

MEDIA AND  
INFORMATION  
LITERACY



ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION

# Rapport pays Côte d'Ivoire



ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION

# Rapport pays Côte d'Ivoire

Soutenu par le



Ministère fédéral de la  
Coopération économique  
et du Développement

---

## Imprint

### PUBLIÉ PAR

Deutsche Welle  
53110 Bonn  
Germany

### AUTEURS

Luise Krumm  
Dennis Reineck

### RESPONSABLES

Carsten von Nahmen  
Jan Lublinski

### EDITOR

Laura Moore

### DATE DE PUBLICATION

Mai 2020

© DW Akademie

«Éducation aux Médias et à L'information – Rapport pays Côte d'Ivoire» © Deutsche Welle, 2020. D'après : Dennis Reineck, Luise Krumm, «Media and Information Literacy Index – Country Report Côte d'Ivoire» (2020), publié par la Deutsche Welle. Traduction et édition : Sophie Serbini et Ali Farhat.

*Les auteurs tiennent à remercier les personnes suivantes pour leur soutien dans la préparation et la réalisation de l'étude et dans l'analyse des données : Georg Materna et Niels Brüggem du JFF - Institut für Medienpädagogik, Claudia Lampert, Sascha Hölig et Uwe Hasebrink de l'Institut Leibniz pour la recherche sur les médias (Hans-Bredow-Institut), Lea Nandzik (DW Akademie) et l'équipe de la société d'études de marché IMMAR.*

*Le papier utilisé pour cette publication provient de bois issu de forêts européennes gérées durablement. Aucun engrais ou pesticide n'a été utilisé.*

## Table des matières

Executive summary	7
<b>1. L'approche de l'index EMI</b>	<b>8</b>
<b>2. Accès</b>	<b>9</b>
Radio et télévision	9
Presse écrite	11
Smartphones et réseaux sociaux	11
<b>3. Analyse</b>	<b>14</b>
Connaissances des médias et des normes	14
Confiance dans les médias	15
<b>4. Réflexion</b>	<b>18</b>
Cyberharcèlement et discours de haine	18
Désinformation	20
<b>5. Création</b>	<b>22</b>
<b>6. Action</b>	<b>24</b>
S'engager en utilisant les médias	24
Utiliser l'EMI à son avantage	25
<b>7. Conclusions</b>	<b>26</b>
<b>8. Recommandations</b>	<b>28</b>
<b>Bibliographie</b>	<b>29</b>



## Résumé

Les jeunes Ivoiriens savent très bien utiliser les médias numériques. Ils sont créatifs lorsqu'il s'agit de s'en servir, et beaucoup ont développé des stratégies pour faire face aux mauvaises pratiques des médias comme le cyberharcèlement ou les discours de haine. Ce sont là deux conclusions significatives et indicatives de la présente étude nationale de l'index EMI. Compte tenu des défis posés par le taux élevé d'analphabétisme et le paysage médiatique national fortement politisé en Côte d'Ivoire, ces conclusions semblent de bon augure. Les résultats de l'étude sont tirés de huit groupes de discussion menés début 2019 à Abidjan et à Bouaké, ainsi que d'entretiens avec huit experts locaux. Ils confirment que les jeunes sont très bons dans l'utilisation et la création de contenus sur les réseaux sociaux, mais qu'ils ont un besoin urgent d'acquies de meilleures compétences en matière d'esprit critique, d'analyse et de réflexion.

Cette étude de l'index EMI vise à obtenir une image concise des compétences liées aux médias et à l'information chez les jeunes de moins de 35 ans en Côte d'Ivoire. Elle aborde cinq dimensions de la maîtrise des médias et de l'information selon le modèle de l'EMI utilisé par la DW Akademie : l'accès, l'analyse, la réflexion, la création et l'action.

Concernant l'**accès**, les groupes de discussion menés pour cette étude révèlent que les jeunes Ivoiriens urbains et semi-urbains utilisent des médias différents à des fins telles que la consommation d'informations, la communication, le divertissement, l'éducation ou l'information commerciale. Les médias numériques, en particulier les réseaux sociaux et les messageries instantanées, sont les plus utilisés et les plus populaires parmi ce groupe d'âge et sont généralement préférés aux médias traditionnels. Néanmoins, la radio et la télévision sont toujours appréciées pour leur apport auditif et visuel – des caractéristiques importantes, compte tenu du taux élevé d'analphabétisme (environ 40,4 %) présent en Côte d'Ivoire (ISU, 2018). Un fossé entre les régions plus urbaines et plus rurales est visible dans le cas des programmes radio, qui sont plus populaires dans les milieux ruraux. Les groupes de discussion suggèrent que cela est dû au fait que les stations de radio locales sont souvent les seuls médias qui fournissent des informations pertinentes sur les régions plus éloignées. La plupart des autres médias ont tendance à se concentrer uniquement sur les nouvelles de la capitale économique, Abidjan. Quant aux médias imprimés, ils sont largement considérés comme trop coûteux et dépassés par les jeunes Ivoiriens.

Les résultats de l'**analyse** indiquent que la plupart des participants aux groupes de discussion possèdent une bonne connaissance du numérique et des médias, alors que dans le même temps, beaucoup d'entre eux ne sont pas conscients de leurs droits à la liberté d'expression et à l'accès à l'information. Il est frappant de constater que les jeunes considèrent

généralement que le contenu fourni par les médias traditionnels est plus fiable, mais qu'ils consomment surtout le contenu des réseaux sociaux. Cette définition, souvent très vague, de la qualité des médias a montré que les compétences analytiques des jeunes peuvent encore être améliorées. Dans l'ensemble, les citoyens semblent mettre un peu plus en doute la fiabilité des contenus trouvés dans les médias que les jeunes des régions plus rurales.

Les résultats de la dimension de **réflexion** confirment que les jeunes Ivoiriens sont constamment exposés à des formes malveillantes de communication et à des mauvaises pratiques des médias telles que le cyberharcèlement, les discours de haine, le harcèlement sexuel et la désinformation. La plupart des jeunes font preuve de bonnes capacités lorsqu'il s'agit de reconnaître les problèmes liés aux médias et d'utiliser des stratégies de prévention ou d'adaptation pour y faire face. Les exceptions sont la désinformation à des fins politiques et les reportages biaisés qui sont considérés comme normaux dans le contexte ivoirien. En raison de cette tendance à la normalisation, seuls quelques jeunes réfléchissent de manière critique à ces mauvaises pratiques. La réflexion à un niveau plus profond, par exemple sur l'impact des messages médiatiques ou les motivations des organes d'information, fait défaut chez les jeunes.

