

CONSUMÉRISME MÉDIATIQUE EN CÔTE D'IVOIRE A L'ÈRE DU NUMÉRIQUE : FAKE NEWS ET DEEP FAKE AU MENU

Agney Ahou FLORENCE

florenceagney@upgc.edu.ci

Université Peleforo GON COULIBALY, Korhogo, Côte d'Ivoire

Abstract: *This research, which draws on both the theory of uses and gratifications and the theoretical model of the attention economy, aims to understand the production, dissemination, reception and consequences of fake news and deepfakes on the Ivorian population. With the emergence of digital platforms, disinformation has grown in scale in Côte d'Ivoire, particularly in the context of the struggle for and re-conquest of political power. The country is typically prone to the spread of rumours of all kinds (political, sporting, socio-cultural, etc.). However, as presidential, legislative and municipal elections approach, we are observing an intensive production and massive circulation of fake news and deepfakes in the Ivorian cyberspace. Furthermore, election periods are strongly characterised by an information war, involving the positioning and repositioning of certain political actors and parties, as well as the occupation of the digital public sphere; this, moreover, undermines the climate of peace, social cohesion and stability to which this country so aspires.*

Using a qualitative approach, this study analyses a corpus comprising videos, texts and user comments collected from digital platforms (Facebook, TikTok, WhatsApp, etc.) and online news sites. The results show that the Ivorian cyberspace is fertile ground for the spread of fake news, particularly in the context of elections characterised by strategies aimed at positioning and repositioning political opponents. This false information is very often produced under fake profiles, most of which belong to political cyberactivists, or attributed to well-established media outlets. This inevitably affects citizens in their consumption of information, as they are unable to distinguish fact from fiction, particularly in the age of artificial intelligence.

Keywords: *fake news, deepfakes, disinformation, media consumerism, Côte d'Ivoire.*

Introduction

L'explosion des technologies numériques a fortement concouru à la multiplication des sources informatives. Mieux, les technologies numériques permettent dorénavant à ses utilisateurs de produire et de diffuser du contenu sans le moindre filtre journalistique

(Agney, 2021) comme le ferait, un journaliste professionnel soumis à l'idéologie de l'entreprise dans laquelle il travaille. Aujourd'hui, l'espace public numérique est devenu comme le souligne (Macdonald, 2008) un environnement médiatique sursaturé. En d'autres termes, le cyberspace est actuellement le lieu par excellence de partages et d'échanges « d'informations incontrôlables et toujours pas vraies » (Abentak et Machkouri, 2021 : 177).

À l'instar des autres pays du monde, la Côte d'Ivoire n'est pas à l'abri par cet état de fait. Ce pays fait face depuis quelques années à la circulation et à la propagation rapide d'un flux d'informations diverses, variées et non maîtrisées sur Internet et les Réseaux Sociaux numériques (RSN) entre autres, Facebook, WhatsApp, TikTok, etc. Cette situation s'est accentuée après le changement de pouvoir intervenu en 2011 à la suite d'une guerre civile ayant fait entre 3 000 et 5 000 morts selon les chiffres de la Fédération Internationale des Droits de l'Homme (<https://www.fidh.org/en/region/Africa/cote-d-ivoire/14477-ivory-coast-post-electoral-crisis-special-investigation-unit-term-extended>). Le musellement des médias d'opinion et la mainmise du nouveau régime ivoirien sur les médias de service public a conduit nombre de citoyens à se tourner vers les plateformes numériques (Facebook, YouTube, TikTok, sites de presse en ligne, etc.) pour combler leurs besoins d'information. Autrement dit, ces plateformes virtuelles sont devenues dorénavant leurs principaux espaces de suivi de l'actualité politique, socioculturelle, etc. Ainsi, en un seul click, les récepteurs ont accès à toutes sortes de contenus qui ne sont pas toujours vérifiés. En outre, les animateurs de ces plateformes numériques utilisent toutes les stratégies communicationnelles et informationnelles (rumeurs, scoops et buzz) pour avoir de la visibilité et se constituer une audience importante. Or, ces informations à caractère sensationnel sont généralement des fake news et des deep fake.

