



**Coupé-Décalé et construction de communautés de réception :
La musique *spot* comme objet de reliance des *brouteurs* d'Abidjan (Côte d'Ivoire)**

**Coupé-Décalé and Construction of Reception Communities:
Spot Music as a Connecting Object for 'Brouteurs' in Abidjan (Ivory Coast)**

**Coupé-Décalé e a construção de comunidades de recepção:
música *spot* como objeto de conexão para *brouteurs* em Abidjan (Costa do Marfim)**

Franck Stéphane Ettien Adou¹

Artigo recebido em: 27/12/2022

Artigo aprovado em: 29/04/2023

Résumé : La musique *spot*, variante du Coupé-Décalé, est dans l'imaginaire ivoirien associée aux *brouteurs* et à leur mode de vie caractérisé par l'hédonisme (*enjaillement*), l'ostentatoire (*boucan*) et la prodigalité (*travaillement*). Cette étude veut donc examiner le lien entre le *spot* et les *brouteurs*. Elle s'intéresse aux usages sociaux du *spot* chez les *brouteurs* en postulant que cette musique urbaine constitue une forme symbolique d'expression et d'affirmation d'un "soi *brouteur*". Les données sont issues de deux enquêtes ethnographiques : l'une sur le *broutage*, un usage déviant d'Internet, l'autre sur le monde Coupé-Décalé, la musique hégémonique en Côte d'Ivoire. Ainsi, l'inscription du *spot* dans le rythme de vie des *brouteurs* se caractérise par sa ritualisation, voire sa religiosité. Par ailleurs, le *spot* révèle des figures de réussite, des imaginaires et des logiques partagées qui participent à la construction du mythe du "boucantier". Le *spot* apparaît comme un objet de reliance sociale qui renforce les liens et le sentiment d'appartenance à la sous-culture des *brouteurs*.

Mots-clés : Brouteurs, broutage, Ethos Coupé-Décalé, reliance, sous-culture, spot.

Abstract: The Spot music, a variant of Coupé-Décalé, is associated in the Ivorian popular imagination with the *brouteurs* and their lifestyle characterised by hedonism (*enjaillement*), ostentatiousness (*boucan*) and prodigality (*travaillement*). This study aims to examine the real link between spot and *brouteurs*. It focuses on the social uses of the spot among *brouteurs*, postulating that this popular urban music constitutes a symbolic form of expression and affirmation of a "brouteur self". The data are derived from two ethnographic surveys: one on

¹ Franck-Stéphane Ettien ADOU é doutor em Ciências da Informação e Comunicação pela Universidade Félix Houphouët-Boigny (Abidjan/Costa do Marfim) e membro do projeto ANR AFRINUM "Culturas Digitais na África Ocidental: música, juventude e mediações. Sua pesquisa se concentra na navegação, um uso desviante da Internet, na reconfiguração da economia do videoclipe em Abidjan. Em sua pesquisa recente, ele questiona a maneira como, em um contexto de globalização e padronização da cultura, os dramas televisivos marfinenses refletem a dinâmica social de resistência, resiliência e confiança. Email: adou.seth@yahoo.fr



broutage, a deviant use of Internet, the other on Coupé-Décalé world, the hegemonic music in Côte d'Ivoire. Thus, the inclusion of the spot in the rhythm of life of brouteurs is characterised by its ritualisation, even its religiosity. Moreover, the spot reveals figures of success, shared imaginations and logics that participate in the construction of the myth of the "boucantier". The spot appears as an object of social connection that reinforces the links and the feeling of belonging to the brouteurs' subculture.

Key words: Brouteurs, broutage, Ethos Coupé-Décalé, reliance, spot, subculture.

RESUMO

A música spot, uma variante do Coupé-Décalé, está associada no imaginário popular da Costa do Marfim com os brouteurs e o seu estilo de vida caracterizado pelo hedonismo (enjaillement), ostentação (boucan) e prodigalidade (travaillement). Este estudo visa examinar a ligação real entre os Spot e os brouteurs. Centra-se nos usos sociais do spot entre os brouteurs, postulando que esta música popular urbana constitui uma forma simbólica de expressão e afirmação de um "brouteurs'self". Os dados são derivados de dois levantamentos etnográficos: um sobre o broutage, uma utilização desviante da Internet, o outro sobre o mundo Coupé-Décalé, a música hegemônica na Costa do Marfim. Assim, a inclusão do local no ritmo de vida dos brouteurs caracteriza-se pela sua ritualização, e até mesmo a sua religiosidade. Além disso, o spot revela figuras de sucesso, imaginações partilhadas e lógicas que participam na construção do mito do "boucantier". O spot aparece como um objecto de ligação social que reforça as ligações e o sentimento de pertença à subcultura dos brouteurs.

Palavras-chave: Brouteurs, broutage, ethos Coupé-Décalé, reliance, Spot, subcultura.



Introduction

Phénomène musical et chorégraphique qui apparaît au début des années 2000 en France au sein de la diaspora ivoirienne, le coupé-décalé est rapidement " rapatrié " à Abidjan par les membres de la *Jet Set*². Résolument tourné vers la fête, l'hédonisme et l'ostentatoire, cet " air de fête en temps de guerre "³ a permis aux Ivoiriens de s'évader, de se distraire, de *s'enjailler* pendant la crise militaro-politique ayant débuté en Septembre 2002⁴. Une vingtaine d'années plus tard, le Coupé-Décalé connaît toujours autant de succès notamment auprès des jeunes Ivoiriens des centres urbains et même au dehors des frontières ivoiriennes⁵. Il s'érige même devant le reggae, le Hip Hop et le Zouglou qui se positionnent pourtant comme des musiques plus anciennes et engagées comme la musique urbaine hégémonique en Côte d'Ivoire. Nonobstant les condamnations par certains médias, les diatribes de critiques d'art, la nostalgie d'une certaine classe musicale ivoirienne, force est de constater que le coupé décalé est devenu au fil du temps, un marqueur significatif de l'identité culturelle et musicale ivoirienne⁶. Aussi, les artistes chanteurs qui incarnent la fonction cardinale de ce monde de l'Art⁷ sont désormais des personnages célèbres au centre de réseaux de coopération viables et rentables. Alors, si les artistes chanteurs de Coupé Décalé tels qu'*Anderson 1^{er}*, *DJ Léo*, *Dino Malachie*, *Chouchou BB Salvador*, *Razak le Mignon Dj*, *Dj Light*, *DJ Congolais*, *Kolela Dj* sont moins connus que *DJ Arafat*, *Serges Beynaud*, *Bebi Phillip*, *Debordo Leekunfah*, *Safarel Obiang*, c'est certainement parce qu'ils performant dans le *spot*, une variante du *Coupé Décalé*, moins médiatisée et plus communautaire. Pourtant ces chanteurs sont les parangons du *Spot*, un genre de musique qui se caractérise par sa longueur moyenne (environ 8 minutes), sa composition (exclusivement de noms et de surnoms de personnes célèbres ou pas), son principe *marketing* (basé sur la logique d'exposition

² La *jet set* ou les *jet setteurs* renvoient ici aux précurseurs du Coupé-Décalé. *Douk Saga* dit la sagacité qui était la figure de proue, *Molare*, *Lino Versace*, *Boro Sanguy*, *Serges Defalet* sont les membres les plus connus.

³ KOHLHAGEN, Dominik. "Frime, escroquerie et cosmopolitisme. Le succès du coupé décalé en Afrique et ailleurs". In *Politique Africaine*, N 100, p. 92-105, 2005.

⁴ KAMATÉ, Abdramane. *Côte d'Ivoire : une guerre des rythmes musique populaire et pouvoir de 2000 à 2006*, Mémoire de Master, Sous la Direction de Richard Banegas ; GAWA, Franck, 2014. "Le Coupé Décalé en Côte d'Ivoire : Sens et enjeux d'un succès musical" In *African Sociological Review* vol 18-1, p. 112-126, 2006 ; LE SEIGNEUR, Thomas Jacques. *Le Swing identitaire du Coupé Décalé*, Mémoire de Master 1 en Ethnomusicologie et Critique réalisé sous la direction de Sandrine Loncke & Christian Corre, 2012/2013, Université Paris 8 – Vincennes – Saint Denis, 2013.

⁵ Des années après sa naissance, le Coupé-Décalé fait partie du paysage sonore et de l'univers musical tant en Afrique qu'en occident. Tandis que les chanteurs ivoiriens de Coupé-Décalé investissent des grandes salles de spectacle en Afrique centrale et de l'ouest, certains chanteurs sous régionaux (*Doussou Bakayogo*, *Dj Molar* et *Fakoly Lezy* du Mali, *Minjin* et *Inyana* du Nigeria) et internationaux (*Singuila*, *Mokobé* et *Jesse Matador* de la France) s'essaient à ce genre musical.

