme ». (Extrait de publication totalisant 675 likes, 131 commentaires, 102 partages, et 550 mille vues).

Les tradithérapeutes vivant en Côte d'Ivoire semblent avoir trouvé une lucarne intéressante pour tirer au mieux profit de leurs produits médicinaux. On constate qu'il ne s'agit

plus de rémunérations traditionnellement symboliques (100 F, 200 F ou 300F, etc.) ou même presque gratuites, telles que rencontrées chez certains tradithérapeutes dans les marchés de villages, de quartiers, de villes ou communes, et devant être complétées au bon vouloir du malade traité en cas de guérison. La vente en ligne est donc susceptible de générer des revenus considérables pour les détenteurs des savoirs médicaux traditionnels, du moins, pour ceux qui en assurent la commercialisation.

En outre, les prix de ces médicaments sont revus à la baisse en fonction de la quantité de produits demandés par le client. En effet, les publications faites sur Facebook proposent généralement une réduction des prix à partir de deux ou trois produits, ce qui pourrait constituer une stratégie subtile d'incitation du client à en commander au-delà d'une unité :

« Médicament de faiblesse sexuelle et d'éjaculation précoce fait à base de racines et d'écorces de curdant Gouro ! Dîtes adieu aux petits maux du quotidien grâce à la puissance des plantes. [...] Prix : 1 bidon à 10 000 ; 2 bidons à 16 000 ». (Extrait d'une publication totalisant 37 Likes, 11 commentaires et 2 partages)

« Ferelaha en provenance de Korhogo. Le secret des couples (couples) toujours joyeux est là. [...] Résultats visibles après 1 seule dose (dose) seulement. Pas encore essayé ? C'est que t'as (tu n'as) pas vu ce que t'as (tu as) raté. 1 bidon : 5000 FCFA ; 3 bidons : 10 000 FCFA » (Extrait d'une publication totalisant 1039, 196 commentaires, 139 partages)

Toutefois, ces médicaments sont parfois soumis à des prix promotionnels, consistant à revoir à la baisse les coûts économiques des produits pour une période précise décidée par les vendeurs eux-mêmes. Ces propos extraits de publications sur Facebook illustrent bien ce fait :

« Spéciale PROMO. Avez-vous déjà essayé le TANOH BITTER ? TANOH BITTER n'est plus à présenter ! Promo : 4 bouteilles à 10 000f ». (Extrait d'une publication totalisant 143 likes, 64 commentaires, et 422 partages)

« Les boulettes Manphouët sont là pour t'aider naturellement, comme chez nos anciens. [...] Prix de lancement : 2000 FCFA (au lieu de 5000 FCFA) » (Extrait de publication totalisant 310 Likes, 73 commentaires et 92,7 mille vues).

« Découvrez REMEDE du ventre et du colon avec 50% de réduction maintenant + Livraison gratuite. » (Maraba Shop)

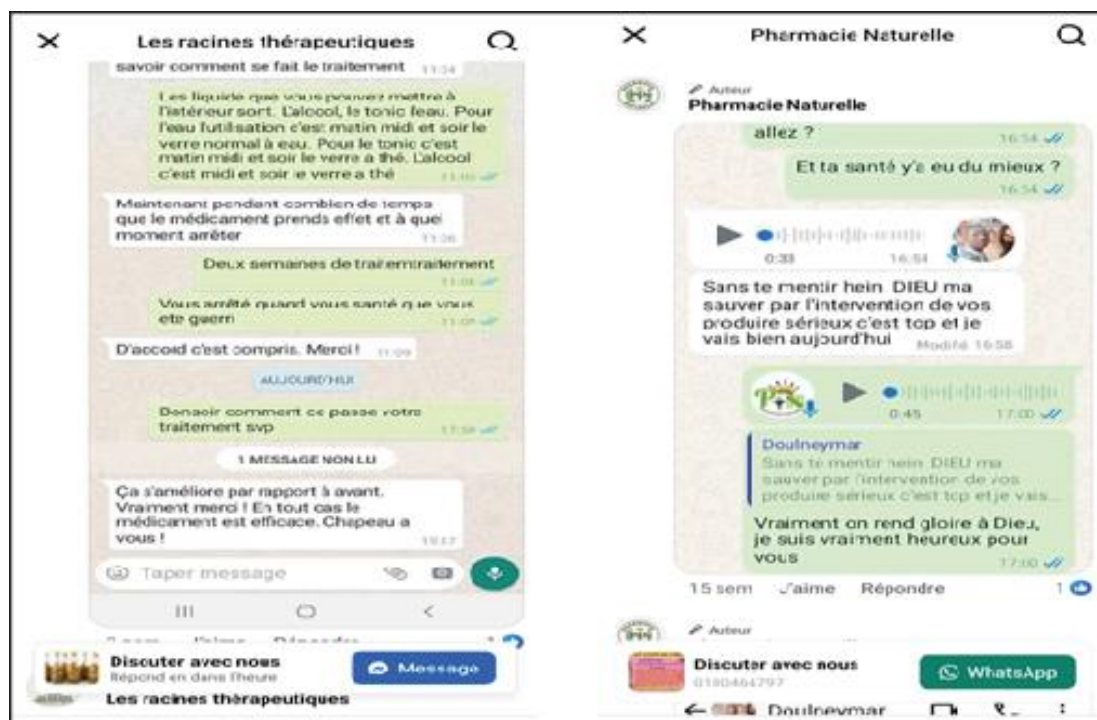
Le soin, autrefois relationnel et situé dans un contexte communautaire/culturel, devient un produit médiatisé, soumis aux règles du marketing digital.