Les participants des groupes de discussion ont montré de très bonnes compétences en ce qui concerne la **création**. Prendre des photos, les publier sur les réseaux sociaux, mettre en place des groupes de messagerie instantanée et partager des formations avec leurs pairs sont des activités que les participants de tous les groupes pratiquent fréquemment. Les experts interrogés dans le cadre de cette étude voient ces fortes compétences de création d'un œil plutôt critique, car ils pensent que de nombreux jeunes ne possèdent pas des compétences d'analyse et de réflexion suffisamment développées pour les accompagner. Les compétences de création avancées, telles que la mise en place d'un site web ou le montage de vidéos, sont rarement rencontrées chez les participants.

Les résultats de la dimension **action** montrent que la plupart des jeunes Ivoiriens sont très motivés et conscients des possibilités de mettre en pratique leurs compétences EMI pour leur propre bénéfice et celui de leur communauté. De nombreux exemples sur la façon dont les jeunes Ivoiriens utilisent leurs compétences à leur propre avantage ont été rapportés dans les groupes de discussion. Cependant, la réalité est différente lorsqu'il s'agit d'utiliser activement leurs compétences pour leur communauté. Bien que la plupart d'entre eux fassent preuve d'un grand enthousiasme pour les causes sociales et les sujets tels que la santé, l'éducation, le changement climatique et la migration, seuls quelques-uns mettent en pratique leurs idées dans ces domaines.

## 1. L'approche de l'index EMI

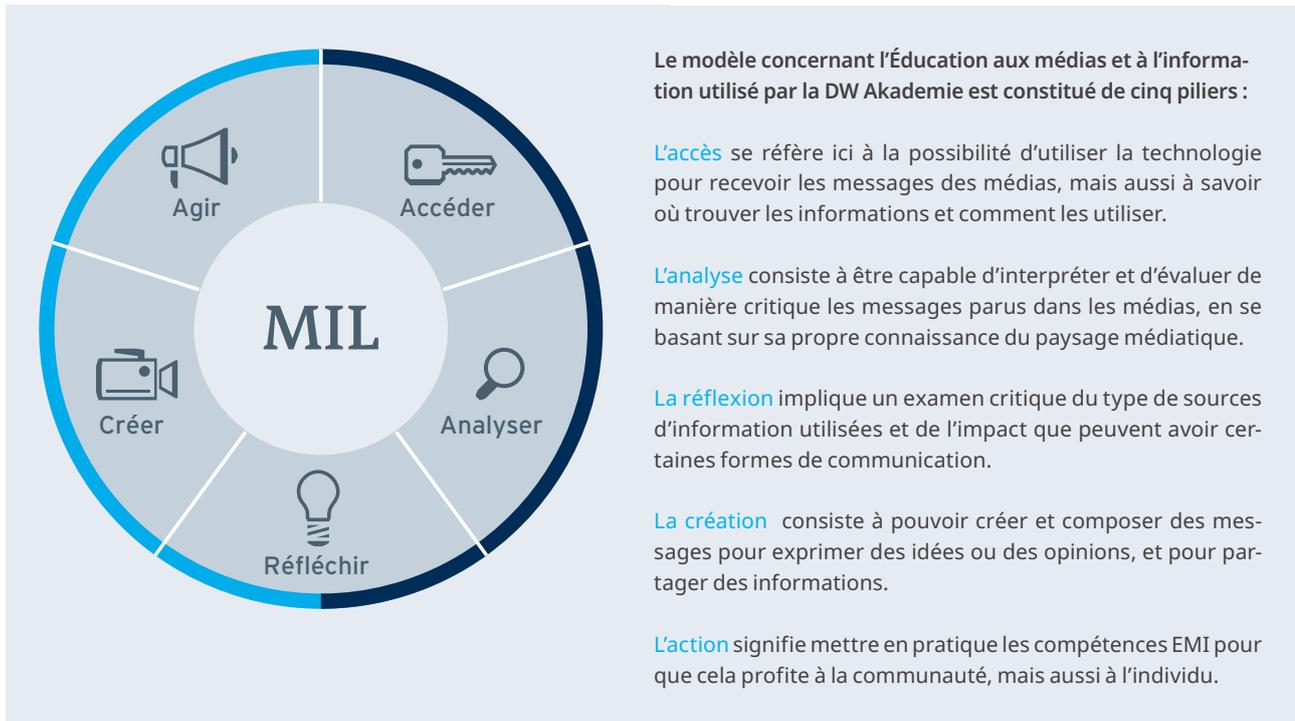


Image 1 Modèle de la DW Akademie pour l'Éducation aux médias et à l'information

La maîtrise des médias et de l'information permet aux gens de comprendre et d'utiliser les médias pour mettre en pratique leur droit à la liberté d'expression et d'accès à l'information. Dans son modèle de l'EMI, qui est basé sur le concept de l'EMI développé par l'UNESCO (2013), la DW Akademie regroupe les compétences relevant de l'EMI en cinq dimensions clés : accès, analyse, réflexion, création et action.

L'objectif de l'étude de l'index EMI, basée sur des données collectées entre novembre 2018 et avril 2019 au Burkina Faso, en Côte d'Ivoire, au Ghana, au Kenya, en Namibie et en Ouganda, est de déterminer les niveaux de maîtrise des médias et de l'information parmi les citoyens âgés de 15 à 19 ans et de 20 à 35 ans dans ces six pays africains.

Contrairement aux pays dans lesquels des études représentatives ont pu être menées (Burkina Faso, Ghana, Kenya), la méthodologie utilisée pour ce rapport national sur la Côte d'Ivoire était purement qualitative, reposant sur des entretiens avec des experts et des groupes de discussion. Huit groupes de discussion composés de 64 adolescents et de jeunes adultes ont été organisés à Abidjan et à Bouaké. Les participants ont été différenciés par âge (groupes d'âge de 15 à 19 ans et de 20 à 35 ans, en milieux urbain et semi-urbain). Les participants ont répondu à des questions tirées des cinq compétences clés du modèle de l'EMI : accès, analyse, réflexion, création et ac-

tion. Après chaque discussion de groupe, une brève enquête sur toutes les dimensions de l'EMI a été réalisée auprès des jeunes participants. Les groupes de discussion ont été menés à Abidjan, qui compte à peu près 4,4 millions d'habitants, et à Bouaké, la deuxième ville du pays avec 536 000 habitants environ. Les résultats de cette étude ne reflètent donc pas les différences entre les zones rurales et urbaines en ce qui concerne les compétences en matière d'EMI dans le groupe d'âge des jeunes. Cependant, les jeunes de Bouaké ont été recrutés dans les périmètres semi-urbains de la ville. Ainsi, on peut identifier des différences entre le milieu métropolitain d'Abidjan et le milieu essentiellement semi-urbain des participants de Bouaké. Les participants étaient plus instruits que la population totale moyenne, un tiers environ ayant suivi ou suivent encore une formation dans l'enseignement supérieur.

Les conclusions des groupes de discussion sont complétées par huit entretiens approfondis avec des experts locaux, dont deux informateurs clés pour chacun des domaines d'expertise suivants : médias, jeunesse, éducation et EMI.

