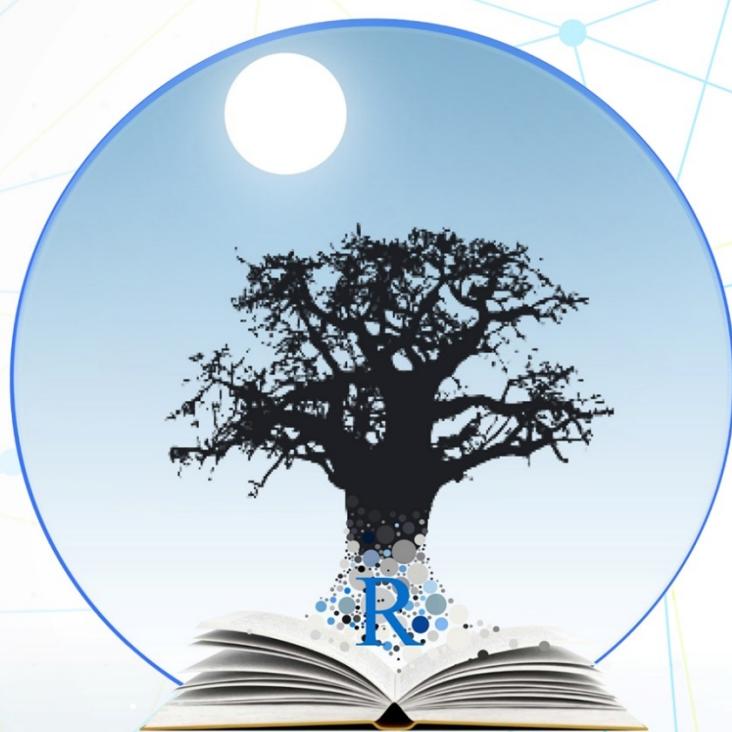


REL@COM

LANGAGE ET COMMUNICATION



revue électronique

Département des Sciences
du Langage et de la Communication

Université Alassane Ouattara
(Bouaké - Côte d'Ivoire)

ISSN: 2617-7560

Numéro 10 décembre 2025

REL@COM

LANGAGE ET COMMUNICATION



revue électronique

Département des Sciences
du Langage et de la Communication

Université Alassane Ouattara
(Bouaké - Côte d'Ivoire)

ISSN: 2617-7560

Numéro 10 décembre 2025

INDEXATIONS ET RÉFÉRENCEMENTS



ADVANCED SCIENCE INDEX

<https://journal-index.org/index.php/asi/article/view/12689>



TOGETHER WE REACH THE GOAL

<https://sjifactor.com/passport.php?id=23413>

Impact Factor 2024 : 5.051



<https://reseau-mirabel.info/revue/14886/RELaCOM-Revue-Langage-et-communication?s=1muc9dl>



<https://aurehal.archives-ouvertes.fr/journal/read/id/352725>

REVUE ELECTRONIQUE LANGAGE & COMMUNICATION

ISSN : 2617-7560

DIRECTEUR DE PUBLICATION : PROFESSEUR N'GORAN-POAMÉ LÉA M. L.

DIRECTEUR DE RÉDACTION : PROFESSEUR JEAN-CLAUDE OULAI

COMITÉ SCIENTIFIQUE

PROF. ABOLOU CAMILLE ROGER, UNIVERSITÉ ALASSANE OUATTARA

PROF. ALAIN KIYINDOU, UNIVERSITÉ BORDEAUX-MONTAIGNE

PROF. AZOUMANA OUATTARA, UNIVERSITÉ ALASSANE OUATTARA

PROF. BAH HENRI, UNIVERSITÉ ALASSANE OUATTARA

PROF. BLÉ RAOUL GERMAIN, UNIVERSITÉ FÉLIX HOUPHOUËT-BOIGNY

PROF. CLAUDE LISHOU, UNIVERSITÉ CHEIKH ANTA DIOP

PROF. EDOUARD NGAMOUNTSIKA, UNIVERSITÉ MARIEN NGOUABI

DR FRANCIS BARBEY, MCU, UNIVERSITÉ CATHOLIQUE LOMÉ

PROF. GORAN KOFFI MODESTE ARMAND, UNIVERSITÉ F. HOUPHOUËT-BOIGNY

DR JÉRÔME VALLUY, MCU, HDR, UNIVERSITÉ PANTHÉON-SORBONNE

PROF. JOSEPH P. ASSI-KAUDJHIS, UNIVERSITÉ ALASSANE OUATTARA

PROF. KOUAMÉ KOUAKOU, UNIVERSITÉ ALASSANE OUATTARA

PROF. MAKOSO JEAN-FÉLIX, UNIVERSITÉ MARIEN NGOUABI

PROF. NANGA A. ANGÉLINE, UNIVERSITÉ FÉLIX HOUPHOUËT-BOIGNY

PROF. POAMÉ LAZARE MARCELIN, UNIVERSITÉ ALASSANE OUATTARA

PROF. TRO DÉHO ROGER, UNIVERSITÉ ALASSANE OUATTARA

COMITÉ DE RÉDACTION

PROF. ABOLOU CAMILLE ROGER

PROF. JEAN-CLAUDE OULAI

PROF. KOUAMÉ KOUAKOU

PROF. NIAMKEY AKA

DR N'GATTA KOUKOUA ÉTIENNE, MCU

DR OUMAROU BOUKARI, MCU

COMITÉ DE LECTURE

PROF. IBO LYDIE

PROF. KOFFI EHOUMAN RENÉ

DR ASTÉ N'CHO JEAN-BAPTISTE, MCU

DR IRIÉ BI TIÉ BENJAMAIN, MCU

DR N'GATTA KOUKOUA ÉTIENNE, MCU

DR N'GUÉSSAN ADJOUA PAMELA, MCU

DR ADJUÉ ANONKPO JULIEN

DR COULIBALY DAOUDA

DR KOUAMÉ KHAN

DR OULAI CORINNE YÉLAKAN

DR YAO KOUAKOU GUILLAUME

MARKETING & PUBLICITÉ : DR KOUAMÉ KHAN

INFOGRAPHIE / WEB MASTER : DR TOURÉ K. D. ESPÉRANCE / SANGUEN KOUAKOU

ÉDITEUR : DSCL

TÉLÉPHONE : (+225 01 40 29 15 19 / 07 48 14 02 02)

COURRIEL : soumission@relacom-slc.org

SITE INTERNET : <http://relacom-slc.org>

LIGNE EDITORIALE

Au creuset des Sciences du Langage, de l'Information et de la Communication, la Revue Electronique du Département des Sciences du Langage et de la Communication **REL@COM** s'inscrit dans la compréhension des champs du possible et de l'impossible dans les recherches en SIC. Elle s'ouvre à une interdisciplinarité factuelle et actuelle, en engageant des recherches pour comprendre et cerner les dynamiques évolutives des Sciences du Langage et de la Communication ainsi que des Sciences Humaines et Sociales en Côte d'Ivoire, en Afrique, et dans le monde.

Elle entend ainsi, au-delà des barrières physiques, des frontières instrumentales, hâtivement et activement contribuer à la fertilité scientifique observée dans les recherches au sein de l'Université Alassane Ouattara.

La qualité et le large panel des intervenants du Comité Scientifique (Professeurs internationaux et nationaux) démontrent le positionnement hors champ de la **REL@COM**.

Comme le suggère son logo, la **REL@COM** met en relief le géant baobab des savanes d'Afrique, situation géographique de son université d'attache, comme pour symboliser l'arbre à palabre avec ses branches représentant les divers domaines dans leurs pluralités et ses racines puisant la serve nourricière dans le livre ouvert, symbole du savoir. En prime, nous avons le soleil levant pour traduire l'espoir et l'illumination que les sciences peuvent apporter à l'univers de la cité représenté par le cercle.

La Revue Electronique du DSLC vise plusieurs objectifs :

- Offrir une nouvelle plateforme d'exposition des recherches théoriques, épistémologiques et/ou empiriques, en sciences du langage et de la communication,
- Promouvoir les résultats des recherches dans son champ d'activité,
- Encourager la posture interdisciplinaire dans les recherches en Sciences du Langage et de la Communication,
- Inciter les jeunes chercheurs à la production scientifiques.

Chaque numéro est la résultante d'une sélection exclusive d'articles issus d'auteurs ayant rigoureusement et selon les normes du CAMES répondus à un appel thématique ou libre.

Elle offre donc la possibilité d'une cohabitation singulière entre des chercheurs chevronnés et des jeunes chercheurs, afin de célébrer la bilatéralité et l'universalité du partage de la connaissance autour d'objets auxquels l'humanité n'est aucunement étrangère.