2.1.3 Reconfiguration des relations de soins entre soignant et soigné

Avec l'avènement de la marchandisation des médicaments sur les réseaux sociaux numériques, on enregistre une transformation significative de la relation de soins dans la médecine de tradition africaine. En effet, les dynamiques numériques modernes remodelent la

relation entre patients et tradithérapeutes africains en créant de nouvelles formes d'interaction. Autrefois basée sur une relation de face à face dans un espace réel, la rencontre entre les tradithérapeutes du numérique et leurs patients s'effectue dans un environnement virtuel, notamment des groupes dédiés à la médecine traditionnelle où se déroulent les discussions sur les traitements, les symptômes, et les expériences personnelles.

Figure 3 : Captures d'écran présentant les échanges entre soignants et clients sur WhatsApp



Source : Auteurs, Enquête sur Facebook, 2025

Cela dit, nous passons d'une communauté réelle de soins à une communauté virtuelle où les plateformes numériques, telles que Facebook, WhatsApp, Instagram ou YouTube, deviennent des espaces privilégiés d'échanges entre les tradipraticiens (vendeurs de médicaments traditionnels ?) et clients. Dans cette dynamique, les patients (qui deviennent des clients) découvrent les remèdes en ligne, demandent des détails sur ces produits en ligne, les achètent en ligne, et les utilisent sans avoir vu ou rencontré physiquement le prescripteur.

Cette situation peut présenter certains avantages pour la prise en charge des malades. Dans un premier temps, la numérisation de la vente des médicaments de tradition africaine estompe les barrières géographiques en permettant à ces médicaments d'être accessibles partout sur le territoire national et même international. Les différentes publications ont permis de faire l'expérience du fait qu'un guérisseur ivoirien peut conseiller un client sénégalais, congolais,

béninois, etc. et même en Europe (France), via WhatsApp, Messenger ou même les files de discussions en commentaires sous les publications. Dans un second, ces réseaux sociaux numériques offrent la possibilité au client de partager ses expériences et poser directement des questions aux prescripteurs qui répondent dans un délai réduit à leurs préoccupations sans se déplacer. Cependant, ces soins à distance contribuent à une déshumanisation progressive des soins qui ont lieu dans un cadre nouveau.

En effet, le soin traditionnel, autrefois holistique et communautaire, est réduit à un produit devenu un objet marchand, ce qui en fait perdre sa dimension relationnelle. En outre, la question se corse avec le problème de l'aptitude des clients à diagnostiquer leurs propres maux. Avec la distance occasionnée par la marchandisation des remèdes sur les réseaux sociaux numériques, les clients sont bombardés par une multitude d'informations parmi lesquelles ils doivent choisir ceux correspondant à leur situation. Partant, le diagnostic de maladie relève désormais du ressort du patient qui se doit d'être capable de reconnaître son mal afin de choisir le remède adéquat ou qui lui est adapté.

Il ne s'agit donc plus de médicaments directement et individuellement proposés à un patient à la suite d'une consultation mais de remèdes présentés à un grand public dont chaque individu se doit d'opérer un tri en fonction de ce dont il pense souffrir. Par ailleurs, les discussions postées en commentaires sous les publications pour attester de l'efficacité des remèdes posent un problème de confidentialité des données médicales des patients. Les témoignages et les emballages de livraison postés par les tradithérapeutes divulguent les noms et prénoms des clients consommateurs et, par là même, les maux dont ils sont censés traiter ou souffrir. En dernier ressort, l'accès aux contenus de santé des publications est conditionné par les ressources technologiques, l'alphabétisation numérique et le contexte socio-économique.

2.2. Enjeux de la numérisation de la vente des médicaments de tradition africaine

La vente de médicaments traditionnels sur les réseaux sociaux numériques soulève un ensemble d'enjeux complexes, à la fois éthiques, sanitaires, sociaux et culturels.

2.2.1 Numérisation de la vente des médicaments traditionnels : entre authenticité et persuasion

La numérisation de la vente des savoirs médicaux africains transforme le statut des tradithérapeutes. Ainsi, les thérapeutes de tradition africaine deviennent des entrepreneurs numériques qui gèrent des pages Facebook, des boutiques en ligne, des comptes WhatsApp professionnels. De ce fait, ils répondent aux commandes, organisent des livraisons, et adaptent

leurs produits aux attentes d'une clientèle urbaine, diasporique ou internationale. Dans ce contexte, la pratique de la médecine de tradition africaine apparaît comme une véritable activité économique, tandis que les médicaments deviennent des biens de consommation ordinaires.

En tant qu'entrepreneurs numériques, les guérisseurs s'inscrivent dans une logique de rentabilité économique en cherchant à optimiser la vente de leurs produits à un nombre élevé de clients. Pour optimiser cette vente, les thérapeutes utilisent un discours persuasif en faisant des promesses de guérison, parfois exagérées. Dans une telle dynamique, certains tradithérapeutes vivant en Côte d'Ivoire présentent leurs médicaments comme des solutions « miracles ». Ces extraits de textes provenant des publications sur Facebook illustrent cette identification des remèdes à des traitements miraculeux :

« KAOLIN MIRACLE- Remède puissant contre : Accouchement difficile ; Hernie ombilicale ; Toux, asthme, maux de ventre ; Kystes, fibromes, myomes ; Règles douloureuses ou absentes ; Diabète, tension, prostate ; Pertes blanches et problème de fertilité. C'est puissant et sans effets secondaires ». (Extrait d'une publication totalisant 397 likes, 5 commentaires et 5 partages)

« La poudre magique guérit définitivement l'ulcère et la colopathie. Guérison définitive assurée après 15 jours de traitement » (Extrait d'une publication totalisant 3896 Likes, 958 commentaires, 902 partages, 1,5 millions de vues).