## 2. Accès

Le terme **accès** se réfère ici à la possibilité d'utiliser la technologie pour recevoir les messages des médias, mais aussi à savoir où trouver les informations et comment les utiliser.



L'accès à l'information est la condition préalable pour comprendre les contextes locaux et nationaux, la participation politique et prendre des décisions informées de manière consciente dans la vie quotidienne. Les médias en ligne ainsi que les médias traditionnels jouent un rôle majeur dans le fait d'accéder à des sources d'information pertinentes et sont donc importants pour tous les citoyens. Concrètement, dans le cadre de l'EMI, l'accès comprend : les capacités à trouver, exploiter et utiliser les informations. Cela inclut le savoir-faire technique en matière de gestion du matériel et des logiciels, mais aussi où chercher différents types de contenu dans les médias.

Interrogé pour ce rapport, l'expert des médias et journaliste Anderson Diedri attire l'attention sur le fait que l'accès à l'information et aux médias facilite le lien entre les individus et la communauté qui les entoure : « L'accès à l'information est très important [pour les Ivoiriens], car les médias nous permettent d'être connectés. Pour ne pas vivre isolés, il est nécessaire d'être informé. Cela permet d'être connecté à la société. »

De manière générale, la liberté d'expression et l'accès à l'information sont toujours à géométrie variable en Côte d'Ivoire. La situation s'est améliorée depuis la guerre civile qui a frappé le pays au début des années 2000 et la crise politique de 2010-2011. A l'index de la Liberté de Presse calculé par Reporters sans Frontières, le pays est passé du 82ème au 71ème rang. Cependant, de nombreuses violations au niveau des médias existent toujours. Des journalistes ont été attaqués par la police à de nombreuses reprises, tandis qu'insulter le président de la République est toujours considéré comme un crime (Reporters sans Frontières 2019, Freedom House 2017). L'accès à une couverture médiatique objective est difficile, car la plupart des Ivoiriens sont très engagés politiquement et montrent clairement leur affiliation politique dans la manière qu'ils ont de présenter l'information, notamment à travers leurs interlocuteurs. Seuls quelques médias sont politiquement neutres, mais ces derniers sont surtout centrés sur le divertissement ou la musique. « Après le système multipartite des années 90, nous n'avions plus qu'un seul média d'État », explique Anderson Diedri. « Ensuite, le premier journal a été créé par l'opposition. Les premiers médias créés ici l'ont été par des bords politiques. Cela a encore une influence aujourd'hui. » L'experte Nesmon De Laure, journaliste et éditrice pour le forum en ligne Observatoire libre de Côte d'Ivoire (OLCI),

va plus loin et remarque que plusieurs médias nationaux sont financés par des politiciens. « Ce sont eux qui ont l'argent, ceux sont eux qui financent les médias », assure-t-elle.

Les moins de 25 ans représentent plus de 60% de la population ivoirienne (UIS 2018). Ces jeunes personnes sont très au fait de la révolution numérique, notamment en comparaison des autres pays de la sous-région. Selon l'expert de l'éducation Antoine Mian, de l'Université en ligne de Côte d'Ivoire, les statistiques données par le ministère de l'Economie numérique et de la Poste indiquent que 68% des Ivoiriens ont accès à Internet, 12% sont actifs sur Facebook et environ 2% utilisent Twitter. Des groupes de discussion confirment que les applications comme Facebook, WhatsApp, Instagram et Twitter sont très populaires chez les jeunes Ivoiriens et sont très utilisés en milieu urbain et périurbain.

Si les réseaux sociaux sont aussi populaires dans les zones rurales, l'accès en ligne est, selon plusieurs interviews de spécialistes, compliqué par différents obstacles comme le manque d'infrastructures numériques (par ex. une bande passante faible ou une absence de couverture internet), le prix relativement élevé d'un abonnement mobile avec de la data ou encore l'accès à l'électricité. Antoine Mian évoque aussi l'analphabétisme comme barrière à l'accès aux médias. Des données provenant de l'Institut de statistique de l'UNESCO confirment cette affirmation : parmi les 5,2 millions de jeunes Ivoiriens (15-24 ans), 2,1 millions sont considérés comme illettrés (UIS, 2018).

### Radio et télévision

Traditionnellement, la radio est un média très important en Côte d'Ivoire. Le pays compte environ 300 radios nationales, régionales et communautaires (CAIDP). Selon une étude menée en 2018, plus de 90% de la population écoute quotidiennement des programmes radio.

Pour les jeunes d'Abidjan et Bouaké qui ont pris part aux groupes de discussion de cette étude, la radio est d'une certaine manière moins importante. Ces jeunes voient les avantages de la gratuité (ou quasi-gratuité), de la facilité d'écoute dans des lieux reculés ou non-connectés aux nouvelles technologies, et de la

Homme, 20-35 ans, Abidjan

« La radio est un média d'une autre époque. Notre génération est habituée aux images.



Femme, 15-19 ans, Bouaké

« J'utilise surtout notre télévision à la maison pour regarder des films. En ce qui concerne d'autres type de vidéos et les informations, j'utilise mon smart-phones.



transmission orale – un facteur crucial dans un pays avec un fort taux d'illettrisme. Cependant, la plupart d'entre eux préfèrent à la radio un média plus visuel comme la télévision, ou encore les médias en ligne. « La radio ne diffuse pas d'images et du coup, cela ne m'attire pas », explique une jeune fille d'Abidjan (15-19 ans).

Plusieurs participants perçoivent la radio comme une technologie datée et estiment que les programmes diffusés à la radio sont trop conservateurs et démodés pour eux – surtout en comparaison du contenu en ligne. « Nous pensons que la radio est un média traditionnel. Les jeunes utilisent de nouvelles choses comme le smartphone ou la télé », explique un jeune homme (20-35 ans) de la région de Bouaké. Un autre aspect est que les jeunes estiment que le temps que l'information arrive à la radio est trop lent. Il leur manque l'accès à la demande qui est possible en ligne. « A la radio, nous devons attendre qu'ils parlent de l'info. Avec un smartphone, il suffit de taper ce que l'on veut et on obtient l'information immédiatement », explique un autre participant d'Abidjan (20-35 ans).

Concernant la popularité de la radio, il n'y pas de différence majeure de perception entre les jeunes d'Abidjan et ceux de Bouaké, sauf au regard des informations locales. Dans ce domaine, certains jeunes de Bouaké préfèrent la radio. « La radio permet d'être à jour en ce qui concerne les informations politiques régionales », explique un participant de la région (15-19 ans). Une caractéristique commune aux deux groupes est que s'ils consomment du contenu radiophonique, ils y accèdent via leur téléphone, et très rarement par le biais d'un appareil radio classique.