⁶ KOLÉ, Mahesse Stéphanie. "Le Coupé-Décalé : l'expression de la citoyenneté juvénile". In *Actes du colloque Médias, communication & vie urbaine, 5 juin 2019, Université Félix Houphouët-Boigny (UFHB)*, 2019 (a); KOLÉ, Mahesse Stéphanie. *Musique populaire urbaine ivoirienne et communication : le Coupé-Décalé, mode d'expression d'une sous-culture jeune*. Thèse de doctorat, Université Félix Houphouët-Boigny d'Abidjan, 2021.

⁷ BECKER, Howard. *Les mondes de l'art*, Paris, Flammarion, 2010.



du *spot* publicitaire), son intentionnalité (faire les éloges) et surtout par les pratiques et représentations sociales qui y sont attachées.

Aussi bien dans la littérature que dans l'imaginaire populaire ivoirien, le Coupé-Décalé et le *spot* en particulier sont associés à la cybercriminalité, mieux au *broutage*⁸. Le *broutage*⁹ est une forme spécifique de criminalité informatique centrée sur les escroqueries à la romance et le chantage à la vidéo via Internet. Et bien que ne constituant qu'une facette de la cybercriminalité, cette "ivoirianisation" de "l'arnaque à la nigériane"¹⁰ constitue l'infraction la plus répandue en Côte d'Ivoire. Le *broutage* est présenté par les médias, les organisations internationales et les institutions étatiques ivoiriennes comme un problème de sécurité nationale, un danger pour l'économie, un fléau qui conduit des jeunes à la déscolarisation, pire à des rituels mystiques et des sacrifices humains¹¹. Dès son émergence au début des années 2000, ce phénomène social s'est inscrit dans des interactions presque symbiotiques avec le Coupé-Décalé. En effet, au gré des arnaques réussies, les *brouteurs* se font remarquer dans les bars climatisés et lors des soirées Coupé-Décalé par leur prodigalité et leur goût pour l'ostentatoire. Le Coupé-Décalé apparaissait alors comme un espace symbolique permettant aux *brouteurs* de montrer leur richesse financière, d'exhiber leur "réussite sociale". Il leur permettait surtout d'affirmer leur nouveau rang social de "*jeunes riches*"¹² qui, grâce à leur ingéniosité, ont pu contourner la pauvreté dans laquelle la société confine et prédestine les jeunes Ivoiriens des classes sociales "d'en bas" dont ils sont majoritairement issus.

⁸ KOENIG, Boris. "Les économies occultes du "broutage" des jeunes Abidjanais: une dialectique culturelle du changement générationnel". *Autrepart* 2014/3 (N° 71), p. 195-215, 2014; ADOU, Etienne Franck Stéphane. "*Le broutage* comme usage déviant d'Internet en Côte d'Ivoire: Étude ethnographique de brouteurs dans un cybercafé d'Abidjan, Mémoire de Master, Université Félix Houphouët-Boigny d'Abidjan, 2016; ADOU, Etienne Franck Stéphane et Kolé, Mahesse Stéphanie. "*Je suis au bara*" ou l'usage déviant d'Internet chez les *brouteurs* d'Abidjan". In: *Technologies numériques et sociétés africaines. Enjeux de développement*, Julien Atchoua, Jean-Jacques Bogui et Saikou Diallo, Londres, ISTE Éditions Ltd, 2020.

⁹ L'expression *broutage* est construite à partir du verbe "brouter" et fait référence à l'action du ruminant qui s'alimente en mangeant de l'herbe. Elle traduirait l'idée de facilité avec laquelle les ruminants se baissent pour s'alimenter, mais aussi les distances qu'ils parcourent à la recherche de "l'herbe fraîche". Celui qui pratique le *broutage*, le *brouteur*, est assimilé au ruminant qui trouve sa nourriture grâce aux escroqueries qu'il développe via Internet (ADOU, 2016).

¹⁰ MALAQUAIS, Dominique. "Anatomie d'une arnaque : Feymen et Feymenia au Cameroun". In *Les études du CERI*, n°77, Sciences Po, 2001; SMITH, Daniel Jordan. *A culture of corruption. Everyday Deception and popular discontent in Nigeria*, Princeton University Press, 2007; BURRELL, Jenna. "Problematic empowerment: West African Internet Scams as strategic misrepresentation". In *Information technology and International Development*, Volume 4, Number 4, 2008; p. 15-30; TASSO-BONI, Florent. "La cybercriminalité au Bénin: une étude sociologique à partir des usages intelligents des technologies de l'information et de la communication". In *Les Enjeux de l'information et de la communication* n°15/2B, p.35-42, 2014.

¹¹ ADOU, *op.cit*, 2016, p. 7; ADOU et KOLÉ, *op.cit*, 2020.

¹² Selon le directeur de la Direction Informatique des Traces Technologiques (DITT), le *broutage* constitue 90 % des infractions relatives aux Technologies de l'Information et de la Communication. 70 % des personnes interpellés étaient des mineurs (12 à 26 ans) issus des classes moyennes ou populaires.



C'est donc à coup de *travaillement*¹³ que les *brouteurs* devinrent des mécènes des artistes Coupé-Décalé et surtout les principaux commanditaires des *spots*. Ces artistes chanteurs en contrepartie faisaient leurs éloges. Le *spot* est alors appréhendé comme "une musique de *brouteurs*" parce que financée par eux, composée de leurs (sur)noms et véhiculant les valeurs qui leur sont propres. La musique *spot* et le *broutage* partagent un même éthos caractérisé par l'hédonisme (*enjaillement*), l'ostentatoire (*boucan*) et la prodigalité. Ils entretiennent donc des liens matrimoniaux, patrimoniaux et historiques très étroits.

La relation dans laquelle le chanteur devient un griot¹⁴ héraut faiseur d'héros n'est pas nouvelle dans la musique en Afrique et en Côte d'Ivoire¹⁵. Toutefois, cette relation devient plus visible avec l'évolution du numérique et surtout avec l'émergence du Coupé-Décalé. D'abord connue, dans les années 2002 sous le vocable d'*Attalaku*¹⁶ cette pratique musicale laudatrice avait pignon sur rue lors des sorties en boîte de nuit. Elle mettait en scène le DJ qui faisait l'éloge de la générosité des *jet setteurs*, ces fils prodigues revenus au pays avec cette fois, "beaucoup d'argent". En réaction à ces discours encenseurs, ces "maîtres de la nuit" devaient "offrir le champagne et distribuer les billets de banque pour prouver leur réussite"¹⁷. Cette manifestation ostensible de "générosité", de prodigalité du boucantier¹⁸ était moins une forme d'encouragement et de reconnaissance du talent du DJ, que la contrepartie financière à sa mise en visibilité. Mais, en marge des *Jet setteurs* et des footballeurs internationaux, les *brouteurs* s'érigeaient comme des "dépositaires locaux" du *boucan* et de la frime à Abidjan. Ils systématisent et consolident leurs interactions avec les DJ. Autour de 2008, le *spot* devient une musique enregistrée sous l'effet de l'évolution du numérique et du développement du

¹³ *Travailler* et *travaillement* dans ce contexte c'est "offrir le champagne et distribuer les billets de banque pour prouver sa réussite" (KOHLHAGEN, *Op.cit.* 2005, p. 92).

¹⁴ Dans les sociétés traditionnelles mandingues, le griot est une instance de "reliance" sociale entre les groupes sociaux et les castes. Son activité consiste en la relation et la transmission de la richesse culturelle. Il fait non seulement office de porte-parole entre ces castes, mais il est aussi le garant de l'histoire. Il intervient en musique ou en parole sur des événements qui alimentent la vie politique. C'est un artiste et un personnage sacré spécialiste de la parole. Ces "gens de la parole" (CAMARA, 1976) chantent l'Histoire, la critique, la morale. Par analogie, les *brouteurs* représenteraient la caste des nobles dont les Dj faiseur de *Spot* font les éloges.

¹⁵ ELIOU, Marie. "Sori Camara, Gens de la parole. Essai sur la condition et le rôle des griots dans la société malinké" In *Tiers-Monde*, tome 19, n°76, p. 901, 1978; WONDJI, Christophe. *La chanson populaire en Côte d'Ivoire. Essai sur l'art de Gabriel Srolou*, Paris, Présence Africaine, 1986; BAH, Aghi. "Musique populaire moderne et coproduction de l'imaginaire national en Côte d'Ivoire". In *La réinvention de soi dans la violence*, Francis Akindès, Dakar, (Ed.) CODESRIA, p. 133-168, 2011.

¹⁶ *Attalaku* signifie "regarde par ici" en Lingala. C'est une sorte de "griotisme version boîtes de nuit" par lequel des clients prodigues font chanter leurs louanges par le Disc Jokey en échange de sommes d'argent. C'est une pratique ritualisée depuis le début du *Coupé-Décalé*.

¹⁷ KOHLHAGEN, *Op.cit.*, 2005, p. 92

¹⁸ Le boucantier désigne une personne qui dans un bar ou une boîte de nuit se fait voir de façon ostensible. Il est celui qui fait le malin. On dit qu'il fait son bruit, qu'il fait son *boucan*.



broutage. Dès lors, des acteurs se professionnalisent et se spécialisent (DJ, manager, propriétaires de maquis¹⁹ et bars climatisés), des espaces et des moments d'effervescence se créent, des pratiques typiques et des *arts de faire* se développent autour de la création et de la réception du *spot*.