Ces récits mettent en avant des médicaments traditionnels dont les effets de guérison seraient instantanés et infaillibles, voire « magiques ». Cette pensée est renforcée par les qualificatifs employés dans les descriptifs de leurs médicaments. En effet, les adjectifs qualificatifs, tels que « bon », « puissant », « efficace » ou « excellent », associés à des adverbes comme « très » ou « définitivement » sont fréquemment utilisés pour promouvoir (voire, inciter à l'achat) les médicaments traditionnels auprès de la clientèle usagère des réseaux sociaux numériques.

Votre solution naturelle, efficace et puissante, directement depuis Abidjan-Cocody ! Le Defi-okoï efficacement, un puissant mélange de 12 plantes naturelles soigneusement sélectionnées pour nettoyer, renforcer et revitaliser tout le corps. (Extrait d'une publication totalisant 397 likes, 5 commentaires et 5 partages)

« Viens prendre ton caolin pour faire baissé (baisser) la prolactine douleur de sein picotement de sein tous (tous) liquide boule kiste (kyste) dans les seins tous (tous) bobo et bien d'autres produits Abbey le marché Abbey ne tap (tape) jamais poto (poteau)). (Extrait d'une publication totalisant 8928 Likes, 390 commentaires, 529 partages)

Une fois publiés, ces discours tenus dans les vidéos et images commentées sur les réseaux sociaux numériques, loin de décrire simplement les produits proposés, visent à influencer les pensées, les émotions et les actions de leurs auditoires. Pour être persuasifs, les tradithérapeutes connectés basent leurs discours sur une structure narrative solide reposant sur

trois étapes essentielles : élaboration d'une introduction accrocheuse suivie d'un développement argumenté, et d'une conclusion marquante. Ainsi, la plupart des publications consultées commencent par une question rhétorique pour stimuler la réflexion des clients, suivie d'une ou quelques idées argumentatives fortes pour créer de l'empathie, de l'indignation, ou de l'espoir, avant de conclure par une invitation à choisir le produit présenté.

« Avez-vous besoin d'un remède efficace ? Le Fertigouro est un excellent traiteur de spermes qui vous garantie (garantit) un sperme de haute qualité et quantité, et assure la mobilité et l'endurance des spermatozoïdes ». (Extrait d'une publication totalisant 1503 likes, 165 commentaires, 261 partages).

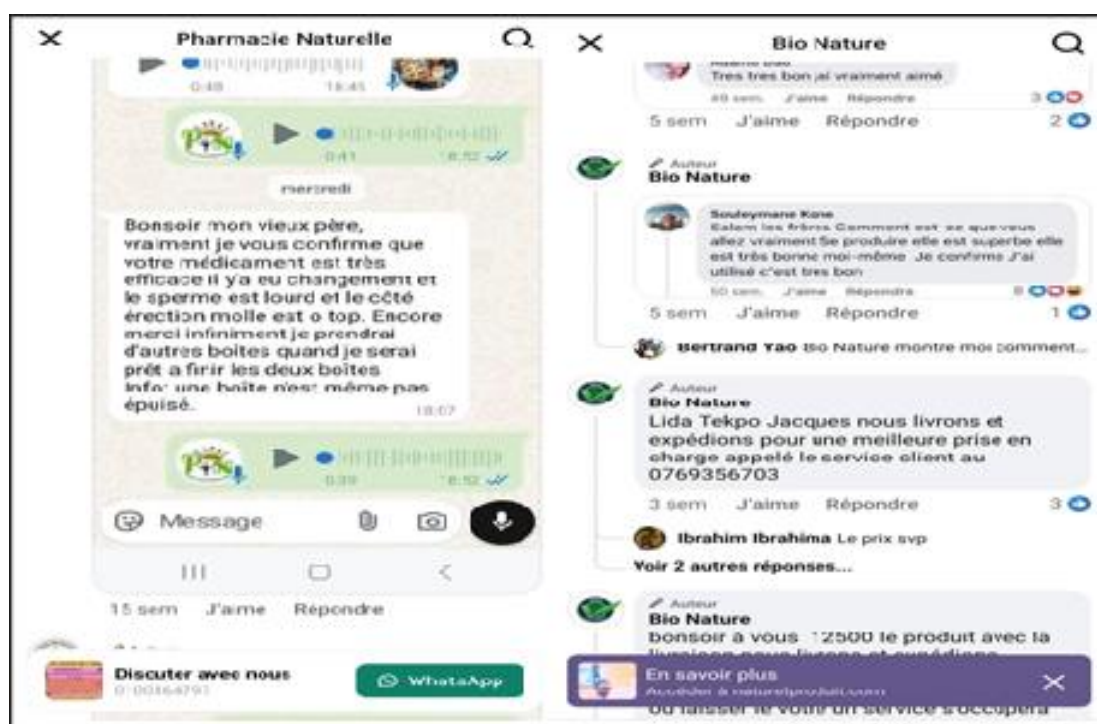
« Vous sentez une baisse d'énergie ou une faiblesse dans votre vie intime ? vous méritez de retrouver toute votre vitalité et votre confiance ! Avec nos produits 100% naturel (naturels), reprenez les commandes de votre bien-être ». (Extrait d'une publication totalisant 385 Likes, 39 partages, 102 followers).