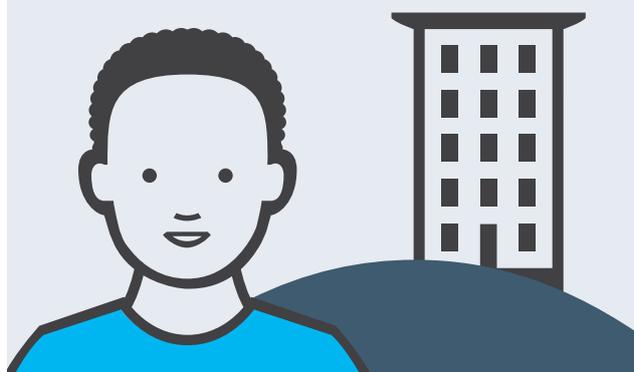
Pour la télévision, les appareils sont plutôt répandus chez les participants du focus group (85,9% possèdent une télévision). Les jeunes de Bouaké apprécient le fait que la télévision n'est pas autant affectée par des problèmes techniques comme les batteries de mauvaise qualité ou l'absence de connexion à Internet. Des problèmes qu'ils rencontrent souvent.

« Avec les smartphones, vous pouvez avoir des problèmes de connexion, de batterie, etc. Du moment que vous avez l'électricité, une télévision peut, elle, être raccordée », explique une jeune femme de la région (20-35 ans). Un autre aspect qui explique la popularité de la télévision chez les jeunes : son attrait visuel. Cet accent mis sur le visuel facilite non seulement la consommation pour les gens qui ne sont pas très lettrés, voir illettrés, mais confère aussi au média une certaine confiance. Les événements en direct et les reportages sur place sont un signe de confiance pour beaucoup de participants (voir chapitre sur l'analyse) et c'est pourquoi plusieurs participants de la région de Bouaké préfèrent s'informer via la télévision.

Les jeunes d'Abidjan préfèrent clairement les médias numériques à la télévision. Pour eux, la mobilité qu'offre les smartphones est cruciale. « Tout ce que vous pouvez voir à la télévision, vous pouvez y avoir accès sur votre smartphone », remarque une jeune femme d'Abidjan (15-19 ans). Les jeunes urbains considèrent souvent la télévision comme pas vraiment à jour. S'ils la regardent, ils le font surtout en ligne grâce à leur propre appareil, ou bien à ceux des cyber cafés.

Homme 15-19 ans, Abidjan

« La majorité des informations écrites dans le journal sont déjà sur Facebook.



Que ce soit dans les aires urbaines ou périurbaines, la télévision est surtout utilisée pour s'informer et se divertir. Le groupe le plus jeune, celui des 15-19 ans, est plus intéressé par les formats de divertissement. « En regardant la télévision on peut s'amuser, par exemple avec les dessins animés », déclare un adolescent d'Abidjan (15-19 ans). Les personnes un peu plus âgées regardent plutôt les informations. « Je regarde France 24 car ils diffusent des informations bien recherchées », explique une jeune femme de Bouaké (20-35 ans).

### Presse écrite

Les journaux, les magazines, et par extension les livres, ne sont pas populaires auprès de la jeunesse d'Abidjan et de Bouaké, et ce pour plusieurs raisons.

Premièrement, les journaux sont perçus comme datés et plutôt pour les anciennes générations. « C'est parce que nous sommes jeunes que nous trouvons que l'ordinateur et les smartphones sont plus importants que des médias comme les journaux. Les gens qui sont plus vieux aiment lire le journal. Je pense que c'est une question de génération », explique un jeune homme de Bouaké (20-35 ans).

Deuxièmement, les jeunes d'Abidjan et de Bouaké ont l'impression que les journaux et les magazines n'offrent rien de plus que ce qu'ils trouvent déjà en ligne sur les sites Internet de médias d'information ou sur les canaux des réseaux sociaux. Plusieurs participants, dans les deux zones, perçoivent le contenu des journaux comme redondant et trop coûteux. « Tout ce qu'on

trouve dans un magazine est sur Internet, donc nous ne voyons pas l'intérêt », estime un participant d'Abidjan (15-19 ans). Plus généralement, les jeunes des deux régions préfèrent accéder aux informations en ligne.

Troisièmement, le taux d'illettrisme très élevé chez les jeunes Ivoiriens est un autre obstacle à l'accès généralisé des produits imprimés. Une participante qui ne sait pas bien lire décrit ses difficultés à accéder au contenu des journaux et l'effet marginalisant. « Je suis en bas de l'échelle sociale. Comme je ne sais pas lire, quand je prends un journal, je ne vois pas ce qu'ils ont écrit. Je préfère accéder aux informations en écoutant ou regardant. Comme ça, je sais au moins de quoi ils parlent », confesse cette participante d'Abidjan (20-35 ans). Plusieurs participants aux groupes de discussion font preuve de conscience sociale et critiquent le manque d'accessibilité des contenus imprimés pour les analphabètes fonctionnels.

En revanche, les livres sont tenus en plus grande estime que les journaux ou les magazines puisqu'ils servent un but éducatif et sont liés aux écoles et aux universités. Cependant, beaucoup de jeunes préfèrent y accéder en ligne, en raison du coût prohibitif des versions physiques.

### Smartphones et réseaux sociaux

La baisse des prix et la lente amélioration des infrastructures numériques ont permis une augmentation de l'accès et de l'utilisation des médias en ligne par les jeunes Ivoiriens. Posséder un téléphone est devenu tellement commun en Côte d'Ivoire que les experts interrogés ne se souviennent quasiment pas de cas où les jeunes n'avaient pas accès à un téléphone. De plus, la possession de smartphone est en progression en raison de la baisse du prix d'achat. « Aujourd'hui, il est commun de voir un enfant de dix ans avec un smartphone », explique Yannick Djanhou, journaliste et spécialiste de la jeunesse.

Selon l'étude Afrobaromètre, environ 90% des Ivoiriens possédaient un téléphone portable en 2017, et 36% avaient accès à Internet via leur mobile (Afrobaromètre, 2017). Au sein des groupes de discussion, une nette majorité de jeunes possède un smartphone ou au moins y a accès grâce à un membre de la famille ou des amis.

Les participants d'Abidjan et de Bouaké considèrent le smartphone comme le support le plus important dans leur vie quotidienne. Lorsqu'on leur demande d'évoquer les raisons, ils citent la mobilité et la versatilité. « Nous pouvons prendre notre smartphone avec nous partout où nous allons », explique un jeune participant de Bouaké (15-19 ans) lorsqu'on lui demande de justifier sa préférence. Selon un autre participant résidant d'Abidjan (20-35 ans), la versatilité de l'appareil est la caractéristique la plus importante. « Un smartphone peut inclure plusieurs médias différents comme la radio ou la télévision », explique-t-il. De plus, le prix abordable

Homme 20-35 ans- Bouaké

« Un smartphone inclut tout : livres, télé et réseaux sociaux. Avec un smartphone vous pouvez accéder à tous ces médias en même temps.



d'un smartphone en comparaison de celui d'un ordinateur ou d'une tablette est vu comme un avantage. Pour les jeunes participants venant de milieux urbains ou périurbains, le smartphone a aussi un rôle symbolique puisqu'il est vu comme « à la mode » et leur permet d'être « au fait de la technologie de leur génération ».