Dans un contexte socioculturel et politique dynamique, on assiste à l'émergence d'une économie du *spot* structurée autour de la prodigalité de ces *bienfaiteurs*, de ces *responsables*, de ces *dignitaires*, de ces *officiers du boucan*, de ces *tenants du pouvoir*²⁰. Cependant, les démonstrations ostentatoires de boucan, les scènes de *travaillement* filmées et partagées via les réseaux sociaux étonnaient, heurtaient. Le *spot* et les *brouteurs* qu'il mettait en scène furent dès lors étiquetés parce qu'en marge des normes et des pratiques sociales et juridique en vigueur²¹. Toutefois, le *spot* survit et réussit à s'exporter au-delà des frontières ivoiriennes²². Plusieurs années après les premières productions enregistrées²³, il se présente comme un fait musical qui conserve les us et les logiques originelles du Coupé-Décalé, en même temps qu'il met en lumière le public interpellé des *brouteurs*. Il est dès lors important de s'interroger sur ce que le *spot* représente réellement pour les *brouteurs* et aussi à la place qu'il occupe dans leurs logiques sociales.

En toile de fond de ce questionnement, il y a l'idée que la musique constitue un mode d'expression et une forme symbolique de médiation qui participe à la construction de l'identité collective d'un groupe social, d'une communauté de réception. La musique est appréhendée dans ce travail comme un processus de communication, qui au-delà du modèle linéaire ou tripartite²⁴, possède une fonction participation²⁵ et médiation²⁶. Elle est un objet communicationnel porteur de sens, porteur de sens différents. Elle est un mode de connaissance du social et aussi le lieu privilégié d'expression d'une forme d'appartenance culturelle. La dimension "médiation" de la musique révèle

¹⁹ En Côte d'Ivoire, le terme maquis est un espace gastronomique, culturel et politique. C'est un lieu de consommation de boisson et de nourriture où les gens passent du bon temps et à débattre des problèmes les concernant.

²⁰ Ce sont les noms que les chanteurs de *spot* utilisent pour désigner les *brouteurs* qu'ils mettent à l'honneur

²¹ En plus de la pénalisation du phénomène avec Loi n°2013-45, des organes spécialisés de lutte contre la cybercriminalité ont été créés : La Direction de l'Informatique et des Traces Technologiques (DITT), le Laboratoire de Criminalistique Numérique (LCN), la Plateforme de Lutte Contre la Cybercriminalité (PLCC) et l'Autorité de Régulation des Télécommunications en Côte d'Ivoire (ARTCI).

²² Des cérémonies de présentation de *spots* se font en Tunisie, Maroc, en France au sein de la diaspora ivoirienne

²³ *Ils sèment la panique* de l'artiste Dj Léo est l'un des premiers *Spots* enregistrés devenus célèbres au plan national. C'est d'ailleurs autour de 2008, que le *spot* commence véritablement à prendre de l'ampleur.

²⁴ EL IDRISSE, Chahida. "Niveaux d'analyse et situations d'analyse selon Molino et Nattiez". In Louis Hébert (dir.), pdf *Signo* [en ligne], Rimouski (Québec), 2017.

²⁵ WINKIN, Yves. "Anthropologie de la communication. De la théorie au terrain". Paris, Bruxelles, De Boeck Université, p. 268, 2001.

²⁶ LAMBEAU, Céline. "Communication musicale. Construire la musique comme objet pour les SIC". In *Études de communication* [En ligne], 35, 2010.



la culture des communautés qui participent aux processus de codage et de décodage du message²⁷. Alors, la musique *spot* est ici bien plus qu'une simple instance de transmission de message. Elle est une performance de la culture des *brouteurs* qui s'inspire et révèle les éléments caractéristiques de leur identité. Elle est aussi une action collective qui mobilise une dimension artistique, professionnelle, économique, culturelle ancrée. Et à ce titre, le *spot* devient une unité d'investigation du social apte à révéler des dispositions psychologiques profondes²⁸ de la sous-culture²⁹ des *brouteurs*. Mais comment les imaginaires et les idéologies qui sous-tendent les usages sociaux du *spot* témoignent-ils d'un processus de création et de renforcement de liens chez les *brouteurs* ?

Cette réflexion examine donc la messagivité du *spot*, une musique populaire ivoirienne. Elle veut comprendre comment les usages sociaux du *spot*, pris comme une performance des pratiques et des valeurs de la sous-culture des *brouteurs*, renforcent le sentiment d'appartenance.

Matériels et méthode

Cette réflexion ne questionne pas l'esthétique, la qualité du *spot* encore moins la moralité des *brouteurs*. Elle rejette les conceptions essentialistes (musique ou publics purs) et péremptoires qui établissent un lien exclusif et viager entre le *spot* et le *broutage*. En effet, les *brouteurs* ne consomment pas que les *spots* et il n'y a pas que les *brouteurs* qui consomment les *spots*. En plus, tous les (sur)noms chantés dans les *spots* ne désignent pas *ipso facto* des *brouteurs*. Cependant, les personnes interrogées lors de l'enquête (*brouteurs*, DJ, managers, propriétaires de bars) qualifient le *spot* de "*musique de brouteurs*". La filiation entre *Spot* et *broutage* s'appuie donc sur une catégorisation émique.

Ainsi, dans le but d'appréhender les usages et les comportements des acteurs dans leurs différents lieux de performance des ethnographies de la sous-culture des *brouteurs* d'Abidjan³⁰ et du monde du *Coupé Décalé*³¹ ont été effectuées³². En effet, elles se sont appuyées sur des entretiens

²⁷ HALL, Stuart. *Identités et cultures. Politiques des Cultural Studies*, Paris, Ed. Amsterdam, 2017.

²⁸ Le *spot* constitue une forme symbolique de médiation qui permet de révéler dispositions psychologiques profondes, les positionnements idéologiques, les développements intellectuels, les pratiques et les logiques sociales propres à caractériser une époque, une culture. Le *spot* est un document expressif, une représentation du monde social des *brouteurs*.

²⁹ HEBDIGE, Dick. *Sous-culture, Le sens du Style*, Collection Zones, Paris, Editions La Découverte, ([1979] 2008).

³⁰ ADOU, *Op.cit*, 2016

³¹ KOLÉ, *Op.cit*, 2021

³² Il faut préciser que les observations participantes et les entretiens compréhensifs effectués dans le cadre de cette étude sur le *Spot* sont le fruit du travail d'une équipe composée d'Adou Ettien Franck Stéphane et Kolé Mahesse Stéphanie. Des écrits sur la fabrication et le contenu du *spot* sont d'ailleurs en cours de rédaction.



compréhensifs³³ avec des managers de bar, des DJ (*DJ Vetcho, DJ Pikan, DJ Chico, DJ Rava, DJ Kevin*) et des *brouteurs* (*Alarme Rouge, Lewis Cfa* et *Sheva Sheva*) ainsi que sur des observations participantes dans les lieux physiques du *Spot* et du *broutage*. Il s'est agi d'investir un cybercafé à Abobo (*cybercafé pro*), des boîtes de nuits, des maquis, des bars climatisés (*Le Cyclone à Cocody, Le Boya* et le *blokhauss Gasoil* à Blokhaus-Cocody, le *Super Sonia* et la *Nouvelle Version* à Yopougon), des studios d'enregistrement (*Empire Knight, Sony Music, Frames Studio, Kamikaz Studio*) surtout des "soirées". Ces soirées à thèmes ou à concept mettent à l'honneur un artiste, un homme du Coupé-Décalé, un *jet-setteur* ou un *brouteur* célèbre. Les événements tels que *Soirée Guichet Automatique, Soirée Red Cup, Soirée On Dit Pas*³⁴, *Soirée Amusement d'Argent, Soirée Ya Dieu dedans, Soirée 100% Coupé-Décalé* sont des points culminants de la rencontre entre les *brouteurs* et les membres réseau de coopération du *spot*. L'expérience de la fête/soirée dans le bar climatisé constitue un des moments clé de la pratique musicale, moment qui met en branle la question de l'ambiance, de l'*enjaillement* de la foule, de la fusion. Ces deux ethnographies ont donc permis de déceler la sociabilité instaurée ou construite autour du *Spot*. Elles ont pu rendre compte des gestes, des postures corporelles, des looks (tenues vestimentaires, coiffure), des danses, de l'émotion du public, de la disposition scénique, le charisme de l'artiste, la musique, le bruit, l'espace. Dans l'ensemble, il a été possible d'identifier les lieux, les usages, les pratiques des *brouteurs* qui se construisent autour de la réception du *spot*. Par la suite, les imaginaires qui sous-tendent ces usages sociaux du *spot* ont été mis à jour. Ils ont révélé que le *spot* participe à la construction du mythe moderne du *brouteur* et doit s'appréhender comme un système médiateur de reliance sociale.

