

## LE MARKETING SOCIAL FACE À L'INFLUENCE DES TÉLÉNOVELAS SUR LE COMPORTEMENT SOCIO-CULTUREL DE LA POPULATION IVOIRIENNE

**Amoin Liliane KOUASSI**

Institut National Supérieur des Arts et de l'Action  
Culturelle (INSAAC), Côte d'Ivoire  
[lamadone80@gmail.com](mailto:lamadone80@gmail.com)

**Résumé :** cet article traite de l'influence des films d'Amérique Latine sur les attitudes socio culturelles de la population en Côte d'Ivoire. Depuis leur avènement en Côte d'Ivoire dans les années 80-90, les telenovelas ont séduit de nombreuses populations au point où beaucoup s'y sont attachés. Cependant, des attitudes dépravées constatées dans les maisons, dans les environnements familiaux et autres au fur et à mesure du temps, nous ont amené à mener des études dans le but de voir si ces séries ne contribuent pas à cet état de fait, font penser que ces films y sont pour quelque chose. De nos investigations, sont sorties des perceptions selon lesquelles les séries latino véhiculaient des thématiques portant beaucoup sur l'amour et que cela aurait un lien avec les comportements malsains. Par ailleurs, la majorité de nos enquêtés ont reconnu que les telenovelas ne contribuaient pas à la promotion de nos valeurs culturelles. Ainsi, nous avons proposé comme solution pour combattre le problème le marketing social.

**Mots clés :** telenovelas, culture, marketing social, influence, Côte d'Ivoire.

### SOCIAL MARKETING FACING THE INFLUENCE OF TELENVELAS ON SOCIO-CULTURAL BEHAVIOR OF THE IVORIAN POPULATION

**Abstract:** This article deals with the influence of Latin American films on the socio-cultural attitudes of the population in Côte d'Ivoire. Since their advent in Côte d'Ivoire in the 80s and 90s, telenovelas have seduced many populations to the point where many have become attached to them. However, depraved attitudes observed in homes, family environments and others over time, have led us to carry out studies with the aim of seeing if these series do not contribute to this state of affairs, suggest that these films have something to do with it. From our investigations, perceptions emerged that Latino series conveyed themes that were very much about love and that this would have a link with unhealthy behavior. Moreover, the majority of our respondents recognized that telenovelas did not contribute to the promotion of our cultural values. Thus, we have proposed as a solution to combat the problem social marketing.

**Keywords:** telenovelas, culture, social marketing, influence, Côte d'Ivoire.

### Introduction

Parlant de l'éducation par le divertissement, Jesús Arroyave (2015) énonce que dans les années 70, un projet d'ordre social a été lancé et diffusé sur la base d'une *telenovela* dans le but d'éduquer la population, cette diffusion a suscité au sein de ladite population à un grand intérêt p75). Poursuivant son argumentation pour montrer que les medias pouvaient transmettre des messages éducatifs à la population, il cite (Kincaid, 1999 ; Lettenmaier, Kren, Morgan, Kols, Piotrow, 1993 ; Singhal, Cody, Rogers, Sabido, 2004 ; Storey, Boulay, Karki, Heckert, Karmacharya, 1999 ; Valente, Kim,