« Cc (Coucou) C'est Ange votre petite kômian qui vous soigne naturellement aujourd'hui j'ai un très bon produit. À ne pas négligé (négliger). Les gars, mousso (femme) parle mal dèh hum !!!! Papitou (le pénis) dort à tout moment, inbox. Koko veut te dja (tuer), inbox. On dit tu vend (vends) l'eau glacé (glacée), inbox. Les go (filles) sont décourager (découragées) de papitou, inbox. Viens te soigner. (Extrait d'une publication totalisant 279 likes, 14 commentaires, et 17 partages, et 7806 vues).

De ces extraits, il convient de relever que certains soignants de la tradition africaine sont moins anodins et exploitent l'émotion et la peur (maladies chroniques, infertilité, etc.) pour vendre des remèdes auprès d'une clientèle en quête de soins. De telles stratégies peuvent introduire des biais quant à la crédibilité thérapeutique des soins vendus sur les réseaux sociaux numériques.

En outre, l'autre stratégie de persuasion consiste à miser sur les témoignages faits par les usagers ayant eu recours à ces produits. Ils sont pour la plupart brandis par les vendeurs de médicaments traditionnels comme des pièces à conviction pour dissiper le doute qui existerait au niveau de ceux faisant la découverte de ces produits. C'est ce qu'attestent ces captures d'écrans suivantes :

Figure 4 : Captures d'écran présentant les témoignages postés par les vendeurs



Source : Auteurs, enquête sur Facebook, 2025

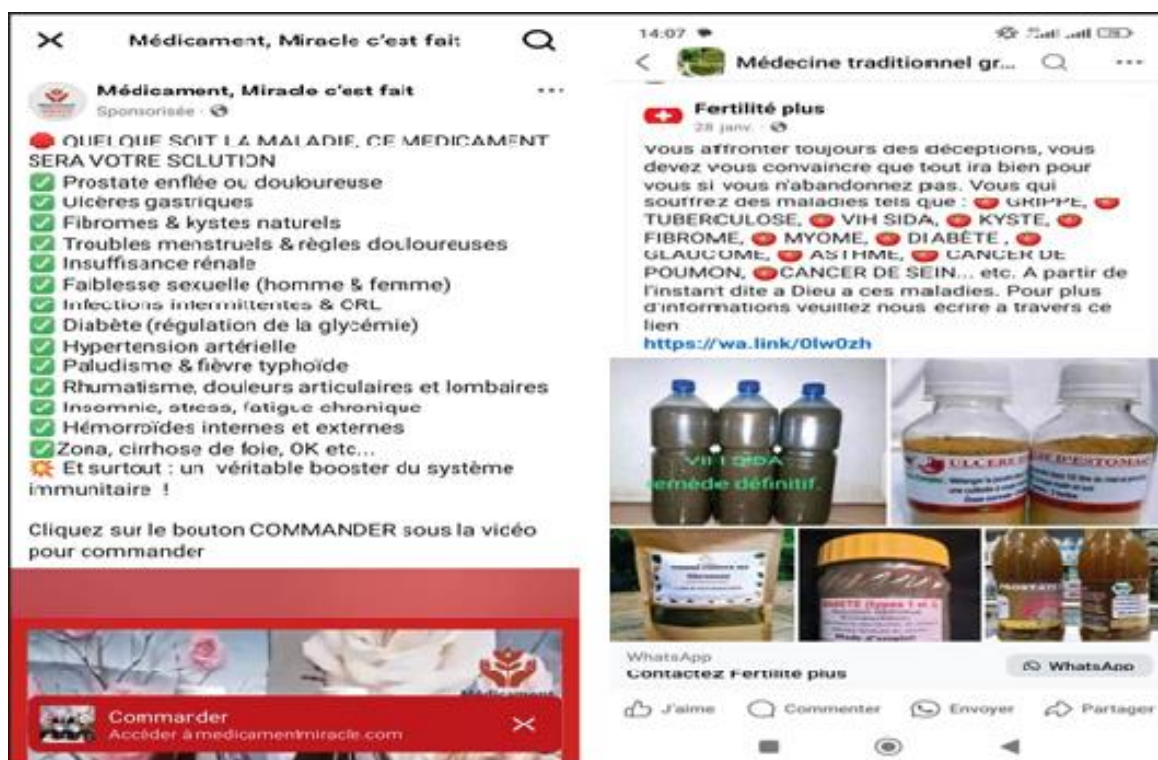
En absence de preuves scientifiques tangibles, les témoignages ou récits de guérison partagés renforcent la légitimité du thérapeute traditionnel et de son médicament auprès de son auditoire. Dans ce contexte, les témoignages deviennent un facteur déclencheur de la confiance chez les clients qui les recherchent souvent avant de s'engager dans l'achat et l'utilisation des produits. Ce faisant, les tradithérapeutes instruits de ces mécanismes de validation sociale incitent les usagers à témoigner. Toutefois, quels peuvent-être les risques d'une telle pratique ?