Le *Spot* dans le rythme de vie des *brouteurs*

Le cybercafé (espace de travail) et les lieux d'*enjaillement* (espace de divertissement) constituent des espaces de réception active du *spot*. L'investigation dans ces cadres privilégiés permet de rendre compte de l'inscription du *spot* dans le rythme de vie des *brouteurs*.

L'écoute du spot, une pratique ritualisée dans le cybercafé

³³ Cette forme d'entretien s'inscrit dans une approche qualitative, inductive et empirique. Elle emprunte aux techniques ethnographiques qui se nourrissent du travail avec les informateurs. Pris dans une conception de Weberienne, l'entretien dit "compréhensif" ne juge pas, mais permet d'expliquer, de comprendre en se fondant sur l'empathie et l'intuition des personnes engagées dans l'entretien. KAUFMAN, Jean Claude. *L'entretien compréhensif*, Paris, Éditions Nathan, 1996.

³⁴ C'est un concept Coupé-Décalé qui signifie que l'ampleur de la soirée (ou d'une autre réalité) est telle que les gens resteront sans voix (explication de *Hermann Manadja*, concepteur de la soirée).



Le cybercafé représente le lieu de travail du *brouteur*, son bureau. Il y passe une grande partie, de l'ouverture à 8 h jusqu'à la fermeture aux alentours de 20 heures 30 minutes. Alors, dès les premières heures du matin, les premiers *brouteurs* ont le réflexe de mettre de la musique : parfois du rap, du Coupé-Décalé, mais très souvent des *spots*. Ils le font soit à partir de leurs téléphones portables, soit par l'ordinateur du cybercafé. Les sites *youtube* de musique *Ivoir mix DJ*, *hit 2 Baby.com*, *Spotboxlive.com*, *univers des spots* sont les plus prisés. Le volume élevé permet aux autres *brouteurs* d'entendre la chanson. Dès lors, la plupart des *brouteurs* chantent à haute voix, en chœur et par cœur l'intégralité de chansons, au demeurant beaucoup plus longues que les chansons ordinaires (au moins 8 minutes). Les *brouteurs* de *cybercafé pro* ont des goûts et des références musicales partagées. Ils leur arrivent très souvent de discuter de la qualité des chansons et des chanteurs ainsi que des *brouteurs* dont les noms sont chantés. Par ailleurs, il est difficile d'évaluer la célébrité, le succès d'un *spot* en s'appuyant sur les cérémonies de distinction, les classements dans les *hitparades*, le nombre d'albums vendu ou de concert, car le réseau de distribution du *spot* diffère de celui du "Coupé-Décalé officiel". En l'absence d'une doxométrie fiable, nous nous sommes référés aux sélections émiqques faites par les enquêtés. Alors, les artistes-chanteurs que sont *DJ Léo*, *Anderson 1^{er}*, *Mix 1^{er}* et *Dino Malachie* sont présentés comme les meilleurs *faiseurs de spot*. En plus, de ces derniers, les chansons telles que *Faut bara*³⁵ de *Bebi Philip*, *reconnaissance*³⁶ de *Vénon le cascadeur*, *l'argent est trop*³⁷ de *Serges Beynaud*, *Djéssimidjaka*³⁸ de *Dj Arafat*, *C'est le moment*³⁹ de *Roland le Binguiste* sont cités comme des "classiques" de ce genre musical.

Les *brouteurs* s'identifient aux mêmes *spots*, ils se reconnaissent dans les idéologies véhiculées et s'approprient le vocabulaire. Les périphrases, les métaphores et les constructions syntaxiques qui structurent le narratif chantée de ces artistes transportent les valeurs propres au groupe des *brouteurs* qui constitue le public interpellé du *spot*.

- Faut Bara, c'est le travail qui compte (Bebi Philip)
- La vie, c'est le combat (Anderson 1^{er} feat DJ Léo)
- On dort pas en classe (BB Salvador feat DJ Léo)

³⁵ Lien YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=h3nxZMdA6Q0>

³⁶ Lien YouTube <https://youtu.be/jwrwoE76gp4>

³⁷ Lien YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=wxfoyLvU-Uk>

³⁸ Lien YouTube <https://youtu.be/XBYiCILxwTw>

³⁹ Lien YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=QXMcJaj4rbs>



L'expression " *faut bara* " apparait comme est une injonction au travail bien que pour certains, elle est plutôt destinée à encourager les *brouteurs*. En effet, le terme *bara* renvoie dans le langage populaire ivoirien au *broutage*. D'ailleurs, pour désigner leur activité, les *brouteurs* utilisent davantage le terme *bara* qui signifie le "travail" ou le verbe "travailler" en *dioula*. Il est employé comme synonyme de *broutage*. Quoiqu'il en soit, le plus important c'est d'avoir de l'argent parce que " *la vie c'est les moyens* " (*Canavaro le Diamantaire*) et surtout que " *c'est le moment de faire son boucan* " (*Roland Lebinguiste*). Les chanteurs ici exhortent aussi leur public à la persévérance, au courage et même " *au combat* " face aux difficultés de la vie.

Extrait de " *La vie c'est le combat* ", DJ Leo, 2016⁴⁰

La vie là c'est le combat,

La vie là c'est le combat, faut jamais baisser les bras

Oui c'est dur, c'est dur ehhhhh

On ira jusqu'au bout ehhhh

Quand s'est segué sur toi ehhhh

On ira jusqu'au bout, On ira jusqu'au bout, On ira jusqu'au bout

Le *spot* accompagne le *brouteur* pendant le *bara* (le *broutage*) et dans sa vie quotidienne. Il apparait même comme une " constante " de la vie sociale, un médium social. Son écoute constitue une pratique ritualisée, un trait distinctif d'appartenance et d'identification au groupe des *brouteurs*. Ainsi, les pratiques construites autour de la consommation du *spot* apparaissent alors comme des actes d'interprétation et de résistance. Ceux-ci permettraient d'offrir un regard de l'intérieur de ce groupe social étiqueté du fait de leur mode de vie et de leurs pratiques dans les lieux d'*enjaillement*.

Dans les lieux d'enjaillement

Le *spot* est préfabriqué et diffusé dans des lieux d'effervescence festive et de performance scénique. Ces cadres où la réception est collective, voire communautaire sont nombreux à Abidjan. Les managers de bars en partenariat avec des brasseries ou des sociétés commerciales⁴¹ y organisent des spectacles. Au cœur du dispositif de ces soirées, il y a Le *DJ spotteur* qui constitue un maillon incontournable du dispositif festif construit. On peut citer les soirées " *Ya Dieu dedans* " (Club Boya),

⁴⁰ Lien YouTube <https://youtu.be/tBNfQXn8S6M>

⁴¹ Des sociétés de fabrication et/ou de commercialisation de boisson s'associent aux maquis et bars climatisés dans leur plan de conquête. Elles signent des contrats de livraison régulière de boisson et autres des équipements (congélateur, réfrigérateur, chaises.). Ces entreprises initient ou sponsorisent des événements dans ces lieux.



"zouzouwôwô"⁴² (Blockhaus Gazoil), "Maillot", "One shot", "DJ platine", "mouvement des stars", "Buvons-buvons", "Les responsables". Parmi ces événements, il y a des cérémonies de présentation de single ou de *spots* de DJ (soirée *recrutement*), qui mobilisent les acteurs du milieu dans les bars climatisés, des espaces publics presque privatisés. Les *arts de faire* qui naissent et se déploient dans ces lieux s'originent et construisent autour de l'éthos Coupé-Décalé. Suite à l'enregistrement du *spot* qui intervient après la publication des bans⁴³, le "spotteur" organise une soirée spéciale où la chanson est diffusée plusieurs fois. Au cours de cette soirée, "les noms doivent être bloqués". Ce blocage est le fait pour la personne "spotée" (magnifiée dans le *spot*), de fixer définitivement son nom dans la mouture finale de la chanson.

Le blocage de nom consiste à faire un *travaillement* lorsque le "Dj spotteur" chante le nom d'un individu présent. Les blocages les plus importants suscitent l'admiration et confirment les qualités annoncées par le "DJ Spotteur". À partir de là, le *brouteur spoté* se met en valeur et montre "sa force de frappe". Il se joue devant partenaires et adversaires, familles ou gouvernements⁴⁴, le titre de *seigneur du boucan*, de maître de la nuit. Le montant de la facture, l'intensité du *travaillement* et la durée du "blocage de nom" constituent les critères de qualité. Après cette soirée qui intervient suite à la *publication de bans*, le "spotteur" retourne en studio et finalise sa chanson. Lorsque la chanson sort, un événement est créé pour la présenter officiellement. À cette cérémonie, les *brouteurs spotés* se doivent d'être encore présents. Ils peuvent alors *prendre leurs points* aux yeux de toute la communauté des *brouteurs boucantiers*. Le *spot* est donc très important aussi bien pour les "spotteurs" qui l'utilisent pour se faire de l'argent que pour les "spotés" qui y voient un espace d'exhibition de leur richesse matérielle et financière. À partir des pratiques ritualisées qui se construisent autour du *spot*, le *brouteur boucantier* peut montrer qu'il compte dans son milieu. Les *spots* relèvent à la fois d'une question de survie pour les artistes et les responsables des bars (le cœur de cette économie), de légitimation et de distinction sociale pour les *brouteurs donateurs*. La performativité du *spot* rend compte d'une dynamique de reconnaissance et d'appartenance sociale. Le *spot* apparaît comme un canal pour faire parler de soi, de ses faits d'armes. Il permet aux *brouteurs* d'exister, de se faire un nom et de compter dans leur milieu d'interconnaissance.