Lettenmair, Glass, Dibba, 1994) lesquels ont mené des études empiriques qui ont démontré que dans un contexte social, il était possible d'éduquer la population par les médias (p75). *Simplemente Maria* était une l'une des premières telenovelas diffusée en blanc et noir dans les années 60-70 de manière quotidienne au Pérou, il racontait l'histoire d'une jeune femme, mère célibataire qui par l'acharnement au travail finit par réussir. Ce feuilleton a une répercussion positive sur l'ensemble de la population qui a compris que par le dévouement au travail on pouvait réussir. Cette situation a propulsé la vente des machines à coudre de la marque Singer car toutes les femmes ont voulu suivre l'exemple de l'héroïne du film (Jesús Arroyave (2015 : 77-78). Cet auteur cite même Singhal et Rogers (1999) lesquels énoncent que : « Cette telenovela fut déterminante pour le changement d'attitude qui s'opéra chez les élites péruviennes vis-à-vis de leurs femmes de ménage, leur permettant ainsi d'assister aux cours du soir et d'améliorer leur condition » (p78). En Côte d'Ivoire, depuis des décennies, ces séries latino-américaines sont diffusées sur les chaînes nationales. Elles sont connues par de millions de personnes. La classe sociale moyenne est la plus connectée à ces films. Depuis ces décennies, les messages véhiculés par ces telenovelas n'ont pas vraiment évolué. Elles traitent d'amour, de la différence des classes sociales et de l'abnégation de certaines personnes de basse société qui les propulsent dans haute sphère de la société. Bien que certains sujets soient pertinents pour l'éducation et l'apprentissage, l'on est souvent intrigué par le côté sensuel qui dans la majorité des cas figure dans ces films demeurent omniprésents : l'amour entre un riche et une pauvre ou le contraire, des relations amoureuses souvent impossible qui avec le temps finissent par aboutir, des intrigues et manigances pour empêcher des amoureux de classes sociales différentes de se mettre ensemble etc. Ces mises en scènes de romance de manière répétée cadre-t-elle avec l'éducation à l'africaine qui ne manière générale est sobre, pudique, voilée, cachée ? Ces scènes d'amour à découvert n'entrave-t-elle pas certaines de nos valeurs ? Cette situation nous amené à réfléchir sur ce sujet

### 0.1 Cadre théorique

Citant Mattelart A. et M., (1987), Lucie Rocher (2011-2012) pense que les *Telenovelas* sont réalisées sur la base des réalités issues de la société latino-américaine ; elles représentent les valeurs sociales et culturelles des producteurs de ces pays. Par ailleurs, la définition que lui donne vient conforter les propos de ces auteurs ; en effet selon Thomas TUFTE (2000),

Une telenovela est un produit télévisuel du genre série, fabriqué de façon industrielle en Amérique latine (Brésil, Mexique et Venezuela essentiellement) et littéralement taillé sur mesure pour répondre de façon étroite aux besoins et attentes des publics latino-américains.

Thomas TUFTE (2000 : 185)

Cependant, depuis des années, les Telenovelas sont plébiscités par de nombreuses populations en Afrique. Au départ, ils étaient plus suivis par la gent féminine mais peu à peu des enfants et des hommes se sont attachés à ces séries. Ainsi, aux heures de diffusion, il n'est pas rare de voir rassembler devant la télé toute la famille et souvent même le voisinage. (Zacharie Hatolong Boho ; 2016). Cela est mis en évidence par Thomas TUFTE (2000) qui affirme que :

On observe qu'en Afrique, les femmes constituent la majorité du public des telenovelas, mais que des hommes aussi s'y intéressent et surtout, on note la présence d'un grand nombre d'enfants et d'adolescents des deux sexes qui sont littéralement socialisés et éduqués devant les récepteurs de télévision par leurs mères, tantes, grands-mères et sœurs » p (186).

Thomas TUFTE (2000 : 186)

Étant donné que ces productions latines ont été conçues relativement aux besoins et attentes des populations latines, leur diffusion sous d'autres cieux comme en Afrique et particulièrement en Côte d'Ivoire n'entrave-t-elle pas les valeurs sociales et culturelles du pays ? Comment expliquer l'engouement de la population face ces séries ? Comment les amener à s'intéresser aux valeurs qui sont les leurs ? Comme hypothèse, nous postulons que les telenovelas sont des feuilletons à caractère social et culturel dont les contenus reflètent souvent les réalités des pays auteurs de leur réalisation. L'objectif de cet article est de mettre en évidence la force de l'impact des médias télévisuels sur les comportements en interpellant les autorités et la population à se servir de ces canaux ou supports pour promouvoir à travers des diffusions les réalités qui sied à nos valeurs pour une meilleure éducation et un meilleur apprentissage.