« Être connectée à tout moment » à ses pairs et « s'amuser », telle est la description qu'a donnée une jeune femme de Bouaké lorsqu'on lui a demandé quelle fonction le smartphone avait pour elle (15-19 ans)

Sa réponse est représentative de la jeunesse des groupes de discussion, une jeunesse qui utilise son smartphone surtout pour se divertir et communiquer en jouant à des jeux en ligne, en écoutant de la musique, en postant ou suivant des gens sur les réseaux sociaux, en discutant avec ses pairs et enfin en écrivant des messages ou en appelant ses amis et sa famille.

Les applications les plus populaires mentionnées par les participants des groupes de discussion sont des applications de messagerie telles que WhatsApp, Facebook Messenger et Imo, des réseaux sociaux comme Facebook et YouTube, le moteur de recherche Google, et des jeux. « Je pense que pour nous les jeunes, les trois applications que sont WhatsApp, Facebook et Google représentent notre quotidien. Personne ne peut passer une journée sans ces applications », résume un jeune homme de Bouaké (20-35 ans). Les messageries instantanées comme WhatsApp, Viber, Snapchat, Imo ou Telegram sont très présentes dans la vie des jeunes d'Abidjan et de Bouaké. Elles sont utilisées pour communiquer, partager des images, mettre à jour ses statuts et prendre part à des groupes sociaux ou d'étude.

Femme 20-35 ans, Bouaké

« Sur WhatsApp, les gens qui sont illettrés peuvent aussi faire des messages vocaux s'ils ne savent pas écrire. C'est important.



« WhatsApp offre la possibilité de faire partie de groupes dans lesquels on apprend beaucoup de choses. Nous avons des groupes d'anglais et d'informatique sur WhatsApp », explique une jeune femme de Bouaké (20-35 ans). La tendance générale chez les participants est que les applications de messagerie instantanée remplacent les méthodes de communication plus traditionnelles comme les appels ou les sms.

Les groupes de discussion révèlent qu'après WhatsApp, Facebook est le réseau social le plus important auprès des participants. Suivent ensuite YouTube, Instagram et Snapchat. Twitter et LinkedIn ne sont mentionnés qu'occasionnellement. Les principales fonctions de Facebook, telles qu'elles sont décrites par les jeunes, sont de maintenir le contact avec la famille et les amis, d'atteindre la communauté internationale, de se divertir et de s'informer sur les événements actuels.

Les moteurs de recherche et les encyclopédies en ligne tels que Google ou Wikipédia, mais aussi les plateformes éducatives spécifiques, sont souvent utilisés par les jeunes Ivoiriens pour trouver des informations sur les thématiques qui les intéressent, pour faire des recherches pour l'école ou l'université, ou encore pour rechercher du travail. YouTube est vu comme très utile pour régler des problèmes, notamment grâce aux tutoriels, qui sont très populaires, mais aussi comme une application pour se divertir, notamment en regardant en ligne des films et séries. « Google me permet de trouver beaucoup d'informations, je travaille avec sur de nombreux projets », explique un participant d'Abidjan (20-35 ans).

D'autres applications utilisées par les jeunes dans les zones urbaines et périurbaines se focalisent sur des domaines d'intérêt

Homme, 15-19 ans, Bouaké

« Je regarde souvent YouTube pour m'informer. Quand j'ai des problèmes, je cherche des conseils sur comment les résoudre sur YouTube.



Femme, 15-19 ans, Abidjan

« Tout ce qu'on lit dans les magazines peut être trouvé en ligne. Les magazines sont inutiles.



et de divertissement spécifiques. Cela va des applications pour écouter de la musique ou regarder des films (par ex. YouTube), à celles pour jouer en ligne (par ex. Google Play Store), en passant par celles qui prodiguent des informations religieuses. Les applications de jeux sont très populaires chez les 15-19 ans, que ce soit en ville dans les zones rurales. « Je télécharge des jeux via Google et ensuite j'y joue sur mon téléphone », explique un habitant de Bouaké (15-19 ans).

Les tablettes et les ordinateurs portables sont considérés comme moins importants que les smartphones par les jeunes. Cependant, les raisons pour lesquelles les participants les utilisent sont les mêmes : la versatilité et la mobilité. En comparaison des smartphones, les tablettes sont jugées comme plus pratiques pour jouer, faire des recherches et utiliser les réseaux sociaux. En termes de mobilité, ils sont en revanche vus comme moins pratiques, et ce en raison de leur taille. Les ordinateurs portables ont la faveur des jeunes qui poursuivent des études à l'école ou à l'université. Ils les utilisent pour travailler sur des programmes complexes ou écrire des devoirs. Le prix d'achat élevé des tablettes et des ordinateurs portables constitue toujours une barrière financière importante pour la plupart des participants. Des ordinateurs de bureau sont, eux, occasionnellement disponibles dans la sphère publique (écoles, bibliothèques, etc.), mais ils sont beaucoup moins populaires car ils ne possèdent pas la caractéristique importante de la mobilité.

En ce qui concerne les informations, les réseaux sociaux comme Facebook, WhatsApp ou Youtube sont appréciés pour leur flot rapide d'information et de communication. « Il existe une communauté de jeunes qui est connectée en ligne grâce au smart-

phone. De fait, nous pouvons obtenir des infos rapidement », explique un jeune homme d'Abidjan (20-35 ans). De plus, en comparaison avec les médias traditionnels, les médias numériques couvrent fréquemment des sujets qui concernent et intéressent les jeunes Ivoiriens. « Nous, les jeunes, nous aimons beaucoup les smartphones et nous utilisons des applications comme Facebook ou WhatsApp pour obtenir des informations sur des sujets qui concernent les jeunes », explique un homme de Bouaké (20-35 ans). Google est cité par le groupe des 15-19 ans comme une importante source d'information. En revanche, pour ce qui relève des sujets sensibles comme les protestations ou la sécurité intérieure, les réseaux sociaux restent le média préféré des membres des groupes de discussion.

Qu'ils consomment leurs informations via la radio, la télévision, les médias en ligne ou les réseaux sociaux, l'appareil qu'ils préfèrent est le smartphone.

En conclusion, les participants des zones urbaines et périurbaines ont choisi le smartphone comme leur appareil de prédilection. Ils l'utilisent surtout pour interagir socialement ; les participants les plus vieux, eux, l'utilisent aussi comme source d'informations. Les messageries instantanées comme WhatsApp sont les applications les plus utilisées par les participants. Traditionnellement très importante, la radio perd en popularité, non seulement en comparaison des médias en ligne, mais aussi de la télévision. Celle-ci est plus populaire dans les zones périurbaines que dans la région d'Abidjan, le taux élevé d'illettrisme étant l'une des raisons pour lesquelles ce média visuel est plus populaire que les médias écrits.