Le Comité de Rédaction

RECOMMANDATIONS AUX AUTEURS & DISPOSITIONS PRATIQUES

La Revue Langage et Communication est une revue semestrielle. Elle publie des articles originaux en Sciences du Langage, Sciences de l'Information et de la Communication, Langue, Littérature et Sciences Sociales.

I. RECOMMANDATIONS AUX AUTEURS

Les articles sont recevables en langue française, anglaise, espagnole ou allemande. Nombre de page : minimum 10 pages, maximum 15 pages en interlignes simples. Numérotation numérique en chiffres arabes, en haut et à droite de la page concernée. Police : Times New Roman. Taille : 11. Orientation : Portrait, recto.

II. NORMES EDITORIALES (NORCAMES)

Pour répondre aux Normes CAMES, la structure des articles doit se présenter comme suit :

- Pour un article qui est une contribution théorique et fondamentale : Titre, Prénom et Nom de l'auteur, Institution d'attache, adresse électronique, Résumé en Français, Mots clés, Abstract, Key words, Introduction (justification du thème, problématique, hypothèses/objectifs scientifiques, approche), Développement articulé, Conclusion, Bibliographie.
- Pour un article qui résulte d'une recherche de terrain : Titre, Prénom et Nom de l'auteur, Institution d'attache, adresse électronique, Résumé en Français, Mots clés, Abstract, Key words, Introduction, Méthodologie, Résultats, Analyse et Discussion, Conclusion, Bibliographie.
- Les articulations d'un article, à l'exception de l'introduction, de la conclusion, de la bibliographie, doivent être titrées, et numérotées par des chiffres (exemples : 1. ; 1.1. ; 1.2 ; 2. ; 2.2. ; 2.2.1 ; 2.2.2. ; 3. ; etc.).

Les références de citation sont intégrées au texte citant, selon les cas, de la façon suivante : (Initiale (s) du Prénom ou des Prénoms de l'auteur. Nom de l'Auteur, année de publication, pages citées). Les divers éléments d'une référence bibliographique sont présentés comme suit : Nom et Prénom (s) de l'auteur, Année de publication, Zone titre, Lieu de publication, Zone Editeur, pages (p.) occupées par l'article dans la revue ou l'ouvrage collectif. Dans la zone titre, le titre d'un article est présenté en romain et entre guillemets, celui d'un ouvrage, d'un mémoire ou d'une thèse, d'un rapport, d'une revue ou d'un journal est présenté en italique. Dans la zone Editeur, on indique la Maison d'édition (pour un ouvrage), le Nom et le numéro/volume de la revue (pour un article). Au cas où un ouvrage est une traduction et/ou une réédition, il faut préciser après le titre le nom du traducteur et/ou l'édition.

Ne sont présentées dans les références bibliographiques que les références des documents cités. Les références bibliographiques sont présentées par ordre alphabétique des noms d'auteur.

III. RÈGLES D'ETHIQUES ET DE DÉONTOLOGIE

Toute soumission d'article sera systématiquement passée au contrôle anti-plagiat et tout contrevenant se verra définitivement exclu par le comité de rédaction de la revue.

SOMMAIRE

1. Nanon Pierre BROU (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire) / Jodvin Symphorien De Blahoua KOFFI (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire)
La dialectique comme fondement de l'éducation politique chez Platon **14**
2. Salifou COULIBALY (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire)
Dynamique urbaine et risque de conflit dans la ville de Tiassalé **23**
3. DJAHA Koffi Henri (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan-Côte d'Ivoire) / YAO N'Goran Hubert (Université de Bondoukou) / LOBA Saga Bernard (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan-Côte d'Ivoire)
Le suicide chez les jeunes adultes d'Abidjan selon leur religion et estime de soi **36**
4. KONATÉ Djakaridja (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan-Côte d'Ivoire)
Une analyse critique des discours sur le panafricanisme et la souveraineté en Afrique de l'ouest **47**
5. Awa KAMATÉ (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire) / ATTIA Michel Akabilé (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire) / Gnénégnimin SORO (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire)
Rationalité locale et hésitation vaccinale : perceptions des maladies infantiles et limites du PEV à Odienné (Côte d'Ivoire) **64**
6. Khan KOUAMÉ (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire)
Les Réseaux Sociaux Numériques (RSN) et les nouveaux visages de l'opinion publique ivoirienne **79**
7. Koménan KOFFI (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan-Côte d'Ivoire)
"Keine andere kunsform produziert so intensive und vielfältige gerfül reationen wie das kino" : Zur emotivität des films un seine (aus) wirkungen das individuum und die gesellschaft **91**
8. Kouamé Sylvestre KOUADIO (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan-Côte d'Ivoire)
Heimat ist weder hier noch dort. Heimat ist in di roder nirgends : Eine postmoderne lektüre des heimat konstrukts bei stefanie zweig in karibu heisst willkommen **100**

9. KOUAMÉ-KONATÉ Aya Carelle Prisca (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire)	
L'Intelligence Artificielle à l'épreuve de la recherche ivoirienne : entre perception et réalité du rôle	110
10. KPANGBA Boni Hyacinthe (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire) / GOH Tianet Yannick Emmanuel (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire) / AHOULOU Mahipou Fernande Marie Josée (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire)	
La communication socioculturelle : outil d'accès à l'information et d'émancipation économique des femme Abouré de Bonoua	120
11. Jean-Michel Kouakou Kan N'GUESSAN (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire) / KOUASSI Akissi Germaine (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire) / Jean-Claude OULAI (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire)	
Geste populaire et marketing d'opportunité : étude d'un phénomène de récupération publicitaire dans l'espace numérique ivoirien	131
12. Koffi Gilles Olivier N'GUESSAN (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire)	
Analyse et enjeux des messages de la plateforme de lutte contre la cybercriminalité (PLCC) en Côte d'Ivoire sur sa page Facebook pour un changement de comportement des populations	146
13. Aboubakar SYLLA (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire) / Lydie IBO (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire)	
Les tribulations référentielles de la grammaticalisation espagnole du pronom « On »	163
14. THOAT Akoissy Clarisse-Leocadie (Institut National Supérieur des Arts et de l'Action Culturelle, Abidjan-Côte d'Ivoire)	
Féminicide en Côte d'Ivoire : entre silence médiatique et contre-discours numériques, une analyse communicationnelle des récits de violence genrée	176
15. Hervé Kobenan YAO (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan-Côte d'Ivoire)	
Enjeux des théories de la démonstration et de la définition chez Aristote	190
16. Ange Thibaut Kahelad YAON (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan-Côte d'Ivoire) / Oumar Go N'Golo Emmanuel SORO (Institut National Polytechnique Houphouët-Boigny, Yamoussoukro-Côte d'Ivoire)	
Communication participative et modélisation organisationnelle pour l'autonomisation économique des femmes en milieu rural en Côte d'Ivoire	199

17. YOKORÉ Zibé Nestor (Institut National Supérieur des Arts et de l'Action Culturelle, Abidjan-Côte d'Ivoire)

La scène du deuil en pays Bété : analyse dramaturgique et sociologique des pleureuses professionnelles en Côte d'Ivoire **213**

18. BOUDIMBOU Bienvenu (Université Marien Ngouabi, Brazzaville-Congo) **Les pratiques journalistiques à l'ère du numérique : mutation et défis au Congo**

224

ANALYSE ET ENJEUX DES MESSAGES DE LA PLATEFORME DE LUTTE CONTRE LA CYBERCRIMINALITÉ (PLCC) EN CÔTE D'IVOIRE SUR SA PAGE FACEBOOK POUR UN CHANGEMENT DE COMPORTEMENT DES POPULATIONS

Koffi Gilles Olivier N'GUESSAN

Université Alassane Ouattara (Bouaké-Côte d'Ivoire)

nkgo24@yahoo.fr

Résumé

La cybercriminalité est un phénomène qui en Côte d'Ivoire continue de gagner du terrain et à faire de nombreuses victimes. Cette étude analyse les messages diffusés par la Plateforme de Lutte contre la Cybercriminalité (PLCC) sur sa page Facebook pour y faire face. L'objectif poursuivi est de déterminer la pertinence de ces messages quant au changement de comportement attendu chez les usagers du numérique. Le positionnement théorique convoque la théorie de la persuasion qui repose sur les codes linguistiques, argumentatifs, psychologiques ou visuels dans la transmission de messages. La méthodologie repose sur la technique de l'étude documentaire axée sur une analyse de contenu des messages diffusés par la PLCC sur sa page Facebook au premier semestre de l'année 2024. Les résultats obtenus ont permis de mettre en exergue deux (2) types de messages conçus et diffusés par cette plateforme de service public. Le premier type concerne les messages de sensibilisation à l'endroit des populations utilisant les réseaux sociaux ou les outils numériques, et le second type, les messages coercitifs, à l'encontre des cybercriminels et de tous ceux qui seraient tentés de se livrer à la cybercriminalité. Il en ressort de ces résultats que l'enjeu de la lutte menée par la PLCC contre ce phénomène, via sa page Facebook, exige de sa part la prise en compte du contexte, des caractéristiques et pratiques des populations afin de favoriser une éducation éthique réussie de l'usage d'internet.