## **0.2 Cadre méthodologique**

Pour atteindre notre but, nous avons mené des investigations en Côte d'Ivoire dans plusieurs localités dans un premier temps pour découvrir la perception générale de la population par rapport à ces films latino-américains ; ensuite leur impact sur leur comportement de tous les jours. Cette étude qualitative s'est déroulée entre le 03 Février 2021 et le 10 juin 2021. Au total quarante-cinq (45) personnes ont été interrogées avec vingt-cinq (25) femmes dont l'âge varie entre douze (12) et soixante-cinq (65) ans, dix (10) enfants et dix (10) hommes. Les guides d'entretien ont été élaborés sur la base de variable. Ces variables sont relatives à nos questions posées dans la problématique; il s'agit de : la connaissance des telenovelas, l'intérêt porté sur les telenovelas, l'apport social des telenovelas dans leur vie, l'apport culturel des telenovelas dans leur vie. Pour avoir accès à nos cibles, nous avons utilisé la stratégie boule e neige. A la suite de nos entretiens, nous avons fait un tri de données. Certaines réponses dont l'analyse ne s'avérait pas assez pertinente ont été mise de côté. Ainsi, nous avons porté notre attention sur les réponses de nos interlocuteurs qui pouvaient nous permettre d'apporter des réponses aux questions posées dans notre problématique. Les personnes enquêtées n'avaient pas tous la même considération pour les films latino-américains, cependant, chacun a argumenté de manière pertinente son point de vue. Par ailleurs, ces propos tenus par nos interlocuteurs quel que soit leur opinion nous ont servi de verbatim pour expliquer l'attitude de chacun. L'analyse de contenu s'est faite sur la base de l'approche descriptive pour décrire les différentes positions des enquêtés sur ces films, l'intérêt que la population leur porte et l'influence des telenovelas sur leur comportement. En effet, la télévision qui fait partie de nos mœurs et la prolifération des films latino-américains sur nos chaînes et les chaînes étrangères font d'eux de la cinématographie qui n'est pas cachée. Connaître l'impact de ces films sur la population en générale constitue une logique relativement au sujet de notre article et des objectifs que nous nous sommes fixés.

Par ailleurs dans cette étude empirique, nous avons usé de l'approche comparative pour comparer le profil des cibles dans le but de mettre en évidence leur perception par rapport aux telenovelas. Dans la rédaction nous avons fait appel à la

théorie de l'apprentissage social ou Social Learning Theory (SLT) d'Albert Bandura [...] pour tenter de comprendre le comportement de la population et une approche communicationnelle qui est le marketing social dans le but de d'amener la population à changer de comportement.

## I. Résultats et discussion

L'investigation menée auprès de la population nous a orientés vers différentes appréciations et perceptions de ces films d'Amérique latine. Cette étude empirique a but de mettre en évidence l'impact des telenovelas sur les valeurs sociales et culturelles de la population ivoirienne. Sur le terrain, les femmes ont été plus disposées à répondre à nos questions par rapport aux hommes et aux plus jeunes ; de ce fait, dans les verbatim que nous tenterons de mettre en évidence, les propos des mères, des dames et jeunes femmes seront dominants.

### *-Les telenovelas : source de distractions et greniers de valeurs sociales*

L'étude a permis de voir que plusieurs facteurs amenaient les adeptes des films novelas à les regarder. Parmi eux, il y'a le fait que certains enquêtés les considèrent comme des feuilletons qui leur permettaient de passer du temps sans réellement s'ennuyer. Michelle une mère de famille nous dit : « ça permet de passer du temps, lorsque je n'ai rien à faire je préfère regarder les telenovelas pour me distraire et ne pas penser à autre chose. Véronique, une quinquagénaire qui est auxiliaire en pharmacie énonce que « Les telenovelas me permettent de me distraire et de passer le temps. En plus, lorsqu'il y'a des acteurs qui ont un jeu de rôle qui me pait, cela m'incite à toujours suivre ce qu'ils font. » Judith, une jeune fonctionnaire déclare : « Les telenovelas nous montrent de l'illusion, nous vendent un rêve et c'est ce rêve qui me plaît. Dans ce rêve ils nous montrent comment aimer, de voir de quoi la vie est faite » En dehors de ces dernières, il y a d'autres dont les telenovelas ne constituent pas seulement une source de distraction ; en effet, selon leur compréhension et perception, ces films latino-américains véhiculent et prônent des valeurs sociales telles que l'abnégation au travail pour réussir, l'amour du prochain, l'amitié, la romance, la richesse etc. des valeurs qui sont des leçons de vie lesquelles les inspirent à faire de même pour réussir leur vie. Certains acteurs sont des modèles et dans la réalité certains imitent leur comportement. Cynthia une étudiante affirme :