Qualifiées « d'armes du faux » (Huyghe, 2016), « les fake news sont journalisées, c'est-à-dire conçues pour ressembler à des informations [...] telles que produites par les journalistes » (Mercier, 2018 : 7). Ces infox sont aussi présentées sous des formes de détournement d'images ou de vidéos et d'usages de faux comptes ou de faux sites pour diffuser une information sous un nom qui existe déjà « et dans une mise en page trompeuse car hyper-ressemblante » (Mercier, 2018 : 7). Aujourd'hui, avec l'avènement de l'Intelligence Artificielle (IA), on observe progressivement la présence des deep fake. Les deep fake « sont des vidéos trafiquées par l'intelligence artificielle ouvrant de nouvelles perspectives multisensorielles pour manipuler la perception de la réalité » (Woolley, 2020)

Somme toute, les fake news et les deep fake sont des informations de nature à manipuler et à tromper l'opinion des individus. En Côte d'Ivoire, la lutte de positionnement des plateformes d'information en ligne a favorisé leur prolifération dans le cyberspace ivoirien. Les récepteurs ne sont presque pas capables de discerner les informations qu'ils ont lues, écoutées ou visualisées sur ces plateformes numériques. Autrement dit, ils n'ont pas la capacité ou du moins ne possèdent pas suffisamment d'arguments pour démêler la vraie information de la fausse. D'ailleurs, la persistance des crises sociopolitiques du pays est liée en partie à la désinformation et à la manipulation de la population par les réseaux sociaux numériques. Le public est ainsi mis à l'épreuve à travers la désinformation quotidienne dont elle doit faire face. Que faire dans cette situation ? Comment le citoyen lambda peut-il faire la distinction entre la vraie ou la fausse information diffusée par un média numérique ? Comment peut-on combattre le phénomène des fake news et des deep fake dans ce pays ? Ainsi, le problème qui en découle est relative à la crédibilité des informations diffusées sur ces plateformes virtuelles

et à leur impact sur la population. À quelles fins les fake news et les deep fake sont-elles diffusées par les plateformes en ligne ? Cette étude vise donc à comprendre la production et les conséquences des fake news et des deep fake sur les récepteurs.

1. Cadre théorique et méthodologique

Sur le plan théorique, l'étude s'inscrit dans les usages et appropriations des technologies numériques développée par Proulx (2005), G. Latzko-Toth et S. Proulx (2015). Cette théorie est perçue par ces auteurs comme la mise en œuvre (utilisation, conception, développement) par un groupe ou une catégorie sociale, des technologies numériques dans le but d'accroître leur autonomie ainsi que leur capacité d'agir (empowerment) vis-à-vis des autres composantes de la société. Autrement dit, ces auteurs susmentionnés définissent « les usages sociaux » comme « des patterns d'usages d'individus et de collectifs d'individus ». De même, eu égard au fait que les fake news ainsi que les deep fake captent l'attention des récepteurs, la théorie de l'économie de l'attention viendra en complément à celle des usages et appropriations des technologies numériques. Le modèle théorique de l'économie de l'attention tire son origine des travaux d'Herbert Simon (1971) et développée par Davenport et Beck (2001). Appliquée aux technologies numériques, Benabid et Grolleau (2003 : 144) soulignent que :

« Dans une société caractérisée par l'abondance d'informations, trouver, trier, hiérarchiser les informations compte pour les individus en leur permettant des économies d'attention d'où le développement des sites portails, des moteurs de recherche, de classement, etc. D'un statut de fournisseur d'information, on assiste à des formes de redéfinition des marchés où le service comprend à la fois, le captage et la direction de l'attention vers telle ou telle information. ».

Dans ce travail, il est bien question d'étudier le consumérisme médiatique à l'ère du numérique en Côte d'Ivoire, singulièrement la circulation de fake news et deep fake sur les plateformes numériques (Facebook, TikTok, WhatsApp, etc.) ainsi que leur impact sur les internautes.