2.2.2. Risques sanitaires et sociaux

L'introduction du numérique dans la vente des médicaments traditionnels africains soulève des questions fondamentales sur les dynamiques thérapeutiques proposées. Les stratégies de commercialisation des remèdes de tradition africaine employées par les tradithérapeutes sur les réseaux sociaux numériques peuvent déborder largement le cadre d'une stratégie sanitaire et comporter des risques sanitaires et sociaux pour les consommateurs connectés. En reposant essentiellement sur un marketing émotionnel, elle peut favoriser un biais d'exagération des bienfaits des produits vendus en présentant de faux témoignages de guérison miraculeuse ou mise en scène de souffrances évitées. En outre, l'un des risques encourus réside dans l'exploitation de la peur ou du désespoir de certains malades connectés à des fins lucratives. En d'autres termes, dans un contexte de quête économique effrénée, la

commercialisation des médicaments traditionnels africains sur les réseaux sociaux numériques pourrait comporter le risque de formuler des promesses irréelles de solutions rapides face à des maladies graves ou chroniques. En la matière, sur les réseaux sociaux numériques, il n'est pas rare de remarquer la vente de médicaments holistiques qui sont censés guérir le client « *quelque soit* (quelle que soit) *la maladie* », comme l'attestent ces captures d'écran de publications :

Figure 5 : Captures d'écran présentant des médicaments censés guérir tous les maux

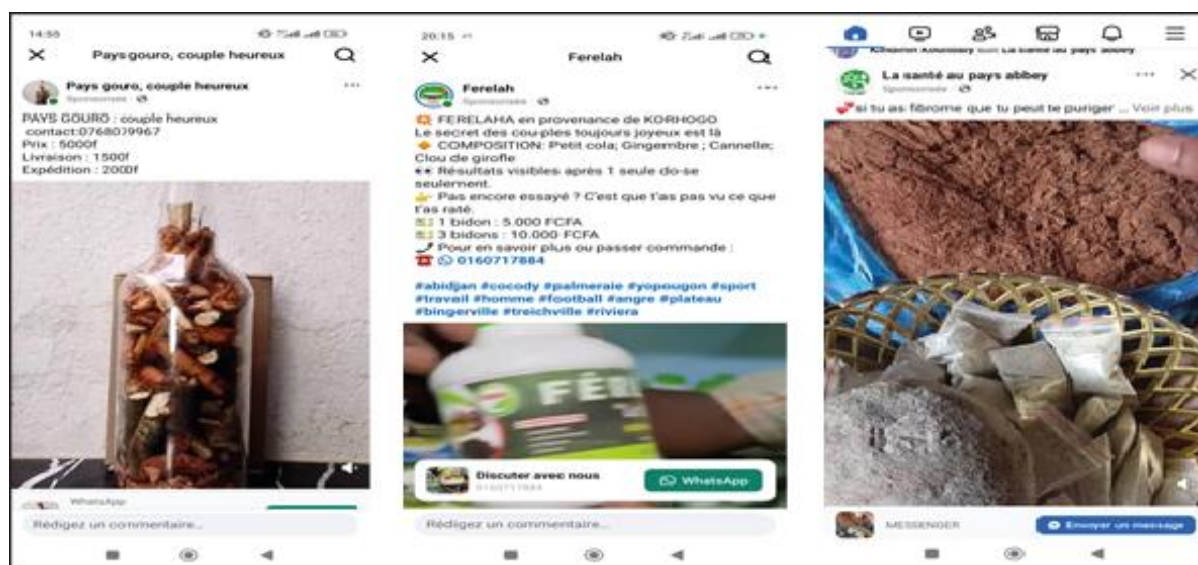


Source : Auteurs, enquête sur Facebook, 2025

Ces promesses miraculeuses constituent parfois des jeux subtils où les guérisseurs stratégiques profitent de la vulnérabilité de certains clients et surtout de l'inexistence de traitement officiel définitif face à certaines maladies pour faire valoir leurs produits. Un autre élément de risque réside dans la possibilité de manipulation de la confiance culturelle des usagers par une référence aux traditions, aux ancêtres ou à des figures spirituelles, et surtout au caractère naturel pour légitimer le produit. La construction de l'authenticité des produits médicaux opère donc par ces références culturelles, ancestrales, mystiques, et naturelles. Loin des communautés traditionnelles de validation sociale, les guérisseurs du virtuel essaient de rattacher leurs produits à celles-ci afin de recréer, dans l'esprit des clients, les liens avec les cadres de référence et d'appartenance traditionnels. D'où l'existence évidente sans doute de l'idée d'associer certains médicaments ou des pages de publications à des aires culturelles traditionnellement reconnues pour leurs pratiques thérapeutiques, à travers des expressions telles que « Médecine

traditionnelle Abbey ou Merveilles Abbey ou encore santé au pays Abbey », « Pays Gouro ou curdent Gouro », « Korhogo Tradimédicale ou en provenance de Korhogo » « puissant médicament traditionnel originaire de Facobly en pays Wobê » ou encore « Le secret des Hommes Intègres ¹ » etc. ; ceci étant peut-être le gage d'un meilleur accès aux populations. Ces captures d'écrans augurent bien cette pensée ci-dessus décrite :