⁴² "zouzouwôwô" est un terme de l'argot ivoirien, plus précisément des marchés populaires, qui renvoie au fait d'acheter beaucoup à moindre coût. Au cours des soirées "zouzouwôwô", les boissons sont vendues à des prix très réduits.

⁴³ La publication des bans est l'étape préliminaire durant laquelle les personnes qui désirent figurer dans le *spot* réservent leur place et leur position avant la soirée de présentation.

⁴⁴ Les *familles* ou les *gouvernements* sont des regroupements de *brouteurs* qui décident de mener la plupart de leurs activités ensemble (matches de football, fêtes d'anniversaire, sorties dans les bars). Lors des soirées, ils se lancent parfois des duels afin de montrer leur puissance financière.



Imaginaires et représentations de la musique *spot* chez les *brouteurs*

Le *spot* conserve musicalement la mémoire collective (acteurs et événements majeurs) du milieu d'interconnaissance des *brouteurs*. Il transporte dans son discours (image et mots), une vision du monde et des valeurs immatérielles (croyances, émotions, rêves, mystères, absurdités) qui structurent les imaginaires et les représentations des *brouteurs*. Ainsi, le *spot* témoigne de l'ascension sociale du *brouteur* et participe à la construction du *Seigneur du boucan* devenu un mythe moderne. Il constitue un hymne, une ode, un cri de ralliement autour de l'éthos Coupé-Décalé, ciment de la sous-culture des *brouteurs*⁴⁵.

Se faire "spoter", une marque d'ascension dans la carrière de brouteur

Il est important de préciser que le *spot* fait aussi l'éloge de personnes célèbres, de stars africaines de football qui ne sont pas des *brouteurs*. Les plus illustratifs sont le *spot* pour "Drogbacité" de Christina DJ⁴⁶, pour "Popito, Kader Kéita" par Arafat DJ⁴⁷, pour "Stéphane Sessegnon"⁴⁸ par DJ Arafat et Debordo Leekunfa. Il arrive donc qu'un seul *bienfaiteur* soit *spoté* tout au long de la chanson. Cette exclusivité dénote du fait que cette personne, très souvent un *brouteur*, a eu suffisamment d'argent pour commanditer un *spot* privé auprès d'un DJ célèbre. C'est le cas de "Joyeux anniversaire Sénateur CFA"⁴⁹ par Anderson 1^{er}, ou "Ibou Diabagaté"⁵⁰ de Mix 1^{er}. Parmi les *spots* individuels, il y a aussi ceux qui rendent hommage à des défunts ayant joué un rôle de mécène. L'"Hommage à Wattao"⁵¹ de DJ Léo, "Hommage à Francky Pigeon"⁵² par Roland Le Binguiste sont les plus connus dans ce registre⁵³. Mais la plupart du temps, le *spot* est destiné à des

⁴⁵ Du travail de Adou (2016) sur le *broutage* comme usage déviant d'Internet en Côte d'Ivoire, il ressort que les *brouteurs* constituent une sous-culture au sens de Dick Hebdige avec des usages, des représentations, des réactions à l'étiquetage, des imaginaires partagés, bref avec une identité propre. Cette sous-culture qualifiée de déviante possède un style, une carrière et un ethos typique. Ainsi, la transmission et la consolidation du soi *brouteur* se faisait à travers les interactions entre les membres de ce groupe de référence. ADOU, Etienne Franck Stéphane. "Le *broutage*" comme usage déviant d'Internet en Côte d'Ivoire: Étude ethnographique de *brouteurs* dans un cybercafé d'Abidjan, Mémoire de Master, Université Félix Houphouët-Boigny d'Abidjan, 2016.

⁴⁶ Christina DJ "Sagesse" <https://www.youtube.com/watch?v=dP889GohHs>

⁴⁷ DJ Arafat "Hommage à Kéita Kader" <https://www.youtube.com/watch?v=UNy2zPYeVcQ>

⁴⁸ Arafat DJ et Debordo Leekunfa "Stéphane Sessegnon" <https://www.youtube.com/watch?v=eF1cKqov6BI>

⁴⁹ Anderson 1^{er} "Joyeux anniversaire Sénateur CFA" <https://www.youtube.com/watch?v=6JyQOBSyZwU>

⁵⁰ Mix 1^{er} "Ibou Diabagaté" <https://www.youtube.com/watch?v=mRSKqArkRIE>

⁵¹ DJ Léo "Hommage à Wattao".

⁵² Roland Le Binguiste "Hommage à Francky Pigeon" <https://www.youtube.com/watch?v=6mnHLfOmQqo>

⁵³ Wattao, de son vrai nom Ouattara Issiaka était un chef de guerre de la rébellion ivoirienne de 2002 connu pour sa générosité et sa prodigalité pour les artistes. Francky Pigeon quant à lui était un *brouteur* assassiné par ses amis.



groupes de *brouteurs* en Côte d'Ivoire ou à l'étranger. Les titres tels que "*Binguiste*"⁵⁴ de DJ Léo, "*La nouvelle génération de Paris*"⁵⁵ par DJ Mix 1er, "*Hymne national du Maroc*"⁵⁶ de DJ Léo, "*Les Douahoudés du Maroc*"⁵⁷ d'Anderson 1^{er} témoignent que la pratique s'étend au-delà des frontières géographiques ivoiriennes.

Le concept de carrière utilisé pour construire un modèle séquentiel du *broutage* traduit non seulement le passage d'une position à une autre, mais aussi permet de différencier dans une "profession", ceux qui réussissent de ceux qui ne réussissent pas. Le modèle de réussite dont il s'agit ici est l'état vers lequel veut tendre un *brouteur*. C'est un modèle de réussite propre au groupe qui diffère de celui des membres de la société globale. En l'espèce, la réussite d'un *brouteur* doit être sue par tous, elle doit être publicisée, chantée et même dansée. Et le spot constitue la tribune habituelle et adaptée à cette visibilité, de cette exhibition. Aucun *spot* n'est ouvertement dédié aux *brouteurs*. Les chanteurs utilisent très souvent des périphrases mélioratives pour désigner ceux qu'ils encensent et pour qui ils ont un profond respect. Ce sont donc des *responsables* (Anderson 1^{er}), les *tenants du pouvoir*, les *monuments* (Dj Mix 1^{er}), *Mes associés, mes pions surs* (DJ Maxiou), les *patrons de Daoukro* (Kolela Dj), les *bienfaiteurs* (Dino Malachie) qui se caractérisent par leur générosité :

Dans un univers où la réalité et la torpeur sont frères et sœurs
J'ai l'honneur de rendre honneur à une nouvelle race de donneur
Des bienfaiteurs, des gens ayant la main sur le cœur
Qui donne sans rancœur, ni fleur pour contribuer à notre bonheur
Merci pour votre soutien
Je vous salue l'enfant Bibi, Papys la star, Premier ministre
Gnanhi le babatché (le chef), Moustapha le détecteur
Ce sont mes bienfaiteurs, je dis des bienfaiteurs, de vrais bienfaiteurs...⁵⁸

La réussite pour le *brouteur* dépend de sa capacité à réussir des escroqueries, du montant de ces escroqueries, de son mode et de son niveau de vie. Les échelles successives de réussite qu'il

⁵⁴ Le terme "Binguiste" renvoie aux personnes qui reviennent de l'Europe, plus précisément de France. DJ Léo "Binguiste" <https://www.youtube.com/watch?v=JInfjQBSHzA>

⁵⁵ DJ Mix "La nouvelle génération de Paris" <https://www.youtube.com/watch?v=V4tm9MKJ8t8>

⁵⁶ DJ Léo "Hymne national du Maroc" <https://www.youtube.com/watch?v=jkXnHvM9UaU>

⁵⁷ Les douahoudés sont ceux qui ont la chance. Le terme Douahous, très souvent utilisé au pluriel signifie la chance, les bénédictions. Anderson 1^{er} "Les Douahoudés du Maroc" <https://www.youtube.com/watch?v=rjAsLG2Ufns>