Sur le plan méthodologique, la recherche de type qualitatif, examine un corpus portant sur des rumeurs liées à l'actualité sociopolitique ivoirienne collectées sur le volet et constituées ad hoc pour servir de matière à l'analyse. Le corpus est composé de 30 vidéos, de textes et des commentaires produits par des internautes à la suite de la diffusion des fake news et des deep fake. Le corpus a été collecté sur les plateformes numériques (Facebook, TikTok, WhatsApp, etc.) et des sites de presse en ligne. De plus, la composition du corpus a été guidée par les fake news et les deep fake ayant suscité de nombreux partages, de commentaires des internautes et ayant également eu de l'impact sur la vie sociopolitique ivoirienne. Ce sont en somme, des publications ayant secoué l'espace public et le cyberspace ivoirien. Nous avons eu recours à l'analyse de contenu lexico-thématique pour traiter les données qui ont été collectées.

2. Contexte de production des fake news et des deep fake en Côte d'Ivoire

La plupart des fake news et deep fake produites dans l'espace publique numérique porte sur le climat sociopolitique en Côte d'Ivoire qui se prépare depuis quelques mois à scrutin présidentiel qui aura lieu en octobre 2025. Ce scrutin électoral suscite beaucoup d'inquiétude car depuis la rébellion armée de 2002, les différentes élections qu'elles soient présidentielles, législatives, municipales ou régionales se sont toujours déroulées sous fond

de conflit. Par exemple, l'élection présidentielle d'octobre en 2010 s'est terminée par une crise post-électorale ayant fait entre 3 000 et 5 000 morts comme susmentionné. De même, celle du 30 octobre 2020 a été émaillée par de nombreuses violences intervenues avant, pendant et après l'élection. Par ailleurs, la configuration politique s'est fortement métamorphosée avec la création de nouveaux partis politiques et de ce fait nouvelles alliances politiques qui influencent présentement le climat sociopolitique. Les principales forces qui animent le débat politique en Côte d'Ivoire sont :

Le Rassemblement des Houphouëtistes pour la Démocratie et la Paix (RHDP) constitué essentiellement du Rassemblement des Républicains (RDR) d'Alassane Ouattara et de quelques alliés. C'est le parti qui est au pouvoir depuis quinze ans après la crise postélectorale de 2010-2011. Monsieur Alassane Ouattara qui en est le président et actuel Chef de l'État veut briguer un quatrième mandat or la Constitution ivoirienne n'en n'autorise que deux.

La deuxième force politique est conduite par ***le PDCI-RDA***. Parti unique de 1960 à 1990 sous le premier président de la République de Côte d'Ivoire, Félix Houphouët-Boigny, cette formation politique a gouverné le pays pendant 39 ans. Avec l'éclatement de la coalition au pouvoir, le PDCI-RDA, ancien allié et membre fondateur du RHDP, s'est retrouvé dans l'opposition. Son président, Cheick Tidiane Thiam, ancien banquier à crédit suisse a créé une plateforme de l'opposition dénommée La Coalition pour l'Alternance Pacifique CAP Côte d'Ivoire. Le PDCI-RDA a pour ambition de reconquérir le pouvoir d'État. Cependant, il fait face à la remise en cause de la nationalité de son président et par ailleurs candidat aux échéances électorales de 2025.

La troisième force politique est celle des ***Peuples Africains-Côte d'Ivoire***. Ce parti est dirigé par l'ex-Président de République Laurent Gbagbo qui après avoir perdu le pouvoir est déporté en avril 2011 à la Cour Pénale Internationale (CPI). Après dix années de détention à la Haye, il remporta son procès et fut libéré en 2021. Il créa ce parti suite aux démêlés qu'il a eu avec le président du Front Populaire Ivoirien (FPI), parti qu'il créa dans les années 90 avec son ex-épouse Simone Gbagbo et quelques compagnons de lutte.

La quatrième force est dirigée par l'ex-allié du pouvoir, Soro Kigbafori Guillaume, ancien chef rebelle puis Premier Ministre et Président de l'Assemblée nationale. Selon lui, il a été contraint de démissionner de la tête du parlement après son refus d'adhérer au RHDP unifié. Il avait pour ambition de devenir Président de la République. C'est dans cette perspective qu'il procédera à la création de son parti politique dénommé ***Génération et Peuples Solidaires (GPS)***. Accusé pour tentative de déstabilisation par le régime RHDP actuellement au pouvoir, il a été condamné par contumace à vingt ans de prison. Il vit en exil depuis quelques années.