**E1 :** Bintou une ménagère dit : Avec les telenovelas, nous qui sommes dans les foyers et autres, les leçons tirées des histoires d'amour nous permettent de consolider notre union ? Il y'a des stratégies amoureuses dans les telenovelas que nous pouvons appliquer dans le foyer pour essayer d'améliorer le couple et nous enseigne des techniques pour pouvoir aimer notre partenaires ».

Par ailleurs, il est important de mentionner que parmi nos enquêtés, il y'a certaines personnes qui n'aiment pas les telenovelas. Plusieurs raisons sont évoquées notamment les scènes d'amour répétés, les mêmes histoires et les mêmes scénarios qui reviennent souvent. Voici les propos tenu par un étudiant et une étudiante.

**E2 :** Isaac, étudiant dans une école d'art déclare : Je n'aime les telenovelas, parce que ce sont les mêmes histoires qui reviennent surtout l'amour et c'est lassant. En plus de cela, nos sœurs et frères qui regardent la plupart du temps ces films sont influencés dans le

mauvais sens par ce qui est décrié ces films. Ils recopient les comportements malsains et les mettent en pratique dans la vie réelle.

**E3 :** Françoise, titulaire d'un BTS en comptabilité dit : Je n'aime pas les telenovelas parce qu'il faut prendre du temps pour les comprendre ; en plus ce sont des films qui parlent le souvent d'amour. Les scènes souvent les mêmes. On sait comment ça commence et commence ça se termine. C'est toujours du déjà vu du coup moi personnellement ça m'ennuie.

Durant toutes nos interventions, lorsque nous avons demandé à nos interlocuteurs les thématiques abordées dans les telenovelas, plusieurs thèmes sont été évoqués dont celui de l'amour et le scénario qui y tourne autour. En effet, les histoires d'amour dans ces films latino sont légions mêmes si d'autres sujets sont abordés. La perception de l'amour au grand jour dans les telenovelas a été l'une de nos préoccupations majeures dans la rédaction de cet article.

## **2. Les valeurs socio-culturelles ivoiriennes face à la thématique de l'amour dans les telenovelas**

Parler d'amour dans la cinématographie n'est pas incongru ; bien au contraire l'amour du prochain, l'amour fraternel et surtout l'amour entre homme et femme sont des sujets qui lorsqu'ils sont abordés de manière élaborée peuvent servir de leçon de vie à tout le monde et surtout aux couples. Ce sont des connaissances et l'univers cognitif de l'être humain a besoin sans cesse d'être enrichi. Les relations romantiques et amoureuses sont abordées dans la plupart des telenovelas. Ce sont des histoires généralement entre personnes de différentes classes sociales, des histoires qui sont souvent émaillées de manigances, de mensonges, de secrets, d'intrigues, de complots, de manipulation et de malices. Nous nous gardons de critiquer la thématique car comme nous l'avons mentionné un plus haut, abordé de manière correcte, cela contribue à améliorer l'apprentissage de l'homme. Cependant, ce que nous décrions dans ces films, ce sont les scènes d'amour exposés (les embrassades, les caresses, des jeux de séduction, les tenues légères qui exposent presque la nudité de certains personnages dans ces films. En Afrique et particulièrement en Côte d'Ivoire, ce sont des scènes qui mettent en branle nos valeurs traditionnelles. Selon Akim Amazebo Bendré (2011), pendant que certains y trouvent leur bonheur en ce sens que cela apporte un plus dans leur vie, d'autres voient en ces films un danger pour nos valeurs éducationnelles, culturelles, sociales et une dévalorisation de la sexualité. Par ailleurs, se basant sur une étude menée par Pape Issakha Dieng, Akim Amazebo Bendré (2011), affirme que l'auteur de cette étude a énoncé que les telenovelas ont une influence néfaste sur la population car ce sont des films qui ne reflètent pas nos valeurs sociales, cultures, nos réalités et que malheureusement elles sont diffusées à une population vulnérable qui n'a aucun moyen de se mettre l'abri de leurs répercussions. La position de cet auteur relativement à la sexualité dans les telenovelas n'est guère différente de la perception de nos enquêtés. En effet, toutes les personnes que nous avons interrogées c'est-à-dire les adeptes et les non adeptes de ces films ont tous été unanimes sur les scènes souvent osées dans ces films latino-américains. Effet, pour eux, ce sont des réalités qui ne cadrent pas avec nos valeurs sociales et culturelles car en Afrique ces contextes sont vécus de manière cachée, voilée ou pudique. Selon leur dire ce sont des scènes qui exposent très tôt les plus jeunes au désir de découvrir le sexe et contribuent à la dépravation des mœurs. Ainsi, voici les propos tenus par certaines personnes soumises à nos questions.