### 3. Analyse

L'analyse consiste à être capable d'interpréter et d'évaluer de manière critique les messages parus dans les médias, en se basant sur sa propre connaissance du paysage médiatique.



La capacité d'analyse est un prérequis pour être capable d'interroger et de contextualiser le contenu diffusé par les médias. Cela inclut non seulement d'avoir des connaissances sur celui qui délivre le message, mais aussi d'avoir conscience de ses possibles motivations ou agendas. L'analyse, c'est à la fois connaître le paysage médiatique, avoir un esprit critique et posséder des capacités analytiques.

Francis Akindès, sociologue et directeur des programmes de l'UNESCO à l'Université Alassane Ouattara de Bouaké, souligne qu'il est nécessaire d'expliquer aux jeunes Ivoiriens qu'un message « est toujours produit pour atteindre un objectif ». Il estime que les jeunes ne sont pas toujours au courant des motivations cachées des médias politisés et pense qu'ils « doivent apprendre qu'il n'y a pas de message neutre ». Souleymane Oulaï, directeur de Studio Mozaik, une organisation ivoirienne dédiée à la formation des journalistes, partage l'avis de Francis Akindès. Il remarque que les capacités analytiques sont vitales pour les jeunes Ivoiriens, afin qu'ils puissent former leur propre opinion et « distinguer les informations de qualité de celles qui sont fausses ». Tous les spécialistes interrogés estiment que l'analyse est l'une des dimensions de l'EMI qui est la moins développée chez les jeunes Ivoiriens, alors qu'elle est extrêmement importante dans un univers où le contenu politisé et où les mauvaises pratiques journalistiques sont monnaie courante.

#### Connaissances des médias et des normes

La connaissance des médias comprend la capacité à comprendre comment fonctionne un média et comment ce dernier doit assumer une certaine fonction, dans le but de soutenir la liberté d'expression et de fournir un accès à l'information au sein de la société.

Dans le cadre de l'index EMI, la connaissance des médias a été testée en utilisant un QCM (questionnaire à choix multiples) se focalisant sur les réseaux sociaux, le journalisme et la liberté d'expression. En se basant sur les résultats obtenus par les participants aux groupes de discussion, les jeunes n'ont pas de grandes lacunes en ce qui concerne le savoir de base sur les médias et le monde numérique. La majorité d'entre eux a réussi à définir Facebook comme un réseaux social en ligne (67,2%) et les journalistes comme des personnes qui recherchent, produisent

et fournissent des informations nouvelles (71,9%). Un peu moins de participants étaient au courant du droit universel à la liberté d'expression, garanti par la constitution ivoirienne (60,9%). Un taux bien moins élevé que dans d'autres pays africains.

Pour les jeunes habitants d'Abidjan et de Bouaké, le smartphone est l'appareil le plus populaire et les groupes de discussion ont révélé que la plupart des participants possèdent des connaissances pratiques avancées en matière d'applications mobiles. Ils savent quelles applications sont disponibles pour quel usage, comment accéder aux app stores ainsi que chercher les applications dont ils ont besoin. « Il existe une application appelée BOUNE PLAY. Grâce à elle, on peut écouter de la musique », explique un jeune homme de Bouaké (15-19 ans). Une participante d'Abidjan (15-19 ans) raconte, elle, qu'elle utilise YouTube pour les « conseils beauté ». Cependant, les connaissances des jeunes concernant les médias restent superficielles. Les groupes de discussion indiquent que la plupart des participants n'analysent pas les motivations et le processus de création des applications qu'ils utilisent ou la manière dont est distribué le contenu qu'ils consomment en ligne.

Plus de participants montrent un esprit critique lorsque cela concerne les médias traditionnels. Le groupe de jeunes le plus âgé, celui des 20-35 ans, a déjà remarqué qu'il y avait des reportages biaisés de la part des journaux et des chaînes de télévision qui sont affiliés à des partis politiques. « J'ai l'impression que les gens qui possèdent du pouvoir utilisent la télévision en fonction du parti ou du régime auxquels ils appartiennent », explique un participant de Bouaké (20-35 ans). Pour une autre participante d'Abidjan (20-35 ans), les canaux publics de diffusion sont « focalisés sur le fait de défendre les intérêts du gouvernement ». « Ils fournissent des informations du gouvernement qui sont souvent non-neutres et diluées », ajoute-t-elle.

Les spécialistes interrogés confirment qu'une certaine polarisation politique des informations présentées dans les médias nationaux, surtout traditionnels, arrive fréquemment. Un fait bien connu de nombreux Ivoiriens. Cependant, plusieurs spécialistes estiment qu'avoir conscience que les reportages diffusés sur les chaînes nationales sont biaisés ne diminue pas le besoin pour les jeunes d'avoir un esprit critique fort et indépendant en ce qui concerne le contenu proposé par les médias. « Ils savent quel média appartient à quel parti, mais il leur manque

Homme, 20-35 ans, Abidjan

« Je peux dire que 20% des médias prennent en compte les intérêts des jeunes et que 80% ne le font pas.



des capacités analytiques de base », résume Yannick Djanhoun, spécialiste de la jeunesse.

De manière générale, les groupes de discussion révèlent que la majorité des jeunes ne se sent pas bien représentée dans les médias. Les jeunes manquent d'opportunité pour s'impliquer dans les médias, et estiment que les sujets qui les intéressent ne sont que très rarement traités par les médias. « Ce qui nous intéresse n'est pas présent dans les médias traditionnels », assure une jeune femme d'Abidjan (20-35 ans).

### Confiance dans les médias

Bien que la majorité des participants des groupes de discussion d'Abidjan et de Bouaké déclare que le smartphone et les médias numériques sont plus importants pour eux, ce sont les médias traditionnels comme la télévision ou la radio en qui ils font le plus confiance en matière d'information. Les raisons de cette confiance varient. Le critère le plus important inclut les liens avec les populations locales pour les radios communautaires, le côté visuel pour les programmes télévisuels. Ce dernier point est perçu comme « une preuve », selon un habitant de Bouaké (15-19 ans). Les participants ont aussi plus confiance dans le travail des professionnels du secteur des médias traditionnels, notamment en comparaison des

« utilisateurs inconnus des réseaux sociaux », selon une jeune fille d'Abidjan (15-19 ans).

Malgré ce vote de confiance pour les médias traditionnels, la plupart des participants des groupes de discussion préfèrent

Homme, 15-19 ans, Bouaké

« Si vous donnez une information à une radio locale, vous devez apporter une preuve qu'ils peuvent vérifier.



utiliser les médias en ligne. De leur point de vue, les médias numériques offrent des avantages uniques, tels qu'un accès très rapide aux informations, de nombreuses possibilités d'engagement et une chance moindre d'être soumis à la censure. Ces avantages l'emportent sur le risque de recevoir des informations peu fiables de leur part.