La cinquième force est représentée par ***le Front Populaire Ivoirien (FPI)***. Parti politique de gauche se réclamant du socialisme démocratique, le FPI comme mentionné ci-dessus a été créé par l'ex-Chef d'État Laurent Gbagbo, son ancienne épouse Simone Gbagbo Éhivet et quelques compagnons. Ce parti a gouverné le pays de 2000 à 2011 sous la présidence de Laurent Gbagbo. Depuis sa perte du pouvoir en avril 2011 à la suite de la crise post-électorale, ce parti a vécu une grave crise de leadership en l'absence de son fondateur. Pascal Affi N'Guessan reconnue par le pouvoir en place en est le président. Cette formation est depuis la crise électorale de 2020 dans l'opposition.

Par ailleurs, il existe plusieurs groupements de l'opposition tels que ***La Coalition pour l'Alternance Pacifique en Côte d'Ivoire (CAP-Côte d'Ivoire)*** regroupant 25 partis de l'opposition à savoir le Congrès Panafricain des Jeunes et des Patriotes (COJEP) de

Charles Blé Goudé, le Mouvement des générations capables (MGC) de l'ex-Première dame Simone Ehivet (ex-épouse de Laurent Gbagbo). Bref, toutes ces forces politiques luttent pour conquérir ou reconquérir le pouvoir d'État. À quelques mois de l'échéance électorale d'octobre 2025, des tensions se cristallisent autour de la question de l'alternance politique en Côte d'Ivoire. Nous assistons depuis lors à une guerre médiatique, communicationnelle et informationnelle entre les différents partis sur les plateformes numériques telles que Facebook, TikTok, etc. Dans cette bataille, l'usage et la diffusion des fake news occupent une place importante. Ainsi, les fake news se multiplient sur les réseaux sociaux numériques surtout en cette année électorale. Les exemples foisonnent. On peut citer entre autres, de fausses Unes de journaux, des vidéos truquées de coup d'État, des communiqués de presse favriqués de toute pièce, etc.

3. Production des fake news et des deep fake

L'image ci-dessous a été publiée sur le compte TikTok dénommé @DAOUDI@EURO (alias godefis6è@gmail.com). Ce compte suivi par plus de 21 000 followers, rapporte dans un post de prétendus affrontements violents survenus en Côte d'Ivoire entre les partisans de Tidjane Thiam et ceux du Président Alassane Dramane Ouattara. Il écrit : « Les tensions montent entre les parties de Thiam et ADO. Un policier tué en voulant séparer les deux parties. Tu vois ta vie ADO, il est temps que tu laisses la Côte d'Ivoire aux Ivoiriens. ». Cette publication a été partagée plus de 1000 fois, 1620 mentions « J'aime », plus de 1000 commentaires. La capture d'écran ci-dessous donne un aperçu des commentaires (voir image ci-dessous).

Capture 1 : Conflits entre des partisans d'ADO contre ceux de Thiam
(Source : <https://www.aip.ci/186173/aip-fact-checking-intox-des-images-daffrontements-entre-militants-de-tidjane-thiam-et-alassane-ouattara-circulant-sur-tiktok-sont-sorties-de-leur-contexte/>)



L'analyse des commentaires susmentionnés montre une forte polarisation politique, avec une majorité de messages exprimant des sentiments hostiles, irrévérencieux et violents à l'égard du Chef de l'État Ivoirien. Après vérification, la vidéo et les images ont été sorties de leur contexte. En effet, l'authentification de ces éléments réalisés par l'Agence Ivoirienne de