E4. Mariam, une jeune dame qui n'aime pas les téléromans dit : les téléromans constituent un danger pour la femme parce qu'après avoir regardé, elles ont une autre manière de se comporter, elles recopient tout de ce qui se passe dans ces films.

E5 : Natacha une jeune mère qui aime les téléromans indique: les téléromans ne contribuent pas à améliorer l'éducation des enfants. Il y'a trop de scènes érotiques qui ne peuvent pas aider les enfants à avoir une bonne qualité de vie.

Akim Amazebo Bendré (2011), dans ces écrits cite un autre auteur Diakité Mamadou lequel à travers une étude sur l'influence des téléromans sur les téléspectateurs a conclu au fait qu'à force de regarder les téléromans, la population s'habitue peu à peu aux scènes et finissent par s'identifier aux acteurs de ces scènes et étant donné que nos valeurs ne sont plus solides, cela donne lieu à une réappropriation des valeurs qui ne pas les nôtres. Selon la majorité de nos enquêtés, sur le plan culturel, les téléromans ne contribuent pas à promouvoir notre culture et nos valeurs sociales. L'identité culturelle et sociale qui nous définit est loin de ce que nous montrent ces films. Certes, ces histoires à l'eau de rose attirent plus d'un mais en réalité ils ne dégagent véritablement pas de préceptes qui pourraient servir les valeurs propres à notre société. Les traditions, la culture sont les valeurs premières qui définissent un peuple ; ne pas les connaître ou maîtriser contribue à la perte des générations à venir. Il est important de mettre en avant ce qui nous caractérise. De ce fait, nous avons proposé une technique d'approche de la population en vue de l'amener à adopter des comportements sains. Cette technique, bien qu'utilisée dans le domaine commercial pour impacter les consommateurs, peut sous une approche sociale, aider à améliorer des comportements ; il s'agit du marketing social.

### 3. Le marketing social dans les valorisations des mœurs

Le marketing est une stratégie qui a été mise en place au XX<sup>ème</sup> siècle pour permettre aux entreprises d'attirer les consommateurs par des manières qui leur sont propres afin de les faire adhérer à leurs produits ou marchandises. En effet, c'est un mécanisme qui fonde ses principes sur la satisfaction des besoins du consommateur de ce fait, l'atteinte prend en compte de nombreux facteurs tels l'étude de la population ciblée relativement à ses besoins et attentes, la conception des produits par rapport aux besoins du consommateur et autres. Il se définit non pas par l'imposition des produits ou marchandises au consommateur mais par la prise en compte de ses besoins dans la conception et la présentation de ces derniers (GRET ; 2010 ; p10). Partant sur cette base, qu'en est-il du marketing social ? (GRET ; 2010; P20), cite Nedra Kline Weinreich (Hands-on Social Marketing – A step by step guide, SAGE, 1999) qui énonce que : « Le marketing social est l'utilisation d'outils issus du marketing commercial afin de promouvoir l'adoption d'un comportement qui permet d'améliorer la santé ou le bien-être du public cible ou de l'ensemble de la société. » Contrairement au marketing commercial qui a pour centre d'intérêt le produit lié au consommateur, le marketing social a pour but la promotion du bon comportement auprès de la population ou des cibles dans le but d'apporter la stabilité, le développement ou le bien-être. De ce fait, il prend en compte certains facteurs tels que le comportement de l'homme ; lequel est guidé par trois (03) éléments qui sont : la connaissance, la perception des choses et les influences. Par ailleurs, l'analyse du