Pour les jeunes habitants de la région de Bouaké, les médias locaux, notamment la radio, sont souvent plus dignes de confiance que les médias régionaux, nationaux ou internationaux, car ils proposent du contenu local intéressant, alors que les autres se concentrent surtout sur les informations de la capitale économique. Un autre aspect important en ce qui concerne la confiance accordée aux radios locales est la proximité des journalistes et leur capacité à vérifier les informations qu'ils diffusent. « Radio Bouaké est digne de confiance. La dernière fois, ils ont parlé de la grève des professeurs. Comme c'était dans mon quartier, je suis allé vérifier », raconte un participant de la région (15-19 ans). Au-delà de cette donnée, les stations de radio locales jouissent d'une bonne réputation auprès des participants car elles sont dirigées par des journalistes professionnels qui savent faire des recherches et connaissent le processus de vérification. « Quand vous allez à la radio pour donner une information, ils vous demandent une preuve avant de diffuser l'info à la population de Bouaké », explique une jeune participante (15-19 ans).

Bien que la radio soit considérée comme plus digne de confiance, elle est moins populaire chez les jeunes d'Abidjan qui préfèrent le contenu proposé par les chaînes de télévision ou les médias en ligne. Cela pourrait peut-être s'expliquer par

Femme, 20-35 ans, Bouaké

« Pour ceux d'entre nous qui vivent à Bouaké, nous pouvons vérifier nous-mêmes si les informations fournies par la radio locale sont vraies ou fausses.



le fait que ces médias couvrent plus la capitale économique que les zones périurbaines ou rurales.

Du point de vue des jeunes vivant à Abidjan et à Bouaké, la télévision est généralement une source d'information fiable car elle fournit un apport visuel et propose des reportages en direct. « La plupart des journalistes vont sur le terrain pour enregistrer des vidéos et les diffuser. Cela garantit une information fiable », assure un jeune homme de Bouaké (15-19 ans) tandis qu'une jeune femme d'Abidjan (15-19 ans) estime, elle, que « la télévision est la source d'information la plus fiable [...]. Ils font des reportages sur place et enregistrent en direct ». Pourtant, lorsqu'il s'agit de déterminer la fiabilité des chaînes nationales ivoiriennes de télévision et des chaînes de télévision internationales (essentiellement occidentales), les jeunes des milieux ruraux et périurbains sont divisés.

Certains participants font totalement confiance aux informations relayées par les chaînes de télévision telles que le média public RTI. « Si cela concerne la Côte d'Ivoire, la chaîne publique nationale ne peut pas mentir sur ce qu'il se passe dans le pays », est convaincue une jeune femme de Bouaké (20-35 ans). A l'inverse, d'autres ne font absolument pas confiance à la télévision nationale publique, car ils estiment que les chaînes sont trop influencées par les acteurs de la vie politique. « Ils ne nous disent pas la vérité, ils la masquent. Pendant la grève des professeurs par exemple, ils disaient que des cours avaient lieu alors que ce n'était pas vrai. Les professeurs ne travaillaient pas », raconte, en se basant sur sa propre expérience, une jeune fille de Bouaké (15-19 ans). La défiance envers les chaînes de

Homme, 15-19 ans, Abidjan

« Les chaînes nationales de télévision n'ont pas rendu compte des protestations des étudiants et des enseignants. Les chaînes internationales l'ont fait.



télévision, particulièrement celles qui appartiennent à l'État, est encore plus grande chez les jeunes citadins qui, à de nombreuses occasions, ont évoqué des reportages non-neutres et des informations non relayées. « Il y a eu une manifestation d'étudiants, les journalistes de RTI étaient là, mais ils n'ont montré aucune image à la télévision », affirme un participant d'Abidjan (15-19 ans).

En raison du manque de confiance dans les chaînes de télévision nationales et régionales, certains jeunes des zones urbaines et périurbaines préfèrent le contenu de diffuseurs internationaux tels que la BBC ou France 24. « Il y a des informations que France 24 ou la BBC diffusent alors que RTI ne le fait pas. Par exemple, les manifestations étudiantes », explique un jeune participant (15-19 ans) de la capitale économique, lorsqu'il évoque sa préférence pour les médias internationaux. Cependant, certains jeunes habitants de zones moins urbanisées insistent sur le fait que les médias étrangers ne s'intéressent pas assez aux informations locales qui leur importent.

Plusieurs participants ont conscience de la forte influence qu'ont les partis politiques sur le contenu des journaux. « Si c'est un sujet politique et que l'éditeur n'est pas du même bord que les gens qui sont au pouvoir, il sera obligé de reformuler l'information qu'il veut publier », note un jeune homme d'Abidjan (15-19 ans). Globalement, les groupes de discussion révèlent une vraie conscience lorsqu'il s'agit des parti-pris politiques dans les médias écrits et les chaînes de télévision nationales et régionales.

Femme, 20-35 ans, Abidjan

« Il y a un peu de tout sur Facebook : des choses vraies et des mensonges. Il faut faire attention.



Homme, 20-35 ans, Bouaké

« Sur les réseaux sociaux, les fausses informations se propagent. La radio est plus sérieuse. Elle diffuse de vraies informations locales.



Certains membres des groupes de discussion ont l'air de savoir que les informations diffusées sur les réseaux sociaux peuvent contenir des éléments de désinformation. « Sur Facebook, ce ne sont pas forcément les journalistes qui publient ; il y a aussi des gens qui s'amusent à donner des fausses informations », reconnaît un jeune homme de Bouaké (15-19 ans). D'autres n'ont en revanche pas cet esprit critique. « Sur les réseaux sociaux, ils diffusent des vidéos pour nous montrer comment les événements se sont véritablement déroulés. C'est toujours véridique », assure une jeune femme de la même région (20-35 ans).

Bien qu'elles soient souvent partiellement fausses, les informations diffusées sur les réseaux sociaux sont considérées comme vitales par plusieurs participants, notamment car il est difficile de les trouver ailleurs aussi rapidement. « Une fois, lorsqu'il y a eu des manifestations, des bagarres et des fusillades à Bouaké, des gens ont réussi à filmer et à poster les images. On a eu l'information tout de suite », se souvient une participante de Bouaké (20-35 ans).

Lorsqu'il est question de chercher des informations pour l'école, l'université ou pour des raisons personnelles via les moteurs de recherche ou les encyclopédies en ligne tels que Google ou Wikipédia, il est évident que plusieurs participants ne remettent pas en question la véracité du contenu qu'ils ont trouvé.

Pour certains, la distinction entre le moteur de recherche Google et les sites Internet qu'ils trouvent en l'utilisant n'est pas claire. « Je vais sur la page Google, je tape et je tombe sur ce que je cherchais », décrit une jeune femme de Bouaké (20-35 ans).