Mots-clés : PLCC – cybercriminalité - Facebook - communication - changement de comportement

Abstract :

Cybercrime is a phenomenon that continues to gain ground in Côte d'Ivoire, claiming many victims. This study analyzes the messages posted by the Platform for Combating Cybercrime (PLCC) on its Facebook page to address this issue. The aim is to determine the relevance of these messages in terms of the expected change in behavior among digital users. The theoretical positioning draws on persuasion theory, which is based on linguistic, argumentative, psychological, or visual codes in the transmission of messages. The methodology is based on a documentary study focused on content analysis of the messages posted by the PLCC on its Facebook page in the first half of 2024. The results obtained highlighted two (2) types of messages designed and disseminated by this public service platform. The first type concerns awareness-raising messages aimed at populations using social networks or digital tools, and the second type concerns coercive messages aimed at cybercriminals and anyone who might be tempted to engage in cybercrime. These results show that the PLCC's fight against this phenomenon via its Facebook page requires it to take into account the context, characteristics, and practices of the population in order to promote successful ethical education on the use of the internet.

Keywords : PLCC- cybercrime – Facebook- communication- behavior change

Introduction

L'avènement d'Internet a fait émerger une nouvelle catégorie de phénomène nuisible, voire criminogène, à savoir la cybercriminalité. Selon R. Boos (2016, p.28), la cybercriminalité désigne tout acte illégal ou toutes infractions pénales tentées ou commises au moyen d'un système ou d'un réseau informatique, ou en relation avec un système informatique, principalement Internet. Les conséquences reliées aux cybercrimes sont variables et de diverses natures, car pouvant être financières, psychologiques, relationnelles, etc. (A. Al-Ali, A. Nimrat & C. Benzaid, 2018). La Côte d'Ivoire n'échappe pas à ce phénomène ou à ce que G. Oyono (2024, p.29) qualifie de « délinquance informatique », au contraire, elle est l'une des plaques tournantes de la cybercriminalité, et donc considérée comme un pays à risque (J.-J. Bogui, 2010, p.158). Pour l'année 2020-2021, cinq (5) grands modes opératoires ont été identifiés dans ce pays ouest-africain en termes d'infractions (H. Koffi et O. Soro, 2022, p.110). Il s'agit de : l'atteinte à la dignité humaine, la fraude sur les transactions électroniques, l'utilisation frauduleuse d'éléments d'identification, l'atteinte à l'image et à l'honneur, et l'escroquerie sur Internet. En réaction, et ce dans le but d'assumer leurs responsabilités vis-à-vis de leurs populations en matière de protection et de sécurité, les autorités ivoiriennes ont mis sur pied depuis le 2 septembre 2011, un organe dénommé « Plateforme de Lutte contre la Cybercriminalité » (PLCC). Cet organe a pour missions de :

« effectuer des enquêtes judiciaires portant sur les infractions visant ou utilisant des systèmes informatiques ; apporter son assistance technique aux services de police et aux services connexes chargés de l'application de la loi lors des enquêtes judiciaires ; contribuer à la mise en place de moyens techniques et au développement de l'expertise pour l'examen et le traçage des systèmes d'information ; mener des actions de sensibilisation et d'information sur la cybercriminalité auprès des populations et des autres services de l'administration publique et du secteur privé ; participer à la définition et la mise en œuvre des mesures techniques, organisationnelles et réglementaires dans le cadre de la lutte contre la cybercriminalité ; contribuer à la formation technique des personnels pour le renforcement des capacités en matière de lutte contre la cybercriminalité. » (AfricaCyberMag, 2022 ; p.1)

De ces éléments constitutifs à ces missions, la communication constitue un maillon essentiel dans la lutte menée par la PLCC ; mieux, l'action communicationnelle de cette structure étatique se formalise à travers la mise sur pied d'un service « Communication », à l'instar des services « Enquête » et « Coopération policière » qui sont en son sein. Parmi les moyens de communication qu'elle emploie pour cette mission figurent les réseaux sociaux, ce qui n'est pas anodin. En effet, les réseaux sociaux constituent une plateforme majeure sur laquelle se déroulent les usages licites et illicites du web, et donc la présence de la PLCC sur cette plateforme, comme assurant un rôle de police, a tout son sens. De même, selon V. Mabillard et al. (2023, p.1), depuis leur apparition, les réseaux sociaux exercent une influence croissante sur la communication des organisations aussi bien publiques que privées, et ce d'autant que ces entités doivent faire face à un environnement de plus en plus numérique où un nombre croissant d'individus (plutôt jeunes) s'informent sur les réseaux sociaux et délaissez les médias de masse traditionnels. Il convient de noter, en nous référant à l'étude de V. Mabillard et R. Zumofen (2023, p.474), qu'en tant que processus organisé, la communication publique, via ce moyen peut toucher une personne, un groupe précis, ou un ensemble non défini de destinataires, la finalité étant d'atteindre efficacement les citoyens. Objets d'un intérêt croissant, les médias sociaux disposent, d'après ces auteurs, non seulement

d'une dimension « physico-technologique », mais également d'une dimension « message ». Cette dernière dimension qui permet à l'émetteur de communiquer différemment ou de façon innovante, de surcroit plus rapidement avec le plus grand nombre possible de personnes connectées, est ce qui intéresse fortement les Organisations (V. Mabillard et al. 2024). Ainsi, hormis le cas en Côte d'Ivoire, nous avons l'exemple du Ministère de la santé ougandais qui se sert depuis novembre 2014 des réseaux sociaux (Facebook et Twitter) afin de compléter les efforts de communication qu'il déployait déjà ; et ses communications sur ces deux plateformes numériques prennent la forme d'activités de sensibilisation et de relations publiques, d'annonces importantes, de clarifications, de communiqués de presse, de déclarations, etc. (The Alliance for Malaria Prevention, 2020, p. 4). Par ailleurs, la façon de transmettre le message constitue un facteur de succès déterminant qui doit être pris en considération. À ce propos, selon K. Schmid et al. (2008) et G. Oyono (2024), le contenu d'un message et la stratégie employée pour le transmettre doivent être adaptés aux besoins et aux caractéristiques du public cible pour plus d'efficacité, notamment lorsqu'il s'agit de la lutte contre la cybercriminalité. Pour R. Petty et J. Cacioppo (1986) donc, il faut que l'information soit bien élaborée afin de convaincre l'individu d'adopter un comportement sécuritaire ou de protection.

Cependant, dans le contexte actuel où la menace sécuritaire est partout présente, trois (3) types de public cible du message de lutte contre toutes formes d'insécurité existent, selon D. Mackey et L. Kristine (2013). Ce sont, tout d'abord, les populations innocentes (potentielles victimes ou victimes), ensuite les personnes qui ont pour projet de se muer en délinquants ou criminels, et enfin les délinquants ou criminels en activité. Dans un tel contexte, l'enjeu du message devient déterminant même si l'organisation émettrice cherche à inciter le public visé à adopter des comportements plus sécuritaires par la fourniture d'instructions ou de conseils sur leur manière d'agir (V. Sacco & R. Silverman, 1981, p.195). C'est dans ce cadre que notre étude s'inscrit. Au regard de l'ambition de cette étude qui est celle de faire adhérer tous types de cible au message de changement de comportement, nous formulons la question générale suivante : quelle est la stratégie, en termes de messages de lutte contre la cybercriminalité, mise sur pied par la PLCC sur sa page Facebook pour inciter les populations au changement de comportement ? Deux questions opérationnelles en découlent :

- ✓ Quels genres de messages la PLCC adresse-t-elle au public, via sa page Facebook face au phénomène de la cybercriminalité ?
- ✓ Quels enjeux constituent les messages publiés par la PLCC sur sa page Facebook dans la lutte contre la cybercriminalité ?