comportement est un élément fondamental dans le processus du marketing social. En effet, la connaissance de son environnement, ses habitudes, son mode de vie, ses appréhensions, ses inquiétudes, ses attentes sont une procédure qui permet de cerner l'homme et de voir le comportement qui peut lui être favorable. De plus, l'éducation par la transmission de messages, le marketing pour modifier les comportements et la réglementation qui est un ensemble normes pour amener la cible à adopter le comportement souhaité sont autant d'éléments qui peuvent amener au changement de comportement. (GRET ; 2010 :25-26). Dans le cadre de cette étude portée sur l'impact des telenovelas, nous voulons amener la population dans son ensemble à reconsidérer son comportement pour son bien-être et aussi inciter les autorités à faire la promotion des téléfilms qui vulgarisent nos réalités, nos mœurs, nos vécus et nos us et coutumes. Partant de là, nous adoptons la démarche du marketing social qui se présente comme suite :

### ***3.1 Identification des cibles et des comportements***

Nos premières cibles sont les organes de diffusion des films novelas. La volonté des responsables de ces structures à diffuser des films dont les contenus sont tournés souvent vers la romance nous intriguent en ce sens que de manière générale, les sociétés africaines dans leur majorité se veulent éducatives en prônant des valeurs nobles. Avec les années, la diffusion de ces séries a commencé à susciter de la méfiance de la part de certaines personnes. En effet, cette attitude peut être justifiée par des mœurs sociales de plus en plus dépravées que certains attribue à l'image véhiculés par le monde occidental via le support de nombreux canaux dont les telenovelas. Pourtant ces séries continuent d'être diffusées et ont de nombreux adeptes. Nos secondes cibles sont la population. En effet, l'enquête menée sur le terrain a permis de voir que les adeptes des films novelas étaient en grande majorité des femmes dont l'âge varie entre 12 et 65 ans. En ce qui concerne leur profil sociodémographique, on peut dire qu'il y a un mélange de femmes lettrées comme de femmes illetrées, des femmes mariées, en couple ou célibataire qui ont des enfants ou pas. Par ailleurs, certaines d'entre elles travaillent comme fonctionnaire du secteur privé ou public, ou ont des activités génératrices de revenus. Quelques-unes sont sans emplois. En ce qui concerne leur comportement, ce sont des habituées des telenovelas. De manière régulière elles suivent plus d'un film de ce genre au point de ne pas pouvoir s'en passer. Plusieurs raisons sont évoquées par rapport au choix de ces films : divertissements, leçons de vie, aide psychologue etc. De plus, certaines parmi elles imitent et reproduisent des comportements liés à ces films dans leur vie de couple ou autres.

### ***3.2 Analyse des comportements***

Lors de nos investigations, nous avons été intrigués par l'attitude de certaines personnes ; des adeptes des films novelas. En effet, malgré le fait qu'elles soient favorables à ces séries, il n'en demeure pas moins qu'elles partagent le même avis que ceux qui n'aiment pas ces films sur le fait qu'ils ont un impact négatif sur la population. Ils ont reconnu que les telenovelas participaient à la dépravation des mœurs et que sur le plan culturel ils ne voyaient aucun impact positif de ces films sur la population. Pourtant malgré cela ils continuent de les regarder. Cette contraction entre ce qu'ils disent et ce qu'ils font nous amène à croire que les telenovelas constituent un vice dont ils ne peuvent s'en passer malgré le fait qu'ils connaissent ses dangers. En effet, quand une chose est nuisible, on ne s'y attache pas. Cependant, on pourrait comprendre que leur désir de s'accommoder à ce qui leur convient dans ces films est plus fort que les