Figure 6 : Captures d'écrans présentant les origines culturelles des médicaments

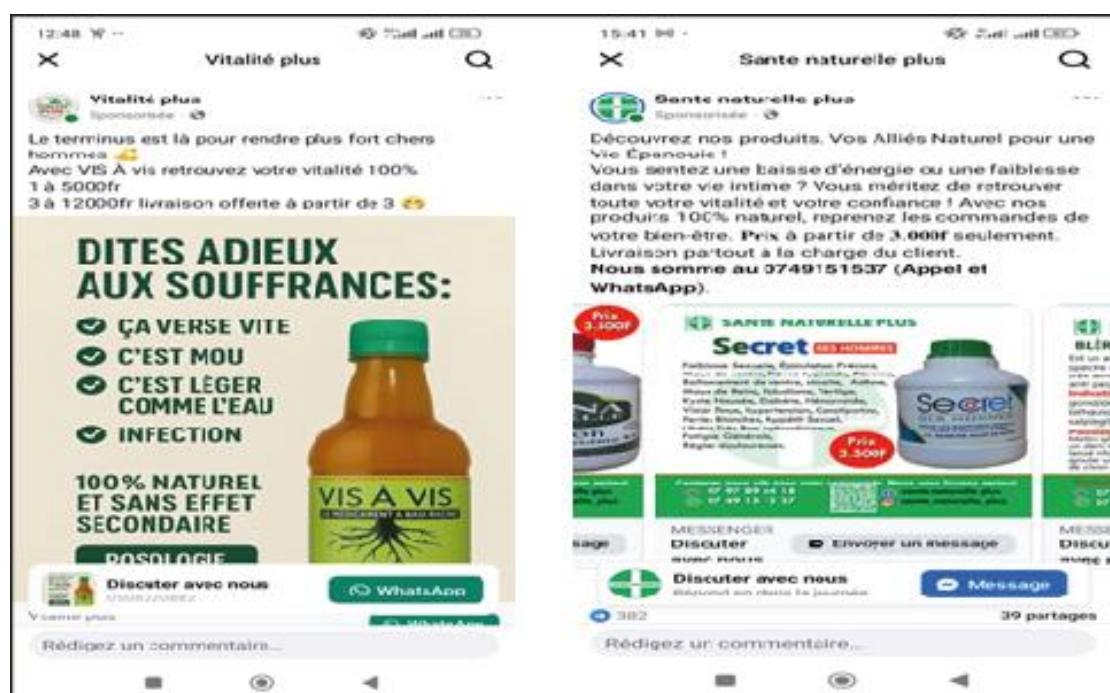


Source : Auteurs, enquête sur Facebook, 2025

Mais dans un contexte de virtualité ou de rencontre en ligne, comment vérifier la validité d'une origine présumée d'un produit, surtout médicamenteux ? Question cruciale qui soulève celle de la place et des enjeux de la responsabilité éthique dans la pratique des médecines traditionnelles sur les réseaux sociaux numériques. Au-delà, c'est la question du caractère naturel des médicaments vendus qui est aussi mise en avant comme argument de vente. Ainsi, tous les médicaments sont présentés comme étant cent pour cent naturel, même quand ils apparaissent reconditionnés et standardisés, à l'instar de ceux présentés sur les captures d'écrans suivantes :

¹ Référence est faite au Burkina Faso (un drapeau burkinabé accompagne la publication).

Figure 7 : Captures d'écrans présentant des médicaments reconditionnés dits naturels



Source : Auteurs, enquête sur Facebook, 2025

De telles présentations des médicaments dans un contexte mercantiliste comporte des risques de manipulation des clients connectés, ce qui pourrait nuire à la crédibilité de la thérapeutique de tradition africaine. En outre, avec la standardisation des remèdes, les recettes deviennent simplifiées, à dosages uniformisés, et servis dans des emballages modernisés. Ainsi, le savoir thérapeutique, autrefois contextualisé et personnalisé, devient un produit générique, prêt à l'emploi. Même si une telle évolution pourrait favoriser une valorisation économique des savoirs traditionnels, elle soulève aussi des questions sur leur authenticité, leur efficacité et leur ancrage culturel. La vente de médicaments traditionnels africains implique donc une éthique de la responsabilité.

2.2.3 Défis éthiques

L'une des questions essentielles que l'on pourrait se poser relativement à la vente des médicaments traditionnels sur les réseaux sociaux numériques concernent les auteurs réels de cette activité et des publications. En effet, le fait que tout individu est capable de faire une publication de vente de médicaments sur les réseaux sociaux numériques pose le problème de la fiabilité des informations véhiculées, pouvant conduire à des risques de désinformation. Si les réseaux sociaux peuvent être un outil puissant de diffusion des connaissances et informations diverses, une vigilance accrue s'impose en matière de santé. L'absence et/ou le

manque de respect de la régulation des informations sur les réseaux sociaux et les plateformes de vente peut exposer les clients à des risques sanitaires, tels que des traitements dangereux ou inefficaces ou produits contrefaits ou mal dosés. C'est dire que cette situation peut engendrer une adhésion collective à des croyances et représentations communes non thérapeutiquement validées par les tradithérapeutes chevronnés. L'un des éléments les plus frappants concerne les informations sur la sexualité masculine véhiculées dans bien de publications sur les réseaux sociaux numériques. Ces informations sont chargées de croyances et représentations viriles, souvent stéréotypées et irréalistes, comme l'illustrent ces extraits de publications de vente suivants :

« *Un vrai garçon, c'est à 4h* » (Extrait d'une publication totalisant 1281 likes, 516 commentaires, et 76 partages)

« *Finis les matchs de 2 minutes, la poudre Energie est là. Faite à base de sept (7) racines de plantes naturelles et de petit cola, la poudre Energie vous octroie des matchs longs pour un enjaillement maximum. [...] Avec la poudre Energie, 2 minutes deviennent 2 heures, jusqu'à ton transport sort dedans* ». (Extrait d'une publication totalisant 903 Likes, 137 commentaires et 67 partages)

« *Regagne ta dignité d'homme avec ce produit conçu pour imposer le respect dans le foyer* » (Secret des hommes).