Cette étude s'articule autour de quatre (4) grandes parties, à savoir : le positionnement théorique, la méthodologie, les résultats et la discussion.

1. Positionnement théorique

Notre étude repose sur la théorie de la persuasion. Cette théorie est communément étudiée sous trois (3) angles : celui de la structure des médias, du contenu des messages et des effets des communications. Selon cette théorie, la communication est conduite dans le but d'influencer, de changer les attitudes ou les comportements des individus vis-à-vis d'un sujet précis (D. Benoit, 1995). Elle stipule que la persuasion est le résultat d'un processus cognitif et affectif qui implique l'attention, la compréhension, l'acceptation et l'action. Pour J-N. Kapferer (1978, p. 12), cette théorie permet de mieux

s'imprégner du contexte qui prévaut pour mettre à la disposition du public un message correct, complet, clair et cohérent, et susciter un changement durable de comportement. Pour ce faire, un effort conscient visant à influencer le récepteur à travers un acte de communication est exigé de la part de l'agent de persuasion. Les moyens utilisés à des fins de persuasion sont très variés, allant des procédés linguistiques (syntaxiques et sémantiques), argumentatifs (rhétoriques) ou psychologiques (séduction, manipulation), au langage corporel, aux images, etc. (G. Miller, 2002, p.7). Le cadre persuasif repose sur le contenu du message, le contexte et l'audience. La théorie de la persuasion offre un cadre précieux pour la communication en gestion de crise, telle que celle dont notre étude fait allusion à travers le phénomène de la cybercriminalité. Elle souligne l'importance d'une communication crédible, centrée sur l'auditoire et répondant à ses préoccupations. Cette crédibilité doit faire preuve de transparence et de responsabilité pour gagner et maintenir la confiance de la cible. La gestion efficace d'une crise dépend des organisations par leur capacité à orienter les perceptions, attitudes et comportements de leurs cibles de manière positive et constructive. Ici, l'accent est mis sur le code utilisé pour transmettre le message. D'après S. Hall et al. (1994, p.31), avant qu'un message puisse avoir un « effet », il doit d'abord être approprié en tant que discours signifiant, et être décodé de façon significative. C'est cet ensemble de sens décodé qui « a un effet », influence, divertit, instruit ou persuade, et ce avec des conséquences très complexes sur le plan de la perception, de la cognition, de l'émotion, de l'idéologie ou des comportements. Parmi les trois angles propres à la théorie de la persuasion, cette étude se focalise sur le contenu des messages diffusés par la PLCC sur sa page Facebook et ce d'autant que celle-ci se donne pour mission d'identifier les codes utilisés dans le cadre de la lutte contre la cybercriminalité, et de les analyser dans une perspective d'efficacité auprès du public cible.

2. La méthodologie

Pour cette recherche, le choix de l'étude documentaire impose l'usage de la technique de l'analyse de contenu des publications de la PLCC sur sa page Facebook (<https://web.facebook.com/plcc.ditt>), créée le 2 novembre 2016. La recherche menée a consisté à collecter, sur cette plateforme numérique, toutes les informations relatives à la sensibilisation ou à la lutte contre la cybercriminalité. Les informations prises en compte sont celles datant du 1er janvier 2024 au 30 juin 2024. La raison du choix de cette période est que nous voulons avoir des données les plus récentes possibles vu que les techniques des cybercriminels changent d'aspects au fur et à mesure que le temps passe (T. Jagatic et al., 2005, p.95). L'univers du corpus, c'est à dire, le nombre total de publications de cette structure étatique sur sa page Facebook durant la période mentionnée précédemment, est composé d'un ensemble de 119 publications. Au nombre de ces publications, 39 ont été faites au mois de janvier, 15, au mois de février, 16, au mois de mars, 15, au mois d'avril, et 17, au mois de mai et au mois de juin. Pour déterminer la taille de notre échantillon, voire du corpus à analyser, nous nous sommes basés, en tenant compte du libellé de notre sujet, sur deux (2) critères qui sont : la pertinence des publications et leurs caractères innovants. Ainsi, 70 publications de la PLCC, mises en ligne durant le premier semestre de l'année 2024, ont été retenues. La méthode d'analyse de contenu de notre corpus a été faite sur la base des textes ou des messages publiés en fonction de leurs typologies. Ainsi, de notre analyse, nous avons fait ressortir sept (7) typologies de messages qui sont : les conseils sur l'usage d'internet, les informations sur les activités de la PLCC, la publication de messages de vœux, la

présentation des infractions cybercriminelles et sanctions judiciaires, la présentation de cybercriminels arrêtés, l'emploi de l'argot ivoirien, et le positionnement de la PLCC.

3. La présentation des résultats

La présentation de nos résultats se fera en fonction de la typologie des messages de la PLCC faite prudemment.

3.1. Les conseils sur l'usage d'internet

Image 1 : La vigilance en ligne recommandée par la PLCC



Source : Page Facebook de la PLCC (<https://web.facebook.com/plcc.ditt>), 5 mars 2024

La PLCC publie sur sa page Facebook des messages de sensibilisation avec un ton modéré, propre à la délivrance de conseils aux personnes qui utilisent internet. Parmi ces messages l'on a ceux qui sont relatifs aux mœurs, comme : « *Évite de te filmer ou de prendre des photos nues avec ton téléphone* » (publié le 15 mars 2024). Il y a aussi des consignes données aux populations en ce qui concerne la sauvegarde de leurs données personnelles, comme on peut ainsi lire : « *Attention aux campagnes de fishing dont l'objectif est de vous emmener à saisir vos données personnelles ; données personnelles qui pourront par la suite être réutilisées pour vous escroquer ou accéder à vos comptes (Facebook, Mails, Instagram, etc.)* » (publié le 16 janvier 2024), ou encore : « *Soyez vigilants en ligne, car la sécurité de vos informations personnelles est entre vos mains* » (image 1). Les présents et opportunités promis, relayés constamment sur internet sont dans le viseur de la PLCC qui recommande aux usagers de réseaux Internet d'être méfiants, c'est qu'indique ce message en date du 20 janvier 2024 : « *Attention ! Méfie-toi des offres trop belles pour être vraies* ». Certaines consignes de la PLCC portent également sur la prudence que les usagers doivent faire preuve face aux fausses informations ou fakenews, comme : « *Pour ne pas assumer les conséquences néfastes d'une fausse information, évite d'être complice de propagation de fakenews en les partageant sans réfléchir. Soyons responsables en ligne* » (publié le 10 janvier 2024). Les bonnes manières relationnelles sur Internet sont également prises en compte dans les messages de sensibilisation de la PLCC ; c'est le cas notamment du message posté le 16 avril 2024 : « *N'insulte pas ou ne menace pas une personne avec qui tu discutes sur internet ou par SMS* », de celui publié le 2 février 2024 : « *Reste*

respectueux envers les autres en ligne, évite les insultes, la discrimination ou la provocation en ligne », tout comme celui publié le 14 janvier 2024 : « *Évite les commentaires négatifs ou offensants sur les réseaux. Cela peut contribuer à propager de la haine et la division. En partageant des messages positifs, nous créons un environnement agréable pour tous. Soyons responsables en ligne.* ». En somme, la PLCC recommande aux utilisateurs d’Internet de faire preuve de la plus grande prudence, ce qui se résume dans ce message : « *La prudence en ligne est la clé pour contrer les menaces de la cybercriminalité* » (publié le 2 avril 2024). La diffusion d’informations sur les activités de la PLCC, via sa page Facebook, constitue aussi une particularité des messages conçus par cette organisation.