conséquences qui en découlent. Cette attitude peut être liée à une certaine ignorance. En effet, il se pourrait qu'ils ignorent véritablement l'impact négatif de ces films sur la population et les valeurs sociales. Il serait donc important de les amener à prendre conscience de la situation à travers un faisceau d'informations et d'éducation.

### **3.3 Mise en œuvre des actions liées au comportement souhaité (éducation, marketing et réglementation).**

#### **-Éducation**

Au niveau de la population à problème, l'éducation dans cette approche communicationnelle qui est le marketing social consistera à transmettre des informations factuelles sur les dangers liés à la dépravation des mœurs et des valeurs culturelles. Par ailleurs, il serait bien d'attirer leur attention sur l'éventuel impact des telenovelas sur les comportements. Aussi, il faudrait leur montrer à faire la différence entre les réalités vécues dans ces films et la nôtre. En effet, certaines personnes ont reconnu qu'elles mettaient en application leur acquis résultant de ces films dans leur vie réelle. Ce sont des comportements qui peuvent être dangereux et risqués pour la personne elle-même et pour leur environnement. Ainsi, selon une enquêtée, la diffusion de la telenovela Rubi dans les années 2000 a impacté négativement certaines jeunes filles dans la mesure où l'héroïne a atteint son but par la facilité et la tromperie. En effet, ce film raconte l'histoire d'une jeune fille issue d'un milieu modeste qui voulait à tout prix changer de vie. Sa quête vers le bonheur l'amènera à poser des actes irréversibles vis-à-vis d'elle et ses proches. Pour l'enquêtée, ce film met plus en évidence la dépravation des mœurs et la défaillance du système éducationnel familial que les leçons de vie. Ce comportement certaines l'ont copié et la mettent en pratique dans notre société. Fort de cela, il faut les amener à s'intéresser à d'autres types de programmes télé qui sont en adéquation avec nos valeurs ou des valeurs qui ne sont pas dépravantes car la jeunesse copie ce qu'elle a sous les yeux, que cela soit bon ou pas. De nombreux faisceaux d'activités cinématographiques et éducatifs sains existent ; ils sont favorables à toutes les couches sociales et toutes les catégories d'âge. Au niveau des autorités responsables de la diffusion des séries télévisées, il est important à travers une sorte de plaidoyer d'attirer leur attention sur les éventuels impacts des telenovelas sur le comportement de la population en leur suggérant de concevoir des programmes télé éducationnel qui traitent des sujets qui sont plus en rapport avec nos valeurs culturelles.

#### **-Le marketing**

La communication ou l'échange avec la population relativement aux telenovelas est un processus incontournable dans le changement de comportement. En effet, pour insérer de nouvelles attitudes en soi, l'être humain a besoin de garanties, d'assurances et de motivations ; ces raisons ou intérêts le poussent dans un premier temps à mettre en évidence ses craintes et préoccupations qui pourraient constituer un blocage au changement de comportement. Ainsi, l'interaction avec la population constitue un élément indéniable à la prise de conscience et au changement. Les personnes chargées du processus doivent convaincre les cibles à adopter des comportements nouveaux en les incitant par des messages qui vont dans le sens de leur bien-être et intérêt ; ce qui pourrait les motiver au nouveau comportement.



### *-La réglementation*

Dans le cadre de cet article, la réglementation sera incitative et non contraignante. En effet, pour la bonne marche du changement de comportement, il est important de demander aux cibles de proposer des faisceaux de séries et /ou d'activités qui véhiculent de bonnes mœurs et qui leur convient et qui pourraient remplacer les telenovelas. Cette approche implicative pourrait accroître leur responsabilité et participation dans le changement de comportement et par ailleurs, les amener à se mettre en posture de bon exemple à suivre ce qui les conduira coûte que coûte à vouloir réussir leur mission.