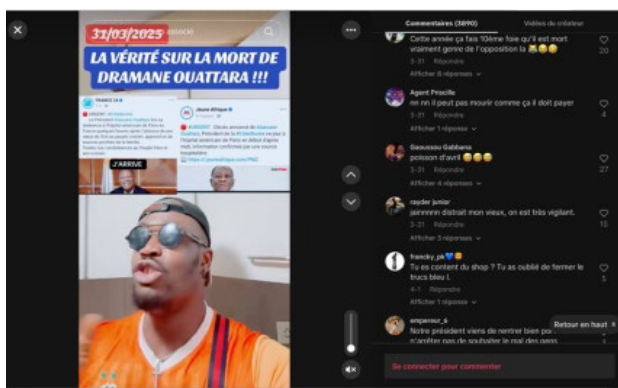
Presse (AIP) sur Google Lens et TinEye, révèle que la photo des agents de sécurité provient d'une intervention sécuritaire qui date du 13 février 2025. Il s'agit d'un mouvement de mécontentement des prisonniers de la maison d'arrêt et de correction de Bouaké. Dans une autre vidéo, le Chef de l'État ivoirien, Alassane Ouattara déclarait : « La démocratie contribue à la paix. Le manque de démocratie, l'exclusion de candidats aux élections, ça peut également contribuer à des perturbations inutiles. ». La vérification des informations révèle que le Chef de l'État n'a pas accordé d'entretien à des médias pendant ou après les manifestations de protestations des partisans de Tidjane Thiam.

Capture 2 : Réactions des followers à la suite de la publication



Dans le camp du RHDP, la chaîne de télévision Française dénommée France spécialisée en actualités africaines a créé un séisme informationnel en annonçant la mort du Président de la République de Côte d'Ivoire, Alassane Ouattara.

Capture 3 : Publication de France 24 et de Jeune Afrique annonçant la mort du Président de la République Alassane Ouattara (Source : <https://www.tiktok.com/@oxymore.de.woody/video/7488065032807353622>)



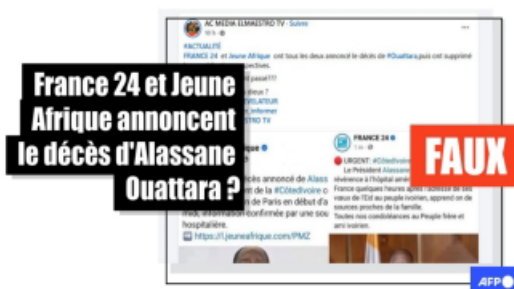
Le 31 mars 2025, une information selon laquelle le Président de la République Alassane Ouattara serait mort a alimenté toute l'actualité ivoirienne via les plateformes numériques (TikTok, Facebook, Instagram, X, YouTube, etc.). Sur France 24 on peut lire « Urgent : # Côte d'Ivoire. Le Président Alassane Ouattara tire sa révérence à l'hôpital américain de Paris en France quelques heures après l'adresse de ses vœux de l'Eid au peuple ivoirien, apprend-on de sources proches de la famille. Toutes nos condoléances au Peuple frère et ami ivoirien. ». De même, la même information est postée par le journal Jeune Afrique en ces termes : « #Urgent : décès annoncé de Alassane Ouattara, Président de la # Côte d'Ivoire à l'hôpital américain de Paris en début d'après-midi, information confirmée par une source hospitalière. ». Les producteurs de cette fake news ont fait une manipulation graphique imitant le compte Facebook de France 24 et de Jeune Afrique. En quelques minutes, cette information a été relayée par nombre de cyberactivistes hostiles au régime en place (Johnny Pacheco, la Guêpe, etc., Oxy more de Woody). Par exemple, sur la page TikTok d'oxymore, l'information a enregistré plus de 10 000 partages et 83,2 K de cœurs et plus de 3890 commentaires dont voici quelques-uns ci-après.

Capture d'écran 4 : Quelques extraits de commentaires des internautes suite à la publication de la mort du Président Alassane Ouattara attribuée à France 24



Cette fausse information est partie de faux comptes attribués à France 24 et Jeune Afrique. De plus, s'agissant de la publication de Jeune Afrique, le lien « <https://ljeuneafrique.com/PMZ> » qui doit en principe orienter les lecteurs vers un contenu disponible sur le site du média ne renvoie cependant pas au supposé article en lien avec le décès du président ivoirien. Mais il renvoie le lecteur plutôt à un autre article du journal Jeune sur le Burkina Faso. C'est cette incohérence qui met en évidence l'infox. Ces deux médias vont aussitôt démentir l'information (voir capture ci-dessous).