3.2. Les informations sur les activités de la PLCC

Image 2 : Sensibilisation de la PLCC sur l’usage responsable des réseaux sociaux



Source : Page Facebook de la PLCC (<https://web.facebook.com/plcc.ditt>), 26 juin 2024

Les messages publiés par la PLCC ont également pour but d’informer les internautes, plus précisément les usagers de sa page Facebook sur ses activités liées à la lutte contre la cybercriminalité ou à l’usage responsable des réseaux sociaux. C’est ainsi qu’elle a fait une publication le 26 juin 2024 sur le lancement d’une campagne de sensibilisation menée par le Ministère de la Communication, dénommée #enlignetousresponsables (image 2), avec pour slogan « stop au sorcier numérique ». Le 21 juin 2024, cette plateforme a porté à la connaissance des internautes, la tenue de la deuxième édition du Forum national sur la protection des données à caractère personnel, qui a eu lieu le mercredi 19 juin 2024. Plusieurs autres publications relatives aux comptes rendus des activités de la PLCC sur le terrain portent sur les actions de sensibilisation des membres de cette plateforme auprès des étudiants et élèves dans des établissements universitaires et scolaires. C’est le cas par exemple de celle tenue à l’Université Alfourqane, à Abidjan, dont le thème était : « *les dangers liés à l'utilisation des réseaux sociaux et les peines encourues en cas d'infraction cybercriminelle* » (publié le 14 mai 2024). Il y a aussi le cas de celle tenue le 4 mai 2024 auprès des élèves des classes de CM1 et CM2 du village de N’Gattadolikro, sensibilisés sur les dangers liés au mauvais usage de l’Internet (publié le 14 mai 2024), et de celle tenue le 26 avril 2024 au sein du Collège Sainte-Camille

aujourd'hui des élèves des classes de troisième et de terminale. L'objectif pour la PLCC était d'informer et de sensibiliser ces apprenants sur les risques liés à la mauvaise utilisation des réseaux sociaux, ainsi que sur les bonnes pratiques à adopter en ligne. Un point particulier a été mis dans cette campagne de sensibilisation sur les dangers de la tricherie en ligne lors des examens scolaires et universitaires de fin d'année. D'autres actions que la PLCC a menées et publiées sur sa page Facebook portent sur ses séances de formation auprès de professionnels, initiées dans le cadre toujours de la lutte contre la cybercriminalité. Ainsi, l'on a la publication du 10 juin 2024 de sa séance tenue à l'État-major de la gendarmerie nationale, à cette même date, dont le thème était : « *L'importance de la cybersécurité dans la sécurité nationale et état des lieux de la cybercriminalité en Côte d'Ivoire* ». La PLCC communique également sur la tenue de salons et de rencontres nationales et internationales en lien avec la cybercriminalité. C'est ce que démontre sa publication sur le déroulement le mercredi 19 juin 2024, à Abidjan, de la deuxième édition du Forum national sur la protection des données à caractère personnel, ainsi que de celle de la tenue le lundi 10 juin 2024 du Salon international de l'intelligence artificielle de la défense et de l'espace (publié le 11 juin 2024).

Les vœux adressés aux populations font partie également des messages publiés par la PLCC sur sa page Facebook dans sa stratégie de lutte contre la cybercriminalité.

3.3. La publication de messages de vœux

Image 3 : Vœux de la PLCC à l'occasion de la fête du travail



Source : Page Facebook de la PLCC (<https://web.facebook.com/plcc.ditt>), 1^{er} mai 2024

La PLCC malgré son statut de « police ou commando du web », se veut être une institution intégrée dans le quotidien des populations, proche de ces dernières et partageant avec elles des moments de joie. C'est ainsi qu'elle transmet sur sa plateforme numérique ses vœux à toutes les populations sans exception lors des événements commémoratifs ou cérémonies festives. Ainsi, l'on peut lire pour ce qui est du Nouvel An : « *La PLCC vous souhaite une bonne et heureuse année 2024* » (publié le 1^{er} janvier 2024). Elle marque également sa présence à travers des messages de vœux formulés lors des fêtes religieuses chrétiennes, comme par exemple : « *La PLCC vous souhaite une bonne fête de la Pentecôte* » (publié le 19 mai 2024), « *La PLCC vous souhaite une bonne fête de pâque* » (publié le 31 mars 2024). De même, elles formulent ses vœux lors des fêtes musulmanes. Ainsi, peut-on lire : « *La PLCC vous souhaite une bonne fête*

de ramadan » (publié le 10 avril 2024), « *La PLCC vous souhaite une bonne fête de Tabaski* » (publié le 16 juin 2024). Elle marque aussi sa présence lors des fêtes à caractère social. Ainsi, l'on a : « *la PLCC vous souhaite une bonne fête des Mères* » (image 3), « *la PLCC vous souhaite une bonne fête du Travail* » (publié le 1^{er} mai 2024). Elle n'oublie pas aussi de publier des messages lors de journées internationales qui épousent sa mission, comme celui-ci : « *La PLCC vous souhaite une bonne journée mondiale des Technologies de l'Information et de la Communication* » (publié le 17 mai 2024).

Comme on peut le voir, des messages de gaieté et de joie, la PLCC en publie, mais aussi des messages répressifs, notamment ceux présentant au grand public numérique, des infractions cybercriminelles et les sanctions judiciaires qui en sont rattachées.

3.4. Présentation des infractions cybercriminelles et sanctions judiciaires

Image 4 : Sanction relative à l'incitation à des troubles à l'ordre public



Source : Page Facebook de la PLCC (<https://web.facebook.com/plcc.ditt>), 25 juin 2024

Les sanctions judiciaires consécutives aux infractions cybercriminelles dont fait cas le Code pénal ivoirien composent certains messages publiés par la PLCC sur sa page Facebook. Ces messages coercitifs, de plusieurs ordres, ainsi que les peines encourues par les cybercriminels, sont portés à la connaissance des internautes. Ainsi l'on a : « *Incitation à des troubles à l'ordre public = 5 ans d'emprisonnement* » (image 4) ; « *Chantage à la vidéo = 10 ans d'emprisonnement* » (publié le 18 juin 2024) ; « *Usurpation d'identité = 5 ans d'emprisonnement* » (publié le 11 juin 2024) ; « *Incitation à la haine en ligne= 5 ans d'emprisonnement* » (publié le 4 juin 2024) ; « *Atteinte à l'honneur et à l'image = 5 ans d'emprisonnement* » (publié le 28 mai 2024) ; « *Spoliation de compte (email ou réseaux sociaux) = 2 ans d'emprisonnement* » (publié le 7 février 2024) ; « *Fraude sur les transactions électroniques = 3 ans d'emprisonnement* » (publié le 5 février 2024) ; « *Fausses ventes en ligne = 2 ans d'emprisonnement* » (publié le 3 février 2024) ; « *Fraude bancaire = 3 ans d'emprisonnement* » (publié le 2 février 2024) ; « *Vol d'information =10 ans d'emprisonnement* » (publié le 23 janvier 2024) ; « *Accès frauduleux à un système d'information = 2 ans d'emprisonnement* » (publié le 22 janvier 2024) ; « *Chantage à la vidéo = 10 ans d'emprisonnement* » (publié le 18 janvier 2024) ; « *Incitation à la*

haine en ligne = 5 ans d'emprisonnement » (publié le 17 janvier 2024) ; « *Incitation à des troubles à l'ordre public = 5 ans d'emprisonnement* » (publié le 16 janvier 2024) ; « *Usurpation d'identité = 5 ans d'emprisonnement* » (publié le 11 janvier 2024) ; « *Atteinte à l'honneur et à l'image= 5 ans d'emprisonnement* » (publié le 9 janvier 2024).

Par ailleurs, la PLCC a publié le 9 janvier 2024 un message incitant les internautes à la prise de conscience, en ces termes : « *En postant sur internet, pense à la loi sur la cybercriminalité !* ». De même à travers ses slogans figurant en général à la fin de chacun de ses messages, elle met en garde non sans appeler à la responsabilité : « *La PLCC vous regarde, soyons responsables en ligne* », « (publié le 7 février 2024), « *Ne soyez pas surpris !* » (Publié le 4 juin 2024), « *Soyons prudents !!!* » (Publié le 5 février 2024), « *Nul n'est censé ignorer la loi !* » (Publié le 3 février 2024), « *La PLCC nous regarde* » (publié le 9 janvier 2024).

Dans sa dynamique répressive, la PLCC publie aussi des messages présentant des cybercriminels mis hors d'état de nuire grâce à ses actions.