### **Conclusion**

Bien vrai que l'avènement de la télévision aie favorisé une véritable ouverture sur le monde extérieur avec la diffusion de contenus télévisuels quelque peu différents de ce que nous avons l'habitude de voir, on peut dire sans se tromper qu'en Côte d'Ivoire, la découverte des telenovelas fut révélatrice. En effet, un concept légèrement différent du concept occidental lequel traite des faits sociaux dans un environnement traditionnel, moderne ou de favelas où riches et pauvres se côtoient dans des mises en scènes pas trop techniques rendant la compréhension assez facile permet en quelques en quelques décennies à toutes les couches sociales d'y trouver leur place. Si à leur début, les mises en scènes étaient sobres, mesurées et modérées, il faut reconnaître qu'avec le temps elles ont évolué ; avec des scènes et des situations qui laissent à désirer. En effet, des scènes d'amour aux tenues osées en passant par la désacralisation de certaines valeurs, les films latino avec le temps ont montré qu'ils avaient des limites surtout dans nos sociétés traditionnelles africaines notamment au niveau éducationnel. Une société forte se construit sur les valeurs solides. Les messages et images véhiculés par ces films ne sont pas toujours en accord avec nos réalités. Par ailleurs, de plus en plus de personnes décrivent leur contenu et leur impact sur la population en particulier sur la jeunesse. Les investigations menées ont montré que certains adeptes de ces films reproduisaient des scènes ou des pratiques issus de ces films dans leur vie réelle. Ce qui suppose qu'ils peuvent décider de reproduire des contenus qui sont dangereux ou obscènes. Malheureusement, dans la société on voit de plus en plus avec des styles vestimentaires féminins osés, des embrassades sans gêne en public, la diminution de la pudeur, l'augmentation de la prise de risque à des fins pas toujours utiles. Nous ne disons pas que seuls les telenovelas ont favorisé cette dépravation, cependant, il faut reconnaître que de plus en plus leurs scénarios sont à portée de main de tout le monde à la maison et même des enfants. Par ailleurs, ce sont des séries qui se regardent en famille. Ainsi, il est important d'interpeller la population dans son ensemble sur les impacts de ces telenovelas sur le comportement de la jeunesse à travers un processus d'apprentissage de nouveaux comportements.

### **Références bibliographiques**

- Akim, A. (2011), La passion des telenovelas : Acculturation ou culture cumulative ? Le Faso.net sur : <https://lefaso.net/spip.php?article40673>
- Évelyne Cohen, P. G. (2018), Les organisations Globo : lieux et ressources d'une industrie culturelle au Brésil Éditions de la Sorbonne, « Sociétés & Représentations » 2018/1 N° 45 | pages 121 à 129
- Gret, (2010). Le Marketing social au service des projets de développement, Oenea. [En ligne], consultable sur :

URL : [cicle.org/wpcontent/uploads/riaed/pdf/Open\\_Ideas\\_ENEA\\_Consulting\\_-\\_Le\\_marketing\\_social\\_au\\_service\\_du\\_developpement.pdf](http://cicle.org/wpcontent/uploads/riaed/pdf/Open_Ideas_ENEA_Consulting_-_Le_marketing_social_au_service_du_developpement.pdf)

Jesús, A. (2015), La stratégie de communication de l'éducation par le divertissement une autre manière d'apprendre, L'Harmattan « Savoirs », 2015/I N° 37 | pages 75 à 98

Lucie, R. (2012), Internationalisation des telenovelas: représentation identitaire et exportation d'un genre HAL Id: dumas-00763738 sur <https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-00763738>

Presses de Sciences Po, ( 2002), Note de lecture, « Autrepart », 2002/4 n° 24 | pages 185 à 197

Zacharie, H. B. (2016), Les séries télévisées latino-américaines et leur impact socioculturel, École Normale Supérieure Université de Maroua, IUDI de Mokolo (Cameroun), Revista Electrónica del Lenguaje, n° 3.