**Capture 5 : Démenti de l'information ayant circulé
sur la mort du Président ivoirien Alassane Ouattara**
(Source : <https://factuel.afp.com/doc.afp.com.39223WD>)



**France 24 et Jeune Afrique n'ont pas annoncé le décès du
président ivoirien**

La capture d'écran ci-dessus est le démenti de l'information relative à la mort du Président ivoirien Alassane Ouattara qui a circulé sur les réseaux sociaux numériques. Ce démenti a été publié par AFP Factual. Corentin Lepage qui en est le chef du pôle relations presse à France Médias monde a précisé en ces termes « *France 24 n'a en aucun cas et à aucun moment annoncé la mort d'Alassane Ouattara, ni sur ses environnements numériques ni sur ses antennes.* ». Il en est de même pour le journal Jeune Afrique. C'est le directeur de la rédaction qui dément via sa page Facebook la rumeur sur le décès du Président : « *cette capture d'écran est évidemment un fake total : JA n'a jamais annoncé pareille 'nouvelle' sur son site* ». Un démenti a aussi été publié sur sa page Facebook. Qu'en est-il des réactions ? la capture d'écran ci-après donne un aperçu des réactions des followers sur Facebook et sur TikTok.

Capture 6 : Quelques extraits des réactions des followers après le démenti de France 24



Les commentaires sont fonction du bord politique des followers. Les partisans du président Alassane Ouattara sont convaincus que cette information du décès de leur leader est une fake news montée de toute pièce par les cyberactivistes de l'opposition. En revanche, des followers proches de l'opposition se réjouissent de la mort du Président. Pour mettre définitivement fin à cette rumeur, la télévision ivoirienne a fait un reportage sur le retour en Côte d'Ivoire du Président ivoirien qui était en déplacement en France.

Toujours dans le même ordre d'idées, c'est la publication d'une vidéo sur le réseau social TikTok. Elle dit ceci : « Un coup d'État civil vient de tomber en Côte d'Ivoire, Alassane Ouattara renversé au pouvoir. ». L'extrait audio a été monté de toute pièce par l'Intelligence Artificielle qui a utilisé le jingle de RFI : « Coup d'État en Côte d'Ivoire ! L'heure est grave. Alassane Ouattara vient de subir un coup dur que l'histoire n'a jamais connu. La Côte d'Ivoire est encore en feu. L'heure est vraiment grave. Une nouvelle transition vient de tomber. En Côte d'Ivoire Alassane Ouattara vient d'être renversé. Ce que les médias ivoiriens refusent d'annoncer. La Côte d'Ivoire est fatiguée de lui. Il ne gère pas bien le pays. Tiens-toi bien. Je suis prêt à tout te dévoiler mais avant tout pense t'abonner et liker car ce que je vais te faire savoir va vraiment te laisser sans voix... ». Cet audio généré par l'IA a affolé nombre de citoyens. Or il n'y a pas eu de coup d'État dans le pays. Malgré le démenti produit par les médias de service public, cette deep fake a cumulé plus de cinq millions de vues rien que sur TikTok.

Hormis ces fake news et deep fake produites dans le contexte politique électoral qui prévalait durant notre étude, il y a eu une désinformation qui a créé une véritable crise communautaire. La situation socio-politique et sécuritaire constitue un terreau fertile à la désinformation, à la rumeur et aux fake news en Côte d'Ivoire. La capture d'écran ci-dessous en est une illustration.

Capture d'écran 7 : Extrait d'une vidéo détournée de son contexte
(Source : <https://observers.france24.com/fr/afrique/20210521-cote-ivoire-abidjan-abobo-intox-infox-rumeur-niger-nigerien-violences-pillages>)



Nous lisons sur la vidéo cette injonction inscrite en rouge : « Partager s'il vous plaît, regarde ce qui se passe au Niger. ». La vidéo montre des hommes immobilisés au sol, quasiment nus et les poings liés. Ils sont ligotés et allongés en groupe sur le bord d'une route. Ils sont frappés à coups de bâtons sous l'œil passif de soldats en armes. Ils ont été présentés sur les réseaux sociaux comme des migrants Ivoiriens qui ont été attaqués par des Nigériens. Cette vidéo qui a fait le tour des plateformes numériques singulièrement

WhatsApp a provoqué des violences sur la communauté nigérienne vivant dans les communes populaires d'Abobo et Yopougon, ainsi qu'à Anyama, Angré et Adjamé. Le ministère de l'intérieur ivoirien a dénombré plus de « dix blessés, douze interpellés, six véhicules calcinés et une douzaine de magasins pillés » (Hume-Ferkatadji, 2021).