3.5. La présentation de cybercriminels arrêtés

Image 5 : Des cybercriminels mis aux arrêts par la PLCC



Source : Page Facebook de la PLCC (<https://web.facebook.com/plcc.ditt>), 7 mars 2024

La PLCC diffuse régulièrement sur sa page Facebook des informations avec des photos (cependant en cachant les yeux) et les initiales des noms et prénoms de cybercriminels (hommes et femmes) en illustration. De manière pratique, les publications dans ce sens sont des révélations faites au grand public concernant les tactiques criminelles de ces individus, et les stratégies mises sur pied par la PLCC pour les contrer, les arrêter, et par la suite leur faire condamner par la justice. L'objectif ici est de trois (3) ordres : tout d'abord, dissuader tous ceux qui seraient tentés de suivre la voie de ces cybercriminels, ensuite, mettre en garde les cybercriminels encore dans la nature, et enfin, rassurer les populations sur la capacité d'action dont dispose la PLCC pour les protéger. Différents

chefs d'accusation avec les modes opératoires de cybercriminels pris entre les "mailles des filets" de la PLCC sont portés à la connaissance du grand public à travers la page Facebook de cette organisation. Parmi ces chefs d'accusation, l'on a : *les fausses bourses en ligne, l'utilisation frauduleuse d'éléments d'identification de personnes physiques et escroquerie* (témoignage publié le 28 juin 2024), *l'utilisation frauduleuse d'éléments d'identification de personnes morales et escroquerie en ligne en bande organisée* (témoignage publié le 21 juin 2024), *chantage et escroquerie sur internet* (témoignage publié le 14 juin 2024), *fraude à l'examen* (témoignage publié le 10 et 12 juin 2024), *fausses offres d'emploi* (témoignage publié le 7 juin 2024), *apologie de l'avortement* (témoignage publié le 31 mai 2024), *atteinte à l'honneur et à l'image* (témoignage publié le 24 mai 2024), *publication de données à caractère sexuel* (témoignage publié le 17 mai 2024), *menace de mort et injures au moyen d'un système d'information* (témoignage publié le 10 mai 2024), *recherche effrénée et sans morale de buzz* (témoignage publié le 16 avril 2024), *la spoliation du compte d'autrui* (témoignage publié le 5 avril 2024), *appropriation de biens d'autrui* (témoignage publié le 22 mars 2024), *chantage à la vidéo de nudes* (témoignage publié le 8 mars 2024), *fraude sur le porte-monnaie électronique* (témoignage publié le 1^{er} mars 2024), *diffusion de fausses informations* (témoignage publié le 23 février 2024), etc.

La PLCC s'imprègne également du langage familier local, propre aux Ivoiriens, afin de porter ses messages de lutte contre la cybercriminalité.

3.6. L'emploi de l'argot ivoirien

Image 6 : Message argotique de la PLCC en réponse aux publications de nudes par les cybercriminels



Source : Page Facebook de la PLCC (<https://web.facebook.com/plcc.ditt>), 26 mars 2024

Dans sa tactique de sensibilisation, la PLCC s'évertue à publier sur son site Internet des messages sous un ton humoristique dans un langage courant, et composé de mots ou d'expressions argotiques ivoiriens, notamment le nouchi. Le nouchi est un langage typiquement ivoirien, fruit du brassage du français, des langues locales et bien d'autres langues, ainsi que de nombreux mots ou expressions d'origines encore inconnues ou mots fabriqués (J. Kouacou 2015). Ainsi, la PLCC fait usage de certains mots et expressions les plus récentes et en vogue de cet argot pour se positionner, rassurer les

usagers d'internet et surtout menacer les cybercriminels. Pour ce qui est de l'emploi des mots, l'on a pour exemples :

- ✓ “grin” (espace public où les informations partagées sont truffées de mensonges), avec comme message : « *Mon nom au grin* » (publié le 20 juin 2024) ;
- ✓ “bouai” (dégager, refouler), « *À l'heure-là, moi je vais suivre tes instructions et puis tu vas vider mon compte mobile money ? Faut bouai, pardon !* » (Publié le 9 avril 2024) ;
- ✓ “gaou” (ignorant) : « *Je ne suis plus un gaou, hein !!! Tu tentes de me tromper pour vider mon compte d'argent. Je bouai tout ce que tu dis et je ne compose aucun code de validation* » (publié 30 avril 2024) ;
- ✓ “besta” (amie) et “papos” (secrets) : « *Tu es ma besta et c'est toi qui casses mes papos sur internet... La PLCC ma nouvelle besta va t'apprendre à être responsable en ligne. J'ai confiance en elle* » (publié le 19 mars 2024).

Pour ce qui est des expressions « nouchies » utilisées par la PLCC dans certains de ses messages, l'on a comme exemples :

- ✓ “au calme” (simplement et à la perfection) et “on ne pleure pas après” (interdit de regretter) : « *Tu as publié mes nudes pour me faire du mal ? La PLCC gère au calme...On ne pleure pas après hein !!!* » (Image 6) ;
- ✓ “Lire l'heure” (regretter amèrement) : « *Si tu me menaces de mort par SMS ou sur Internet, je saisiss la PLCC...Tu vas lire l'heure.* » (Publié le 23 avril 2024).

Le dernier type de message que la PLCC publie sur sa page Facebook, selon notre analyse, c'est celui relatif à son positionnement.

3.7. Positionnement de la PLCC

Image 7 : Positionnement de la PLCC face aux publications d'images non autorisées



Source : Page Facebook de la PLCC (<https://web.facebook.com/plcc.ditt>), 11 janvier 2024

La PLCC entend à travers ses messages publiés sur sa page Facebook se positionner à la fois comme une institution qui “trouble le sommeil” des cybercriminels et qui rassure les personnes qui font d’Internet, un usage responsable. C’est ainsi qu’elle publie des messages montrant son omniprésence non seulement sur Facebook, mais également sur le réseau social Tik Tok, tel que celui datant du 19 janvier 2024 : « *La PLCC est sur Tik Tok!* ». La PLCC se veut d’être aussi une institution totalement gravée dans la mémoire de tout individu qui planifierait une ou plusieurs actions condamnables sur Internet ; trois de ses messages publiés en janvier 2024 l’attestent : « *Si tu voles le mot de passe de quelqu'un ou ses données personnelles, pense à la PLCC* » (publié le 24 janvier 2024), « *Quand tu insultes ou diffames en ligne, pense à la PLCC* » (publié le 15 janvier 2024), « *Si tu postes l'image de quelqu'un (nu ou habillé) sans son autorisation, pense à la PLCC.* » (Image 7).

Les différents types de messages publiés par la PLCC face au phénomène croissant de la cybercriminalité présentent des enjeux que nous allons discuter à présent.

4. Discussion des résultats

Dans la lutte contre la cybercriminalité, la sensibilisation des populations constitue l’un des moyens importants utilisés par les pouvoirs publics, et certaines organisations non gouvernementales. La sensibilisation se définit comme tout processus visant à informer et outiller les populations sur un problème éminent auparavant identifié, afin de favoriser une prise de conscience collective, susciter la réflexion, mais aussi leur permettre de passer à l’action, selon le Bureau International Catholique de l’Enfance (BICE, 2021, p.7). Les messages de sensibilisation dans la lutte contre la cybercriminalité, comme tous messages de sensibilisation, ont un ton d’amabilité à travers l’information et la persuasion des populations à un comportement sain pour leur bien-être. C’est dans ce cadre que s’insèrent certains messages de la PLCC en Côte d’Ivoire, messages diffusés sur sa page Facebook. En effet, ceux-ci visent à informer les populations sur les activités de cette organisation, à les conseiller quant à l’utilisation prudente et responsable d’Internet ou des réseaux sociaux. Cette organisation va plus loin en se rapprochant des populations par la diffusion de messages de vœux lors de fêtes marquant ou animant la vie sociale, d’évènements ou de cérémonies liés à la cybersécurité ou non. La PLCC se positionne de ce fait comme une entité de proximité, c'est-à-dire proche des populations. Ce positionnement est un choix stratégique important, car par lui, cette plateforme gouvernementale entend attirer l’attention du public, gagner sa confiance et partager ses réalités pour faire aisément passer ses messages sur la cybercriminalité. Selon J.-L. Wybo et al. (2015, p.38), de plus en plus d’autorités investissent dans les réseaux sociaux et les utilisent pour diffuser de l’information auprès du public pour la prévention et l’alerte, mais aussi pour transmettre des recommandations dans les situations d’urgence.

Globalement, la sensibilisation dans le contexte de la cybercriminalité vise à rendre la société plus résiliente face aux cyberrisques, selon le Centre National pour la Cybersécurité (NCSC, 2023) et J.-L. Wybo et al. (2015, p.39). La sensibilisation ici joue le rôle de prévention. À ce niveau, parmi les grandes approches préventives destinées à réduire l’incidence ou la prévalence de certains phénomènes criminologiques, il existe celle dite primaire (D. Mackey, L. Kristine 2013). Inspirée du domaine de la santé et adaptée à la criminologie par P. Brantingham et F. Faust (1976), la prévention primaire a habituellement comme but de cibler la population en général pour réduire les risques qu’un crime ne soit commis. Ainsi, l’accent est mis sur l’anticipation, raison pour laquelle, d’après P. Brantingham et F. Faust (1976, p.288), ce type de prévention serait la plus prometteuse. Elle se présente sous forme de campagne de prévention utilisant différents moyens de communication de masse. Pour V. Sacco et M. Trotman (1990, p.96), parmi les campagnes de prévention contre la cybercriminalité, il y a celles qui

définissent le problème et celles qui ont pour but d'éduquer les utilisateurs quant aux façons de réduire les risques. Une campagne de prévention efficace doit s'assurer que le public cible ait une bonne exposition aux contenus de la campagne (V. Sacco et R. Silverman, 1981, p.195) et que les thèmes de la campagne soient perçus comme évidents (S. Star et H. Hughes, 1950, p.393; H. Mendelsohn, 1973 ; p.55).