⁵⁸ Extrait, Dino Malachie, les bienfaiteurs, 2009



gravit sont donc mesurables par ce qu'il fait avec ses gains. Trois niveaux de réussite peuvent être identifiés. Le premier est visible au niveau de l'apparence des *brouteurs*, les deux autres se construisent autour du rapport à l'*enjaillement*. En effet, au premier niveau, le *brouteur* s'approprie la façade personnelle typique du *brouteur* (vêtements, comportement, langage), mais fréquente très peu les lieux réputés où les *brouteurs* se divertissent : il n'a pas suffisamment d'argent pour suivre le rythme effréné de consommation imposé par les gérants. Au gré des escroqueries, il atteint le deuxième niveau et sort plus régulièrement dans les boîtes de nuit et les bars climatisés. En période faste, il est capable de faire le boucan avec ses amis. Et même s'il fréquente régulièrement les établissements de nuits, il ne fait le *travaillement* que très rarement. Au troisième niveau de réussite, le *brouteur* devient un *seigneur du boucan* tellement il fait parler de sa prodigalité, de sa richesse qu'il montre ostentatoirement. Il accomplit des actes de prodigalité, des "*exploits*" dans les bars climatisés lors des soirées de présentations des *spots* qu'il commandite ou parraine. Son surnom et ses "titres de noblesses" sont déclinés dans les *spots* d'artistes célèbres. Il est donc possible d'évaluer cette réussite par son rapport au boucan. Se faire *spoter* montre donc que le *brouteur* est au sommet de la hiérarchie et qu'il incarne les logiques hédoniques du groupe de *brouteur*. Avoir de l'argent ne suffit pas, il faut "savoir se faire voir" pour être un *bon brouteur*. Et le *spot* constitue un moment charnière de cette nécessaire mise en visibilité.

Le *brouteur* qui a "réussi" doit avoir de l'argent et être en mesure de répéter les *travaillements* dans les lieux d'*enjaillement*. Un *brouteur* qui a réussi "donne les sous en quantité, fait le travail d'exagération" (Kolela Dj, *les patrons de Daoukro*), bref, il distribue de l'argent notamment au DJ qui fait le *spot*. Plus le *brouteur* gagne de l'argent, plus il fréquente les établissements de nuit, plus il a et procure les signes ostentatoires de richesse (voiture, moto, montres de luxe, portables dernières générations), plus il se fait *spoter*. Ce sont des *éléments de prestiges* et des indicateurs de la réussite. Par ailleurs, ce modèle de réussite prend aussi en compte l'habileté au *bara*, la réputation, l'estime et le prestige que le groupe attribue au *brouteur*. Les *seigneurs du boucan* sont des références, des guides et des modèles de réussite pour les *brouteurs*. Ils inspirent les débutants qui décident de se consacrer au *broutage* et motivent ceux qui s'y consacrent déjà. Ces *brouteurs* racontent d'ailleurs des histoires sur l'ingéniosité et la puissance financière de ces modèles auxquels ils s'identifient.

Le spot, un cri de ralliement autour de l'éthos Coupé-Décalé

DJ Leo :

Arrivé au Maroc



Si tu veux voir l'argent,
Si tu veux les gens qui ont beaucoup d'argent,
C'est eux qui on l'argent
Le luxe... ils sont dedans
Champagne ...ça coule
Boucan...ils vont tuer (expression pour que quelqu'un excelle dans un domaine)
Lui la... il a l'argent, beaucoup d'argent
Djessa la réussite, réussite totale
Zandro Côte d'Ivoire, Côte d'Ivoire complet
Le boss Kewel, Kewel Dollards
JM cheveux, ça ne finit pas
18 carats, il connaît le bara...⁵⁹

L'argent, la réussite matérielle et plus largement la richesse sont les thèmes abordés dans le *spot*. Il présente la prodigalité, l'hédonisme et l'ostentatoire comme des valeurs structurantes de la sous-culture des *brouteurs*. Il y a aussi la reconnaissance que les artistes témoignent aux commanditaires de leurs chansons.

Anderson 1^{er}:

Même si des fois je me suis senti abandonné, je n'oublierais jamais que tu ne m'as pas
laissé tomber
Même si des fois je me suis senti tous seul, je n'oublierais jamais qu'auprès de moi tu
es resté
Malgré ma situation, malgré ma galère, malgré que s'était mou (difficile) tu m'as dit
de resté debout
Et tant que tu seras là tant que toi tu vivras, jamais de la vie je ne vais vivre en solo
On ne se laisse pas, On ne se laisse pas la terre n'a qu'à se renverser, toi et moi on ne
se laisse pas.
On ne se laisse pas, On ne se laisse pas les gens n'ont qu'à nous secouer, toi et moi on
se laisse pas
L'authentique Babayard, Erico le célèbre, Juvenal Manadja ...⁶⁰

⁵⁹ Extrait de " Hymne national du Maroc ", DJ Leo.

⁶⁰ Extrait de " On se laisse pas ", Anderson 1^{er}, 2019



Vénon cascadeur :

Le bienfait n'est jamais perdu, même dans ma tombe, je serais toujours prêt pour eux

⁶¹.

L'expression " *on se laisse pas* " utilisée par *Anderson 1^{er}* traduit son attachement, sa reconnaissance *aux responsables*, à *son armée du boucan*, bref à tous ceux pour qui il chante et qui ont une influence positive dans sa vie. Il leur dit que malgré les difficultés qu'ils rencontrent, ils feront toujours chemin ensemble. " *Je suis prêt pour eux, ils sont prêts pour moi, on les appelle les partenaires officiels* "⁶² Il existe un lien fort entre les *spotteurs* et les *spotés*. Ils s'inscrivent dans une interaction paradoxale de don et de contre don à la fois immédiat et différé.

Le *spot* devient comme un lieu de rencontre de cette communauté. Il permet de partager des valeurs communes, des façons de voir la vie, un ethos. Les noms de *boucantier* sont scandés tout au long des spots. Ces noms sont des surnoms essentiellement construits à partir du champ lexical de richesse, de l'argent, pierre précieuse, la gloire (*Dao le distributeur des sous, Abou CFA, le mannequin milliardaire, Inouss le banquier, Alain BCEAO, Andesko la fortune, Lamine CFA, Zola CFA la flèche, Charly l'argent, Las le Diamantaire, Abdul le banquier, Walter le financier*). La construction des surnoms *spotés* mobilise les marques de luxe (*JM le champagne ; Dino Versace*), le noms de footballeur ou de concept de football : (*Eto'o le silencieux, Yannick Ballon d'or, le roi Messi*), des titres de noblesse et de pouvoir (*Empereur Chavez, Empereur Messi, Baron de Bruxelles, Seigneur le citronnier, Gouverneur Lamté, Président Boris, Saki DG, Général Lévy, le Comte de Zurich, Président Dugari, Sénateur Berkley*) ainsi que des noms associés aux pays occidentaux ou aux villes de ces pays (*JC MSN le Canadien, Keny West de Westham, Roro le Canadien, Cousin de Dubaï, Jojo de Liège, El Capone de Paris*).

Les expressions relatives à la profusion et à la prodigalité traversent les surnoms et le narratif des spots. *Essien le dépensier des sous, Weston volcan d'argent, Bôrô*⁶³ *d'argent*. Par ailleurs, les titres et les refrains des chansons constituent des slogans, des leitmotivs, des périphrases valorisantes : " Les tenants du pouvoir " (DJ Mix), " Ébola du Boucan " (DJ Léo), " Les officiers du boucan " (Anderson 1^{er}), " L'armée du boucan " (Anderson 1^{er}), " La vie c'est les moyens " (Canavaro le

⁶¹ Extrait de " Reconnaissance ", Vénon cascadeur, 2010

⁶² Dj Léo, ils sèment la panique, 2008.

⁶³ Bôrô désigne les grands sacs destinés au transport de marchandises comme du riz, des fèves de cacao etc.



Diamantaire), " L'argent est trop " (Serge Beynaud), " C'est le moment de faire le boucan " (Roland le Binguiste). Ces constructions sémantiques valorisantes véhiculent l'état d'esprit et construisent les imaginaires des *brouteurs*. Les *brouteurs* se recréent une identité valorisante en se donnant des noms de célébrité, de noble, de marque de luxe afin de s'individualiser.

Le *spot* décline en chanson l'éthos Coupé-Décalé qui structure les usages sociaux, les manières de vivre et les pratiques ritualisées en œuvre des *brouteurs*. Aussi, le DJ constitue un pendant consubstantiel de la mise en musique de cet éthos. Il peut être assimilé à un griot qui chante les louanges et qui conte les "aventures épiques du *brouteur*". Il lui permet de distinguer les membres de la société globale, mais aussi de ses pairs. Le DJ est une figure incontournable du Coupé-Décalé, car il véhicule les normes et les valeurs du milieu. Le DJ *spotteur* quant à lui est un porte-parole qui valorise et même justifie les actions des *brouteurs*. Le *spot* codifie les *arts de faire brouteurs* qui se reflètent dans leurs motivations et leurs modes de vie. Il transmet des valeurs et des manières de faire certes attachées à un individu, mais qui résonne et raconte l'éthos du groupe. Cet éthos en l'espèce érige l'argent en super-valeur et présente ceux qui en ont comme des *surhommes*, comme des mythes modernes.