Des internautes ont publié et partagé cette vidéo sans avoir indiqué sa source et sa provenance. Or cette vidéo a été relayée aussitôt massivement dans des groupes WhatsApp. Autrement dit, la viralité de la vidéo a contribué à propager des perceptions erronées et des préjugés. Elle met également en péril la stabilité sociale et la coexistence pacifique entre les communautés. Cette vidéo après vérification n'avait aucun rapport avec la situation qui avait été décrite comme l'avait commenté ces diffuseurs. Il s'agissait selon les démentis de certains quotidiens ivoiriens d'informations générales en ligne (linfodrome, L'Intelligent, Fraternité Matin, Abidjan.net, etc.) d'images tournées au Nigéria en 2019. Cette vidéo montre des hommes de la secte Boko Haram interpellés brutalement par des militaires de l'armée nigériane au cours de l'opération « Safe Heaven ». La vidéo sera également démentie par un post de l'AFP.

Capture d'écran 8 : Démenti de la vidéo ayant circulé sur l'agression des Ivoiriens au Niger
(Source : <https://factuel.afp.com/cette-video-lorigine-de-heurts-en-cote-divoire-ne-montre-pas-des-ivoiriens-victimes-de-violences-au>)



À gauche de l'image, l'auteur s'interroge « Des Ivoiriens victimes de violence au Niger ? » et à droite, il répond à cette question « Faux » comme pour démentir l'information selon laquelle des Ivoiriens sont attaqués par des Nigériens. Faut-il le souligner, les récentes crises (coup d'État, rébellion armée, crise post-électorale) ont eu des effets négatifs sur les relations de certains Ivoiriens avec leurs voisins de la sous-région (Mali, Burkina Faso, Niger, etc.) Ces pays de la sous-région ont régulièrement été suspectés d'ingérence dans les crises sociopolitiques du pays ; d'où la naissance de certains conflits communautaires. Cette vidéo sortie de son contexte laisse transparaître les conséquences négatives des fake news et des deep fake sur les récepteurs.

4. Conséquences des fake news et des deep fake sur les récepteurs

La production et la diffusion des fake news et des deep fake dans le cyberspace ivoirien n'est pas sans conséquence. En effet, l'analyse des commentaires et la réaction des

internautes après la diffusion des fake news et des deep fake montrent que la désinformation et la rumeur ont de véritables conséquences sur la population aussi bien sur le plan politique, psychologique et social. D'entrée de jeu, la production des contenus à caractère mensonger sur les réseaux sociaux numériques participe à la désinformation des récepteurs. Ensuite, la diffusion des contenus haineux, des rumeurs communautaires crée inéluctablement des conflits intercommunautaires comme cela a été le cas entre les ressortissants du Niger vivant en Côte d'Ivoire et des Ivoiriens. La propagation de la vidéo susmentionnée sortie de son contexte a provoqué de violents affrontements intercommunautaires entre les ressortissants Nigériens vivant en Côte d'Ivoire, mettant ainsi en péril cette coexistence pacifique qui existait depuis des décennies.

Ces contenus tronqués et conçus pour tromper les citoyens participent ainsi à la déflagration de la cohésion sociale et à la stabilité du pays. De plus, la désinformation surtout en période préélectorale, électorale ou postélectorale crée chez le citoyen la peur voire la psychose. Par ailleurs, la difficulté pour les récepteurs à distinguer ou à démêler le vrai du faux menace les fondements même de la démocratie ; ce qui constitue une menace pour les processus électoraux en Côte d'Ivoire. En outre, la désinformation sape la confiance du public envers les médias, rendant les informations moins fiables et plus contestées. De fait, la production massive des fake news et des deep fake sur les coups d'État et la mort de personnalités politiques laissent la population dans l'incertitude du lendemain politique du pays. À la vérité, l'appétit informationnel de la population semble être un facteur clé dans la propagation des fake news.