La façon de transmettre le message constitue aussi un facteur de succès déterminant qui doit être pris en considération (K. Schmid et al., 2008, p.33), sans compter le facteur feedback avec la possibilité pour les internautes de donner leur avis, de partager, de "liker", ce qui accroît la portée organique des messages. Les réseaux sociaux disposent donc selon A. Dine (2021, p.360) d'un pouvoir d'influence au cœur de l'enjeu de la sensibilisation du public en temps de crise, ce qui accroît la probabilité de changement comportemental souhaité. Ces plateformes numériques permettent de diffuser des informations gouvernementales et de transformer les dynamiques d'engagement citoyen. Cependant la page Facebook de la PLCC, comme pour la plupart des pages des gouvernements, d'après V. Mabillard et R. Zumofen (2024), demeure un réseau purement « informationnel », sans transformer de manière fondamentale la relation unidirectionnelle, descendante, des flux d'informations

Par ailleurs, l'emploi de messages menaçants ou coercitifs, comme nous l'avons vu lors de notre analyse, caractérisent certains messages de la PLCC. La coercition dans le cas que nous concerne, est un instrument aux mains des autorités ivoiriennes, via la PLCC, au même titre que la sensibilisation, pour lutter contre la cybercriminalité. Il s'agit ici de l'usage de menaces afin d'influencer le comportement des individus (J. Henrotin, O. Schmitt et S. Taillat, 2015). En Côte d'Ivoire, le principal outil théorique de lutte contre la cybercriminalité est la création ou le brandissement des lois relatives à la lutte contre ce phénomène (R. Bazare et al. 2017, p.125). Le législateur dispose en effet d'un arsenal juridique complet, et ce d'autant que le pays est considéré comme l'une des plaques tournantes de la cybercriminalité en Afrique. Le dispositif mis en place dans ce cadre est essentiellement répressif (M. Quéméner, 2011, p. 61). Pour le Rational Choice Theory (RCT) qui s'approche de la théorie de la dissuasion, l'éventualité d'une menace de punition est une condition susceptible d'entrainer le désistement de l'acte criminel (T. Pratt et al. 2006, p.10). Selon ce même modèle, il existe trois conditions nécessaires pour s'assurer qu'un individu ne commette pas de crime. Tout d'abord, la punition doit être rapide, ensuite elle doit être assurée, et enfin elle doit être sévère (en proportion avec l'acte). Deux (2) types de communication utilisée dans ce genre de campagne existent. Ce sont d'une part, les campagnes ciblant les délinquants, c'est à dire les campagnes qui cherchent à dissuader les criminels de commettre des crimes en les informant qu'ils sont à risques. Ici, la méthode utilisée par la PLCC, dans ses messages est de révéler une partie de l'identité et les procédés de cybercriminels arrêtés, et cela afin de servir d'exemple à ceux qui tenteraient de nuire aux utilisateurs d'Internet ; d'autre part, ce sont des campagnes promouvant les interventions en prévention qui ont pour but d'informer la population locale qu'il y a des agences ou des organismes dont le rôle est de réduire les taux de crimes (K. Bowers & S. Johnson, 2003). C'est ce que fait la PLCC qui se positionne à travers certains de ses messages comme une organisation capable de traquer et de combattre efficacement les cybercriminels, ce qui pourrait rassurer les victimes de ce phénomène et les utilisateurs d'internet. De même, cette organisation dans cette dynamique coercitive, n'hésite pas employer le nouchi, argot pourtant employé généralement dans les campagnes de sensibilisation pour véhiculer des messages sous un ton aimable, humoristique et amical (Y. Doffou, 2019, p.161).

Les messages faisant appel à la peur, comme c'est le cas avec l'usage de la coercition, peuvent entraîner le changement de comportement (J. Blondé et F. Girandola, 2016, p.

68), cependant l'effet inverse peut se produire selon plusieurs auteurs. En effet, pour M. Bradley (2000), ces messages peuvent pousser certains individus ciblés à avoir recours à des stratégies de défense, c'est-à-dire qu'ils vont se garder d'entrer en contact avec de tels messages ou minimiser leurs portées ce qui ne favorise pas l'acceptation de l'appel au changement de comportement. Ici donc, la peur que tente de susciter le message menaçant induit un « effet de résistance » chez certaines cibles et diminue la persuasion étant donné que le message est traité par ces dernières de manière sélective et biaisée. Abondant dans cette idée, L. Block & P. Williams (2002, p.816) affirment qu'un message conçu et publié dans l'intention de menacer peut entraîner sa moins bonne mémorisation, de même que sa lecture moins longue (S. Brown & E. Locker, 2009, p.520). Le message sera par conséquent analysé de manière à éviter les informations menaçantes, à minimiser la gravité ou les implications personnelles de la menace. Quand bien même les informations menaçantes sont évitées, l'individu prend du coup conscience des risques et du besoin de se protéger, plutôt qu'à changer de comportement, selon J. Blondé et F. Girandola (2016, p. 84).

Conclusion

Cette étude visait à analyser et à relever les enjeux des messages que la Plateforme de Lutte contre la Cybercriminalité (PLCC) en Côte d'Ivoire diffuse sur sa page Facebook. Les données obtenues ont montré que la gestion de la problématique de la cybercriminalité par cet organisme public met en lumière deux (2) types de messages. Le premier type concerne les messages de sensibilisation. Avec un ton d'amabilité, il vise à conseiller les populations connectées sur l'usage responsable et prudent d'internet, à les informer sur les activités de la PLCC, et à leur présenter ses voeux. Le second type concerne les messages coercitifs. Ici, le ton est plutôt ferme et menaçant à l'encontre des cybercriminels et de tous ceux qui seraient tentés de se livrer à cette pratique prohibée. La révélation de l'identité des cybercriminels arrêtés, la présentation des peines que tout utilisateur malveillant d'internet encourre, ainsi que les nombreuses mises en garde, vont dans le sens de la dissuasion voulue par cette plateforme. Cette communication à deux facettes de la PLCC qui est d'ordre public, c'est à dire d'intérêt général (P. Zémor, 2008, p. 4), a pour finalité, le changement de comportement des populations. En effet, cette communication consiste à empêcher par des messages, les utilisateurs du web de se lancer dans un usage imprudent et malveillant d'internet. L'éducation sur l'éthique de cet outil numérique devient ainsi un impératif quotidien pour les autorités via cette plateforme. Dans cette perspective, l'organisme émetteur doit ainsi savoir s'adapter au contexte, aux attentes et aux besoins de ses interlocuteurs, et choisir des messages capables d'inciter ces derniers à adopter un comportement responsable. Dans ce cas, il faut, selon J. Chappé (2011, p.9), des messages qui répondent à trois (3) conditions qui sont : accrocher et capturer l'attention des individus, leur proposer une conduite efficace à suivre, et faire en sorte que ceux-ci aient confiance en leurs capacités à mettre en pratique, avec succès, la conduite proposée, et non se limiter, à la première condition. L'efficacité de l'usage de ce type de communication incombe à la PLCC, car, selon J-L. Wybo et al. (2015, p.38), lorsqu'une autorité décide de créer un compte numérique, cela l'engage à être réactive en temps de situation d'urgence. Reste cependant à savoir si ces messages diffusés par cet organisme étatique sur sa page Facebook ont un impact sur les usagers.

Références Bibliographiques

Africa CyberMag (2022). *La PLCC : bras offensif pour la lutte contre la cybercriminalité en Côte d'Ivoire*. CyberSpector. <https://cybersecuritymag.africa/plcc-bras-offensif-pour-lutte-contre>

[cybercriminaliteivoire#:~:text=La%20PLCC%20a%20pour%20mission,loi%20lors%20des%20enqu%C3%AAtes%20judiciaires](#). Consulté le 26 décembre 2024 à 15h24.

AL-ALI Abdelrahman Abdalla, NIMRAT Amer et BENZAID Chafika (2018). *Combattre la cybervictimisation : prévention de la cybercriminalité*. Jahankhani, H. (éd.), Cybercriminologie. Sciences et technologies avancées pour les applications de sécurité. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-97181-0_16.