Le spot, espace symbolique de résistance et de construction du mythe du brouteur

Le répertoire de pratiques, de logiques et d'imaginaires sociaux que les *brouteurs* convoquent constituerait alors une forme de contestation, de résistance aux valeurs hégémoniques de la société globale. Il témoigne du refus d'un statu quo social et d'une profonde volonté de déclassement. L'économie symbolique du *spot* devient un espace où la rupture, la dialectique de la lutte culturelle est intelligible. Fortement ancrée dans les aspirations de réussite des classes sociales d'en bas, l'examen des usages sociaux du *spot* par les *brouteurs* donne la possibilité de questionner la construction des mythes modernes par le biais des formes symboliques de médiation. À sa manière, le succès du Coupé-Décalé dit quelque chose de très important sur la société ivoirienne. En transportant un éthos caractérisé par l'hédonisme, l'ostentatoire, la prodigalité, il devient un marqueur significatif de l'identité culturelle de communautés de réception. Il constitue pour eux, un chant de rassemblement, un cri de ralliement de personnes qui revendiquent leur place dans une structure sociale ivoirienne rigide et surpolitisée. Cette conception est également partagée par *brouteurs* qui constituent le public interpellé du *spot*. Les *brouteurs* aspirent aussi à une réussite sociale, mais sont inspirés par d'autres modèles de réussite qui se construisent en marge des chemins habituels.



Face au processus d'étiquetage dont les *brouteurs* sont l'objet, ceux-ci développent des techniques de neutralisation et d'autojustification⁶⁴. Ces techniques consolident le groupe et favorisent le processus de contre étiquetage des entrepreneurs de morale qui les jugent, les condamnent. Le *spot* apparaît dès lors comme un lieu d'appropriation de ces discours de neutralisation. Le *brouteur* qui écoute s'approprie les valeurs promues et acquiert un système élaboré de justification qui lui permet de donner des raisons à ses actes et de ses pratiques. Pour ce faire, il remplace le langage par des formules :

" Celui qui veut dire, il n'a qu'à dire, c'est ce que Dieu va dire que demain va prendre en compte " ⁶⁵

" la vie c'est le combat " (Anderson 1er), " on ira jusqu'au bout ", " faut jamais baisser les bras ", " seul Dieu à droit de jugement sur nos vies "

Les *brouteurs* s'affirment comme des modèles de combativité. Ils refusent d'être confinés indéfiniment dans la classe sociale dominée dont ils proviennent pour la plupart. Dès lors, ils inventent de nouveaux chemins d'accession à la réussite sociale. Ce qui inexorablement, entraîne une redéfinition des rapports que les *brouteurs* entretiennent avec la structure sociale. Ils redonnent un sens particulier au *spot* qui devient une fenêtre pour s'évader et une vitrine pour exhiber la réussite sociale d'un jeune homme qui devient, grâce à son ingéniosité, une légende, un mythe moderne.

Le mythe moderne est une construction imaginée qui véhicule les qualités et les valeurs unanimement partagées par un groupe⁶⁶ Il renvoie aux représentations, aux significations qui entourent les personnes (les *brouteurs*) ou des objets (*spot*). Ainsi, les auto-attributions onomastiques performées dans le *spot* participent à la construction du mythe du *brouteur boucantier*. Ces surnoms sont des masques sociaux qui révèlent l'image valorisante que les *brouteurs* ont d'eux-mêmes et de leur position sociale. Ils sont des *seigneurs du boucan*, des *jeunes riches*, des *responsables*, des *associés*, des *robots*, des *légendes* qui accomplissent les douze travaux d'Hercule pour avoir de l'argent. L'argent devient un superpouvoir et posséder les artefacts symboliques de la société de consommation est une manifestation de ce pouvoir. Les *brouteurs* s'érigent en légendes urbaines prodigieuses que les *spots* immortalisent, consignent pour la postérité.

⁶⁴ BECKER, Howard. *Outsiders. Étude de sociologie de la déviance*. Paris, Métailié, 1985.

⁶⁵ Dino Malachie, " cou d'cœur ", 2010) ;

⁶⁶ BARTHES, Roland. *Mythologies*. Paris, Éditions du Seuil, Collection Points, p. 209, 1957.



Ces nouvelles légendes urbaines jouent un rôle important dans l’imaginaire collectif des *brouteurs*. Ils témoignent des idéologies et des objectifs typiques à la sous-culture. Ces mythes renvoient une forme idéale, idéalisée de la réussite selon les *brouteurs*. Les personnes élevées au rang de mythes par ce cri de ralliement deviennent des modèles de réussite et donnent formes aux rêves des néophytes. Le *spot* est donc un moyen d’expression, d’identification et d’affirmation des valeurs de la sous-culture des *brouteurs*. Aussi participe-t-il au processus de renforcement et de re-création du lien social au sein des *brouteurs*, le groupe de référence.

Le *spot* : un objet de reliance sociale des *brouteurs*

Le *spot* est un objet de reliance de la sous-culture des *brouteurs* qui apporte une réponse au délitement du lien que la stigmatisation, les condamnations médiatiques, institutionnelles, juridiques ont provoqué. Il participe à la transmission de la mémoire et des valeurs des *brouteurs* ainsi qu’à la valorisation des modèles de réussite interne au milieu d’interconnaissance des *brouteurs*. Par ailleurs, les *brouteurs* constituent une sous-culture re-liée par le *spot* qui devient pour les *brouteurs* un système médiateur de reliance sociale. Alors, le *spot* dit quelque chose sur la sous-culture des *brouteurs*. Il révèle des *Arts de faire*s propres à cette culture et nous renseigne sur ses dynamiques sociales sous-jacentes. Il mobilise un triple mouvement de rapprochement du public interpellé, de distanciation du non-public et de renforcement du sentiment d’appartenance à une communauté imaginée de *brouteurs*. Le *spot* permet de questionner le lien social et le concept de reliance est à même de reconsidérer les dynamiques d’isolement et d’auto ségrégation en cours chez les *brouteurs*.

La reliance est un processus réactionnaire face à la perte, à la disparation du lien social existant entre les acteurs individuels ou collectifs. La reliance par le *spot* est une réaction qui exprime un besoin d’appartenance sociale ou un besoin de reconnexion. Elle est l’action de créer ou plutôt de recréer des liens entre les *brouteurs* que la société tend à séparer, à isoler par le fait du processus d’étiquetage dont ils sont l’objet. Cette reliance est possible par le biais du *spot*, une instance médiatrice. Le *spot* est une forme de médiation et un système médiateur qui recrée du lien entre personnes et groupes de personnes (aspect sociologique), construit une identité collective, consolide le sentiment d’appartenance à la sous-culture des *brouteurs* (aspect anthropologique). Et le *spot* participe à ce processus de mise en lien des *brouteurs*. Il est un intermédiaire dans un contexte de déliance (condamnation sociale) marqué par un processus d’auto ségrégation⁶⁷ et par la quête d’un

⁶⁷ ADOU, *Op.cit*, 2016.



regroupement autour d'un éthos partagé. Le *spot* conserve la mémoire collective et met en exergue les valeurs immatérielles des *brouteurs*. Il reflète et justifie le point de vue collectif de cette sous-culture.

Le *spot* répond donc à un besoin psychosocial de reliance face à l'isolement des personnes et des espaces symboliques typiques aux *brouteurs*. Ainsi, en répondant à un besoin d'affirmation de soi, le *spot* transporte une revendication identitaire et remplit une fonction de reliance sociale⁶⁸. Pour rompre l'isolement, à la recherche de liens fonctionnels, la communion humaine autour de la musique *spot* traduit un besoin d'appartenance sociale, un besoin d'appartenir à une communauté dont on partage ou refuse les malheurs. Il y a une dimension transcendante qui va au-delà de l'acte de reliance (acte collectif de consommation) et s'inscrit dans un sentiment d'appartenance (état de se sentir relié) à une communauté imaginée des *brouteurs*. Cet état de reliance charrie inexorablement la quête d'une identité collective, construit une unité de vie, favorise l'adhésion à une culture commune. Les *brouteurs* se reconnectent par le *spot* qui rend fidèlement un système de pensée, une réalité condamnée, clouée au pilori des normes sociales en vigueur.