Que faire ? Malgré tous les programmes de sensibilisation élaborés par les gouvernants à l'endroit de la population et surtout les démentis produits par des fact-checkers, nombre de citoyens sont toujours victimes des infos.

Conclusion

La présente étude révèle que le cyberspace ivoirien est un terrain fertile à la production des fausses informations et des rumeurs. Autrement dit, cette recherche a permis de comprendre que les réseaux sociaux numériques sont désormais de puissants canaux de production des contenus trompeurs et falsifiés pour capter l'attention des récepteurs. Ce travail a montré que l'éclatement de la mutation de l'espace public en espace public numérique a favorisé la prolifération massive des sources d'informations et de communications des citoyens. Ils ont désormais non seulement accès à plusieurs canaux pour s'informer mais sont devenus eux-mêmes des producteurs, des diffuseurs et des relayeurs de contenus à travers les réseaux sociaux numériques. Généralement cachés derrière de faux comptes ou de faux profils via les plateformes numériques, ils produisent des fake news et des deep fake à partir de l'ambiance politique du moment. Or ces informations mensongères ont des conséquences sur les récepteurs qui sont généralement victimes des rumeurs malgré les démentis.

Leur incapacité à démêler le faux du vrai surtout à l'ère de l'Intelligence Artificielle n'est pas sans conséquence. D'ailleurs, la production de certaines fake news et de deep fake ont créé des crises intercommunautaires entre les autochtones Ivoiriens et les allochtones Nigériens. De même, la production et la diffusion des fake news et des deep fake dans l'espace public ivoirien crée et entretient des tensions socio-politiques. Elles constituent une véritable menace pour la cohésion sociale. Au regard de tout ce qui précède, il apparaît plus que nécessaire de développer chez les citoyens l'esprit critique des citoyens afin qu'ils

puissent faire le tri des informations qu'ils « consomment ». De plus, l'État gagnerait à créer un cadre juridique en vue d'encadrer la production et la diffusion de contenu et un code éthique pour les créateurs de contenu ; ce qui limiterait probablement la production de fake news et de deep fake.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- ABENTAK, Malika et MACHKOURI, Noufissa, (2021), « Jeunes internautes marocains : attitudes et comportements face à la désinformation et aux fake news », dans *L'éducation aux médias tout au long de la vie*, Paris, L'Harmattan, pp. 167-184.
- AGNEY, Ahou Florence, (2021), « La chaîne numérique LVIK TV, un espace d'expression de l'opposition dans le débat démocratique en Côte d'Ivoire », dans *Journal de la recherche scientifique de l'Université de Lomé*, vol. 23, n°4, pp. 13-25.
- BENABID, Abderrahmane, GROLLEAU, Gilles, (2003), « Économie de l'attention et Internet », dans *Réseaux*, n°119, pp. 141-156.
- DAVENPORT, Thomas H., BECK, John C., (2001), *The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business*, Boston, Harvard Business School Press.
- HUYGHE, François-Bernard, (2016), *La désinformation. Les armes du faux*, Paris, Armand Colin.
- MERCIER, Arnaud (dir.), (2018), *Fake news et post-vérité : 20 textes pour comprendre et combattre la menace*, Paris, The Conversation / ebook.
- PROULX, Serge, (2005), *Usages et pratiques des technologies de l'information et de la communication*, Québec, Presses de l'Université du Québec.
- PROULX, Serge, LATZKO-TOTH, Guillaume, (2015), *La co-construction des usages numériques*, Paris, Presses des Mines.
- SIMON, Herbert A., (1997), *Designing Organizations for an Information-Rich World*, Cheltenham, Edward Elgar.
- WOOLLEY, Samuel C., (2020), *The Reality Game. How the Next Wave of Technology Will Break the Truth and What We Can Do About It*, Londres, Endeavour.