BAZARE Raymond, BAMBA Ladji et DOLLE Kadidja (2017). « Cybercriminalité ou "broutage" et crimes rituels à Abidjan : logiques des acteurs et réponses au phénomène, cas des communes de Yopougon et d'Abobo ». *European Scientific Journal*. 13 (23), p.104-128

BENOIT Denis (1995). *Introduction aux Sciences de l'information et de la communication : Manuel*. Paris, France. Les Éditions d'Organisation.

BERELSON Bernard (1952). *Analyse de contenu dans la recherche en communication*. Glencoe, Illinois. La presse libre.

BICE (2021). *La sensibilisation communautaire pour la réinsertion de l'enfant en conflit avec la loi*. Guide pratique. https://bice.org/app/uploads/2021/12/3.Esb2_Guide-sensibilisation-communautaire_CIV.pdf. Consulté le 16 juin 2024.

BLOCK Lauren et PATTI Williams (2002). « Annuler les effets de la crise et du blocage : réduire le traitement défensif des messages personnels ». *Journal of applied social psychology*, 32 (1), p.803-833.

BLONDE Jérôme et GIRANDOLA Fabien (2016). « Faire “appel à la peur” pour persuader ? ». *Revue de la littérature et perspectives de recherche*. 116 (1). p. 67-103.

BOGUI Jean-Jacques. (2010). « La cybercriminalité, menace pour le développement : les escroqueries internet en Côte d'Ivoire ». *Afrique contemporaine*. Éditions De Boeck Supérieur. 2 (234). p.155-170.

BOOS Romain (2016). *La lutte contre la cybercriminalité au regard de l'action des Etats*. Doctorat de droit privé et sciences criminelles à l'Université de Lorraine à Nancy.

BOWERS Kate et JOHNSON Shane (2003). *Utilisation de la publicité à des fins préventives*. Manuel de prévention de la criminalité et de sécurité communautaire. London : Home Office. Première édition.

BRADLEY Margaret (2000). *Émotion et motivation. Manuel de psychophysiologie*. New York. Cambridge University Press.

BRANTINGHAM Paul et FAUST Frédéric (1976). Un modèle conceptuel de la criminalité prévention. *Criminalité et délinquance*. 2 (2), p. 284-296.

BROWN Stephen et LOCKER Emma (2009). « Réponses défensives à un message anti-alcool émotionnel ». *Psychology & Health*. 24 (5), p. 517-528.

CHAPPE Julien (2011). « Persuader en faisant peur : un aperçu des principaux modèles théoriques des appels à la peur ». *Revue électronique de Psychologie Sociale*. n°5, p.9-13. <https://psychologiescientifique.org/wp-content/uploads/2018/02/Chapp%C3%A9-2011-Persuader-en-faisant-peur-un-aper%C3%A7u-des-principa.pdf>.

- DINE Amina (2021). « Le rôle des réseaux sociaux dans la sensibilisation du public au temps du Covid 19 ». *Alkalim*. 6 (1), p. 356-374.
- DOFFOU Brice Anicet Yavo (2019). « L'usage du "nouchi" dans les campagnes de santé publique en Côte d'Ivoire : impact sur l'appropriation des messages diffusés ». *Les parlers urbains africains au prisme du plurilinguisme : description sociolinguistique*. 1(1), p. 161-175.
- HALL Stuart, ALBARET Michèle et GAMBERINI Marie-Christine (1994). « Codage/décodage. Réseaux ». *Les théories de la réception*. 12 (68), p.27-39
- HENROTIN Joseph, SCHMITT Olivier et TAILLAT Stéphane (2015). *Guerre et stratégie*. Paris, France. Presses Universitaires de France.
- JAGATIC Tom, JOHNSON Nathanaël, JAKOBSSON Markus et MENCZER Philippe (2005). « Hameçonnage social ». *Communications de l'ACM*. 50 (10), p. 94-100.
- KAPFERER Jean-Noël (1978). *Les chemins de la persuasion : le mode d'influence des médias et de la publicité sur les comportements*. Paris, France : Gauthier-Villars.
- KOFFI Hamanys et SORO Oumar (2022). « Stratégie de lutte contre la cybercriminalité en Côte d'Ivoire ». *Revue Internationale du Chercheur*. 3 (2), p. 106-130.
- KOUACOU N'Goran Jacques (2015). *Le nouchi en Côte d'Ivoire : description d'une variété de français en pleine évolution*. Thèse unique de doctorat en Lettres modernes. Université Félix Houphouët Boigny, Abidjan.
- MABILLARD Vincent, ZUMOFEN Raphael et DUBOIS Philippe (2023). *La communication publique sur les médias sociaux : Défis, risques et perspectives*. Québec, Canada : Presses de l'Université du Québec.
- MABILLARD Vincent et ZUMOFEN Raphaël (2023). « La relation État-citoyen sur les médias sociaux. Tendances et profils-types des villes françaises ». *Politiques et management public*. 4 (4), p. 471-490.
- MABILLARD Vincent et ZUMOFEN Raphaël (2024). *Performance de la communication publique sur les réseaux sociaux : mesurer l'engagement et comprendre le rôle des influenceurs*. .Public ! Le blog de la recherche et de l'innovation en gestion publique. <https://igpdepublic.hypotheses.org/5802>. Consulté le 16 avril 2024.
- MACKEY David et LEVAN Kristine (2013). *Prévention du crime*. Burlington, Kindle Edition.
- MENDELSON Harold (1973). « Quelques raisons pour lesquelles les campagnes d'information peuvent réussir ». *Public Opinion Quarterly*. 37(1), p. 50–61.
- MILLER Gerald (2002). *Être persuadé : quelques distinctions fondamentales*. Le manuel de persuasion : développements théoriques et pratiques. Thousand Oaks, CA : Sage. p. 3-16. <https://doi.org/10.4135/9781412976046.n1>
- NCSC (2023). *Cyberstratégie nationale (CSN)*. Schwarztorstrasse. <file:///C:/Users/HP/Downloads/Nationale-Cyberstrategie-NCS-2023-04-13-FR.pdf>. Consulté le 6 mai 2024.

OYONO Etoa Georges (2024). « La politique de lutte contre la cybercriminalité au Cameroun : entre formalisme déclaratif et opérationnalisation poussive (2010-2020) ». *Les Cahiers du CEDIMES*. 19 (Hors-série n° 2024/HS2), p. 29-40.

PETTY Richard et CACIOPPO John. (1986). *Communication et persuasion : centrale et périphérique voies vers le changement d'attitude*. New York, NY : Springer-Verlag

PRATT Travis, CULLEN Francis, BLEVINS Kristie, DAIGLE Leah & MADENSEN Tamara (2006). *Le statut empirique de la théorie de la dissuasion : une méta-analyse*. New Brunswick, NJ : Éditeurs de transactions.

QUEMENER Myriam (2011). « Concilier la lutte contre la cybercriminalité et l'éthique de liberté ». Sécurité et stratégie. Éditions Club des Directeurs de Sécurité des Entreprises. 1 (5), p. 56-67

SACCO Vincent et SILVERMAN Robert (1981). « Prévention de la vente du crime : l'évaluation d'une campagne médiatique ». *Revue canadienne de criminologie*. 23 (1), p. 191-202.

SACCO Vincent et TROTMAN Marie. (1990). « Programmes d'information publique et violence familiale : leçons tirées de l'expérience de la prévention du crime dans les médias de masse ». *Revue canadienne de criminologie*. 32(1), p. 91-105.

SCHMID Kristina, RIVERS Suzane, LATIMER Amy et SALOVEY Peter. (2008). « Ciblage ou adaptation ? Maximiser les ressources pour créer des communications efficaces sur la santé ». *Mark Health Serv*, 28(1), p. 32-37.

STAR Shirley et HUGHES Helen (1950). « Rapport sur une campagne d'éducation : le plan de Cincinnati pour les Nations Unies ». *Revue américaine de sociologie*. 55(4), p. 389-400.

The alliance for malaria prevention (2020). *Les réseaux sociaux en tant qu'outil clé du changement social et de comportement dans le contexte de la transmission du COVID-19*

https://allianceformalaria-prevention.com/wp-content/uploads/2022/05/SBC_Social_Media_Covid-FR.pdf. Consulté le 8 mai 2024.

WYBO Jean-Luc, GOUTTAS Catherine, FREYSSINET Eric et LIONS Patrick (2015). « L'impact des réseaux sociaux dans la gestion des crises et le cybercrime ». *Sécurité et stratégie*. Éditions Club des directeurs de sécurité des entreprises. 1 (18), p. 37-43

ZEMOR Pierre (2008). *La communication publique*. Paris, PUF, coll. Que sais-je ?