« *Le vrai POUTOULOU la meilleure qualité. Djoh vient te faire respecter. Vient effacer les frust'rations (frustrations) de ma'dame (madame).....Finir les montés (montées) descendre inutile (inutiles)* ». (Publication totalisant 2140 Likes, 118 commentaires, et 58 partages)

Ces propos lient la sexualité masculine à une activité de démonstration d'endurance, de puissance et de domination sur la femme. Dans ce contexte, la masculinité se mesure à la capacité à être éveillé, notamment à 4 heures du matin, pour des rapports sexuels sans faille et durants avec sa partenaire (2 heures du temps). Une activité sexuelle puissante et endurante devient le baromètre de la masculinité et l'instrument d'imposition du « respect » de l'homme, sinon de sa domination, sur la femme. Une telle représentation constitue une entrave à la promotion d'une sexualité saine et respectueuse. D'ailleurs, tous les hommes ne satisfaisant pas à ces "*nouvelles normes*" de performance sexuelle subissent de subtiles stigmatisations à travers certaines analogies dégradantes faites dans les propos des vendeurs :

« *Adieu les pousser allumé (allumer) et les coups de poulet 30 seconds (secondes). Ça ne se lève pas bien. Tu verse (verses) vite comme un poulet* » (Extrait d'une publication totalisant 578 likes, 84 partages)

« *Finis les 'pousser-démarrer' ! Ferelah te redonne le contrôle du game* ». (Extrait d'une publication totalisant 1039, 196 commentaires, 139 partages)

Un manquement à cette sexualité idéalisée fait de l'auteur un homme identifiable à « *un poulet* » ou un véhicule en dysfonctionnement nécessitant une imminente réparation. De telles croyances

et représentations sont susceptibles d'avoir des répercussions négatives sur l'estime de soi des clients en créant des attentes irréalistes sur la performance sexuelle.

Par ailleurs, les figures d'autorité médicales traditionnelles (guérisseurs communautairement reconnus, maîtres initiés) sont concurrencées par des vendeurs opportunistes, parfois sans formation ni légitimité. Autrement, en devenant une activité entrepreneuriale, la vente en ligne des médicaments de tradition admet des non-initiés dans la pratique du métier de tradithérapeutes, comme l'indique cette invitation sur Facebook et présentée à travers cette capture d'écran :

Figure 8 : Captures d'écrans présentant une invitation à l'endroit des revendeurs



Source : Auteurs, enquête sur Facebook, 2025

Ceci dit, « les entrepreneurs & revendeurs » voulant se « lancer dans un commerce rentable » sont invités à se procurer des médicaments en grande quantité « à des prix avantageux » afin de les revendre auprès d'autres consommateurs. Il en résulte que la thérapeutique de tradition africaine connectée serait une pratique de spécialistes et de profanes. Cette logique marchande est susceptible d'entraîner une perte de l'authenticité des produits en poussant certains thérapeutes, entrepreneurs ou revendeurs à modifier les formules, les récits

ou les usages pour les adapter aux attentes du marché. Elle suppose également un risque d'expropriation culturelle, processus par lequel des marques extérieures peuvent s'approprier des remèdes ancestraux sans reconnaissance ni compensation pour les communautés d'origine.

3. Discussion

Cette étude met en lumière les enjeux de la vente des médicaments traditionnels sur les réseaux sociaux numériques en Côte d'Ivoire. Elle souligne la visibilité accrue des médicaments de tradition africaine engendrée par l'utilisation des plateformes par les tradithérapeutes pour présenter leurs produits sous forme de vidéos démonstratives ou de témoignages clients. Cette conclusion réactualise celles des travaux antérieurs (M. B. AKA, 2023 ; B. Kamissoko, 2025) qui ont relevé que les réseaux sociaux numériques favorisent la circulation et la vulgarisation des savoirs et produits médicaux de tradition africaine au niveau national et international en permettant aux tradithérapeutes de les promouvoir auprès d'un public encore plus large. En outre, la visibilité instaure l'activité thérapeutique africaine dans une nouvelle ère économique en revalorisant les prix de vente de ces produits médicaux. B. Kamissoko (2025) fait remarquer le recours aux réseaux sociaux numériques permet aux centres thérapeutiques d'atteindre une clientèle hors des frontières et de nouer des partenariats commerciaux étrangers. Partant, la commercialisation des produits médicaux traditionnels sur les réseaux sociaux numériques engendre ainsi un « mode d'emploi existentiel », c'est-à-dire un travail intéressant ayant du sens pour ceux qui l'exercent et tout en générant en même temps des revenus (De Gaulejac, 2003 : 37).

Toutefois, le dépassement opéré par cette étude s'inscrit tout d'abord dans sa capacité à montrer que cette numérisation de la vente engendre une reconfiguration de la relation de soins entre soignant-soigné, déplaçant la rencontre traditionnelle entre les tradithérapeutes et leurs clients des communautés réelles vers un terrain nouveau (communauté virtuelle), via Facebook, WhatsApp, ou tiktok. En outre, cette commercialisation en ligne est susceptible de détériorer l'authenticité des médicaments de tradition africaine au regard de la prééminence de la logique marchande qui anime les tradithérapeutes. Aussi, cette numérisation de la vente comporte-t-elle une crainte de désinformation liée au caractère virtuel même de l'activité qui fait émerger de nouvelles figures de thérapeutes non socialement validées par une communauté réelle d'appartenance. Dans un contexte de rencontre virtuelle, le doute subsiste quant à l'identité réelle et la légitimité du prestataire de soins qui désormais peut être à la fois un thérapeute chevronné ou un quelconque individu (entrepreneur ou revendeur) spécialisé dans la revente de

médicaments, brouillant ainsi les frontières entre les savoirs médicaux de spécialistes et savoirs profanes.