Conclusion

Au-delà des discours d'ordre politique, idéologique, générationnel qui y sont contenus, le *spot* renferme un potentiel de partage et de liaison. Il témoigne des mutations en cours en Côte d'Ivoire où le plaisir, l'hédonisme, le dionysiaque apparaissent plus que jamais comme des concepts structurants et unificateurs de sous-cultures juvéniles. Le *spot* est un objet de reliance sociale autour duquel les *brouteurs* se réunissent, s'unissent. Il met en exergue la question de l'être ensemble chez les *brouteurs*. Un "être ensemble visible" dans les tenues vestimentaires, le langage, le comportement, l'usage déviant d'Internet et d'autres pratiques ritualisées dans le cadre de la réception du *spot*. Ces éléments constituent le style des *brouteurs*, de jeunes ivoiriens qui possédant des identités multiples (globale, locale, urbaine), ne sacralisent ni la politique ni les moyens institutionnalisés de la réussite sociale ni les missions d'engagement habituellement assignées à la musique. Ils préfèrent s'éclater, s'enjailler avec des personnes qui partagent le même éthos qu'eux. Le *brouteur*, à travers le *spot* recherche d'une part les honneurs dûs à son "nouveau rang social désormais enviable" et d'autre part le plaisir du moment présent : "Ne dépend jamais du lendemain car on ne sait pas ce qu'un jour peut enfanter" (Dino Malachie, "coup de cœur"). Le *brouteur* et le *spot* s'inscrivent donc dans une logique

⁶⁸ BOLLE DE BAL, Marcel. "Reliance, déliance, liance: émergence de trois notions sociologiques". In *Sociétés* 2003/2 (no 80), p. 99-131. DOI 10.3917/soc. 080.0099, 2003.



de *l'Hic et nunc*, du *Carpe Diem*, du "*profiter de la vie*" typique à l'éthos Coupé-Décalé. Le *spot* serait non seulement l'expression de l'altérité d'une urbanité marginalisée, mais aussi une forme symbolique de médiation qui révèle l'appartenance, la résilience d'une sous-culture juvénile décalée. Rupture artistique, idéologique, culturelle et générationnelle, mais quelles dispositions psychologiques profondes le *spot* révèle-t-il ? Que dit-il sur la culture populaire ivoirienne et partant, sur tout le social ?



Références bibliographiques

ADOU, Ettien Franck Stéphane. "Le broutage" comme usage déviant d'Internet en Côte d'Ivoire : Étude ethnographique de brouteurs dans un cybercafé d'Abidjan, Mémoire de Master, Université Félix Houphouët-Boigny d'Abidjan, 2016.

ADOU, Ettien Franck Stéphane et KOLÉ, Mahesse Stéphanie. " Je suis au bara " ou l'usage déviant d'Internet chez les brouteurs d'Abidjan " In *Technologies numériques et sociétés africaines. Enjeux de développement*, Julien Atchoua, Jean-Jacques Bogui et Saikou Diallo, Londres, ISTE Éditions Ltd, 2020.

BAHI, Aghi. " La "Télé-Maquis" : les images de l'homme ordinaire ", in *En-Quête*, Revue Scientifique de Lettres, Arts et Sciences humaines, Université de Cocody-Abidjan, n 4, *Presse Universitaire de Côte d'Ivoire* (PUCI), p. 9-30, 1999.

BAHI, Aghi. " Musique populaire moderne et coproduction de l'imaginaire national en Côte d'Ivoire " In *La réinvention de soi dans la violence*, Francis Akindès, Dakar, (Ed.) CODESRIA, p. 133-168. ISBN : 978-2-86978-328-7, 2011.

BARTHES, Roland, *Mythologies*, Paris, Éditions du Seuil, Collection Points, 1957.

BECKER, Howard. *Outsiders. Étude de sociologie de la déviance*, Paris, Métailié, 1985.

BECKER, Howard. *Les mondes de l'art*, Paris, Flammarion, 2010.

BOLLE DE BAL, Marcel. " Reliance, déliance, liance : émergence de trois notions sociologiques " In *Sociétés* 2003/2 (no 80), p. 99-131. DOI 10.3917/soc. 080.0099, 2003.

BONACCI, Giulia et FILA-BAKABADIO, Sarah. *Musiques populaires : usages sociaux et sentiments d'appartenance*, Paris, Centre d'études africaines EHESS, 2006.

BURRELL, Jenna, " Problematic empowerment : West African Internet Scams as strategic misrepresentation ", In *Information technology and International Development*, Volume 4, Number 4; p. 15-30, 2008.

EL IDRISSE, Chahida. " Niveaux d'analyse et situations d'analyse selon Molino et Nattiez ", In *Louis Hébert* (dir.), pdf *Signo* [en ligne], Rimouski (Québec), 2017.

ELIOU, Marie. " Sori Camara, Gens de la parole. Essai sur la condition et le rôle des griots dans la société malinké " In *Tiers-Monde*, tome 19, n°76, p. 901, 1978.

GAWA, Franck. " Le Coupé Décalé en Côte d'Ivoire : Sens et enjeux d'un succès musical " In *African Sociological Review* vol 18-1, p. 112-126, 2014.

HALL, Stuart. *Identités et cultures. Politiques des Cultural Studies*, Paris, Ed. Amsterdam, 2017.



HEBDIGE, Dick, ([1979] 2008, *Sous-culture, Le sens du Style*, Collection Zones, Paris, Éditions La Découverte.

KAMATÉ, Abdramane. *Côte D'Ivoire : une guerre des rythmes musique populaire et pouvoir de 2000 à 2006*, Mémoire de Master, Sous la Direction de Richard Banegas, 2006.

KAUFMAN, Jean Claude. *L'entretien compréhensif*, Paris, Éditions Nathan, 1996.

KOENIG, Boris. " Les économies occultes du " *broutage* " des jeunes Abidjanais : une dialectique culturelle du changement générationnel ", *Autrepart* 2014/3 (N° 71), p. 195-215, 2014.

KOHLHAGEN, Dominik. " Frime, escroquerie et cosmopolitisme " Le succès du coupé décalé en Afrique et ailleurs " In *Politique Africaine*, N 100, p. 92-105, 2005.

KOLÉ, Mahesse Stephanie. " Le Coupé-Décalé : l'expression de la citoyenneté juvénile " In *Actes du colloque Médias, communication & vie urbaine, 5 juin 2019, Université Félix Houphouët-Boigny (UFHB)*, 2019 (a).

KOLÉ, Mahesse Stéphanie. *Musique populaire urbaine ivoirienne et communication : le Coupé-Décalé, mode d'expression d'une sous-culture jeune*. Thèse de doctorat, Université Félix Houphouët-Boigny d'Abidjan, 2021.

LAMBEAU, Céline. " Communication musicale " ? Construire la musique comme objet pour les SIC " In *Études de communication* [En ligne], 35 |, mis en ligne décembre 2012.

LE SEIGNEUR, Thomas Jacques. *Le Swing identitaire du Coupé Décalé*, Mémoire de Master 1 en Ethnomusicologie et Critique réalisé sous la direction de Sandrine Loncke & Christian Corre, 2012/2013, Université Paris 8 – Vincennes – Saint Denis, 2013.

MALAUQUAIS, Dominique. " Anatomie d'une arnaque : Feymen et Feymenia au Cameroun ", In *Les études du CERI*, n°77, Sciences Po, 2001.

SMITH, Daniel Jordan. *A culture of corruption. Everyday Deception and popular discontent in Nigeria*, Princeton University Press, 2007.

TASSO-BONI, Florent. " La cybercriminalité au Bénin : une étude sociologique à partir des usages intelligents des technologies de l'information et de la communication ", In *Les Enjeux de l'information et de la communication* n°15/2B, p.35-42, 2014.

WINKIN, Yves. " *Anthropologie de la communication. De la théorie au terrain* ", Paris, Bruxelles, De Boeck Université, 2001.

WONDJI, Christophe. *La chanson populaire en Côte d'Ivoire. Essai sur l'art de Gabriel Srolou*, Paris, Présence Africaine, 1986.



Discographie

- Anderson 1^{er}, " Les responsables ", 2014 ; " L'armée du boucan ", 2014 ; " Les officiers du boucan " (feat dj léo), 2015 ; " On se laisse pas ", 2019.
- Chouchou BB Salvador, " On dort pas en classe ", 2018
- Bebi Phillip, " Faut Bara " 2011 ; " Tududu ", 2011.
- Christina DJ, " Drogbacité " 2005
- Debordo Leekunfa, " Stéphane Sessegnon ", 2008
- Dino Malachie, " les bienfaiteurs ", 2009 : " Cou d'cœur ", 2010
- DJ Arafat, " Djessimidjeka ", 2009
- DJ Congolais, " Soukala ", 2012
- DJ Léo, " Binguiste ", 2016 ; " Rentrer bouler ", 2018 ; " La vie c'est le combat ", 2018 ; " Ébola de sous ", 2015 ; " Assaut final ", 2011 ; " Hommage à Wattao " 2019
- Dj Light, " On ne peut plus les arrêter ", 2015
- DJ Maxiou, " Pions surs ", 2017
- Kolela Dj, " les patrons de Daoukro ", 2016
- Mix 1^{er}, " Ibou Diabagaté ", 2010 ; " Les tenants du pouvoir ", 2014 ; " La nouvelle génération de Paris " ; 2018; " Les monuments ", 2015 (DMX/ Anderson)
- Razak le Mignon Dj
- Roland le Binguiste, " C'est le moment ! ", 2012 ; " Hommage à Francky Pigeon ", 2013
- Serges Beynaud, " L'argent est trop ", 2013
- Venom Cascadeur, " Reconnaissance ", 2012.