Conclusion

En tant qu'un espace ouvert et libre, les réseaux sociaux numériques regorgent de textes, d'images, et de vidéos qui visent la promotion, mais surtout la commercialisation d'une pluralité de médicaments traditionnels africains de diverses origines (nationales et sous-régionales). Une telle marchandisation des produits médicaux africains sur les réseaux sociaux numériques propulse la médecine de tradition africaine dans une nouvelle ère, à savoir celle du soin de santé connecté, avec de nouvelles logiques culturelles, économiques et politiques qui méritent une lecture à la fois pluri- et transdisciplinaire. Autrefois confinés dans des sphères communautaires spécifiques, ces produits de santé traditionnels sont désormais accessibles sur toute l'étendue du territoire ivoirien, dans les pays transfrontaliers et même en dehors du continent africain.

Certes, une telle dynamique assure des opportunités inédites de diffusion, de valorisation et d'autonomisation économique, mais elle soulève autant des défis majeurs en termes d'authenticité, de sécurité et de reconnaissance, en raison de l'absence de régulation sur les réseaux sociaux et les plateformes de vente. La numérisation de la vente des médicaments bouscule des principes de la thérapeutique africaine (logique non marchande, concours des êtres invisibles, soins effectués seulement par les initiés) et engendre un (re)paramétrage de certaines pratiques (consultation physique) qui y étaient longtemps ancrées. Naguère indissociable de son contexte culturel, la médecine traditionnelle (en l'occurrence celle de tradition africaine) suppose une proximité physique, une relation de confiance entre le guérisseur et le patient, et une connaissance fine du territoire et des plantes médicinales, et une mobilisation des symboles, des croyances et des représentations du corps et de la maladie qui échappent aux logiques biomédicales. Dès lors, la numérisation de la commercialisation de ces produits médicinaux requiert une régulation des informations diffusées sur les réseaux sociaux numériques par un comité de tradithérapeutes chevronnés afin d'endiguer ou réduire les éventuels risques que pourraient comporter une telle pratique.

Références bibliographiques

AGNEY Ahou Florence et AKREGBOU Boua Paulin Sylvain, 2023, « Les réseaux sociaux numériques à l'épreuve de l'expression démocratique en Côte d'Ivoire », *Revue Internationale du chercheur*, 4/3, p. 718 – 738, DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.8322694>

AKA Miézan Brigitte, 2023, *Les médias socio-numériques, lieu de circulation et de vulgarisation des « expériences » de la médecine traditionnelle en Côte d'Ivoire. Utopie d'une Culture Mondialisée et réalité des pratiques Communicationnelles Locales Appréhender les espaces publics à la lumière des discours et pratiques médiatiques : le cas de l'Afrique*. ELICO: Equipe de Recherche de Lyon en sciences de l'information et de la communication, Lyon, France. (hal-04162211)

AKA Miézan Niamké Adjouba Brigitte, 2024, « Les échanges en ligne sur la prise en charge de la santé en Côte d'Ivoire », *ZAOU LI*, 1(8), p. 388-412.

AKRICH Madeleine et MEADEL Cécile, 2009, « Les échanges entre patients sur internet », *La Presse Médicale*, 38, pp.1484-1493. halshs-00397215

AMANI Tiégbé Christophe (2018). Les usages des médias sociaux dans la gouvernance des Universités publiques de Côte d'Ivoire. Comment un établissement d'enseignement supérieur communique avec ses parties prenantes à l'ère du numérique et des médias sociaux. <https://hal.science/hal-01674478v1/file/M%C3%A9dias%20sociaux%20et%20Universit%C3%A9s%20de%20C%C3%B4te%20d%27Ivoire.pdf>

AZOBÉ Sylvie, 2019, « L'avènement des réseaux sociaux à l'ère du numérique en Côte d'Ivoire : Quelle approche communicationnelle pour un climat sociopolitique apaisé ? », *SLC n°13*, pp. 215-238

CORROY Laurence, KIYINDOU Alain, et BARBEY Francis (Dir.), 2015, *Éducation aux médias à l'heure des réseaux*, L'Harmattan, 978-2-343-06818-3. (hal-01429532)

DE GAULEJAC Vincent, 2003, « Malaise dans la transmission ». *Empan*, 50(2), p. 32-37. <https://www.doi.org/10.3917/empa.050.0032>.

PACOURET Jérôme, BASTIN Gilles et MARTY Emmanuel, 2024, « L'espace social des réseaux sociaux Une approche relationnelle de l'usage des plateformes numériques en France », *Sociologie*, 15(2), p. 119-146. <https://doi.org/10.3917/socio.152.0119>.

KAMISSOKO Boubacar, 2025, « Internationalisation de la vente des médicaments traditionnels informels de Bamako. Rôle des réseaux sociaux numériques », *La Revue des Sciences de Gestion*, 3(333), p. 61-73.

SANDRA Aubé, et THOËR Christine, 2010, « 4.3 La construction des savoirs relatifs aux médicaments sur Internet : étude exploratoire d'un forum sur les produits amaigrissants utilisés sans supervision médicale », dans : Lise RENAUD (dir.), *Les médias et la santé : de l'émergence à l'appropriation des normes sociales*, Québec, Presses de l'Université du Québec : Coll. « Santé et société », p. 239-266.