De manière générale, en ce qui concerne les informations, les jeunes urbains ont tendance à faire plus confiance aux médias en ligne que leurs homologues des zones rurales ou périurbaines. Mais dans le même temps, ils semblent aussi plus critiques, notamment en ce qui concerne les réseaux sociaux. « Sur Facebook, il y a parfois des mensonges », remarque une participante de Bouaké (15-19 ans). Une poignée de jeunes d'Abidjan a développé des techniques de fact-checking. « Lorsque je reçois une info sur Facebook, je vérifie d'abord sur Google avant d'informer les autres », affirme un jeune homme d'Abidjan (20-35 ans).

Pour résumer, lorsqu'il s'agit d'avoir confiance dans les médias, on peut dire que les jeunes Ivoiriens agissent de manière paradoxale. Bien qu'ils fassent plus confiance au contenu diffusé par les médias traditionnels comme la télévision ou la radio, ils utilisent plutôt les plateformes numériques comme les réseaux sociaux pour obtenir des informations. Cette contradiction pourrait venir de l'impression d'obtenir en ligne plus rapidement des informations, qui sont par ailleurs moins censurées. Généralement, les membres des groupes de discussion accordent leur confiance en tenant compte de plusieurs critères : la présence ou non de journalistes professionnels, le visuel et l'ancrage régional du média. Les qualités d'analyse, comme questionner les sources en raison de l'agenda politique ou vérifier des informations en comparant le contenu de plusieurs médias, ne sont que peu répandues et essentiellement observées chez les jeunes urbains. Les participants se sont bien débrouillés lorsqu'ils ont été questionnés sur leurs connaissances des médias, bien qu'ils soient moins au courant du concept de liberté d'expression qu'anticipé.

## 4. Réflexion

La **réflexion** implique un examen critique du type de sources d'information utilisées et de l'impact que peuvent avoir certaines formes de communication.



Dans le cadre du modèle de l'EMI de la DW Akademie, la réflexion consiste à évaluer l'impact des messages et des technologies sur sa propre vie quotidienne et celle des autres, ainsi qu'à considérer leur impact global sur les communautés et les sociétés. Les mauvaises pratiques des médias comme la désinformation, le discours de haine, les parti-pris politiques et le cyberharcèlement constituent un défi pour les jeunes lorsqu'il s'agit de réfléchir. Sur le plan pratique, la réflexion peut signifier penser à la fiabilité de l'information avant de la partager, reconnaître les effets nocifs du cyberharcèlement, ou empêcher la cybercriminalité. Au même titre que les autres champs de l'EMI, la réflexion est un prérequis pour une consommation et une production responsable de contenu médiatique.

Selon les experts interrogés, la désinformation, les partis-pris politiques, le discours de haine et le cyberharcèlement sont les mauvaises pratiques auxquelles les jeunes Ivoiriens sont le plus confrontés. « Les jeunes ont tendance à capter de fausses informations rapidement sans les vérifier », explique la journaliste et spécialiste des médias Nesmon De Laure. Cécile Coulibaly, une experte locale en EMI, estime qu'il existe un grand risque que les jeunes soient victimes de cyberharcèlement. Selon elle, pour beaucoup de jeunes, « le plus important est de poster fréquemment sur les réseaux sociaux », mais peu réfléchissent aux conséquences de leurs actions. Généralement, tous les experts interrogés sont d'accord pour dire que les jeunes gens de Côte d'Ivoire doivent améliorer leur capacité de réflexion.

Sensibiliser aux techniques de réflexion et les enseigner est vu comme un défi par le spécialiste de l'éducation Francis Akindès de l'Université Alassane Ouattara car « la réflexion n'est pas une priorité pour les jeunes en ce qui concerne les médias ». Selon lui, leur priorité est l'utilisation des médias. « Quand vous arrivez et que vous leur dites qu'il existe des gens qui manipulent le contenu présent dans les médias, ils vous répondent "vous m'ennuyez, vous ne m'enseignez rien" », résume-t-il. Pour la spécialiste de la jeunesse Etienne Bosson, qui préside le Réseau International de la Jeunesse Féminine (RESI-Fille), il faut prendre en compte lors de l'enseignement de ces compétences que les jeunes « sont autant des acteurs que des victimes lorsqu'il s'agit des problèmes liés aux médias ».

### Cyberharcèlement et discours de haine

Les discours de haine, le cyberbullying et le harcèlement sont des problèmes que les participants des groupes de discussion d'Abidjan et de Bouaké semblent rencontrer très fréquemment. Dans chaque discussion, les membres ont donné des exemples basés sur ce qu'ils ont eux-mêmes vécu ou sur ce que des membres de leur famille ou des amis ont vécu. Certains participants révèlent qu'ils sont sujets à ces problèmes de façon quotidienne.

Faire l'expérience du cyberharcèlement dans le contexte de l'école est très commun chez les participants âgés entre 15 et 19 ans. Le harcèlement a souvent lieu sur les réseaux sociaux ou sur les messageries instantanées comme Facebook Messenger et WhatsApp. Ce cyberharcèlement se concentre sur l'apparence physique ou sur d'autres caractéristiques personnelles de la victime. « Ils ont posté sa photo sur Facebook, et une majorité des gens de la classe ont commencé à dire qu'il était maudit en raison de son physique », donne en exemple un jeune homme de Bouaké (15-19 ans). Il est aussi courant que de fausses annonces soient faites. Prétendre qu'une jeune personne est morte est un moyen très commun de harceler ses camarades. La liste suivante inclut d'autres exemples de cyberharcèlement dans le contexte scolaire qui ont été donnés par les membres des groupes de discussion :

- Une jeune femme reçoit des commentaires insultants de la part de ses camarades sur sa page Facebook en raison de sa prononciation en anglais (15-19 ans, Bouaké)
- Un camarade est harcelé via des commentaires sur Facebook sur sa façon de s'habiller (15-19 ans, Abidjan)
- Un participant révèle avoir intimidé ses camarades en postant qu'ils étaient morts sur Facebook (15-19 ans, Abidjan)

Le harcèlement sexuel et le cyberharcèlement basé sur le genre et les rôles attribués à tel ou tel sexe est aussi jugé comme très fréquent par les participants des deux régions. Ce sont principalement les filles et jeunes femmes qui font face à des commentaires à caractère sexuel, des demandes de faveurs sexuelles ou des types similaires de harcèlement. Chez les jeunes hommes, un thème récurrent est l'homophobie. « Les homosexuels sont souvent moqués. Parfois, au lieu de les aider, les gens se moquent d'eux. Ils les draguent puis filment la scène », explique un jeune homme de la capitale économique (20-35 ans). Ci-dessous, d'autres exemples de harcèlement sexuel mentionnés par les membres des groupes de discussion :

- Une femme publie des photos de son nouveau tatouage sur Facebook et reçoit beaucoup d'insultes car « les filles rangées » ne se font pas tatouer, plusieurs autres commentaires ont une teneur sexuelle (20-35 ans, Bouaké)
- Un groupe de filles est au coeur des conversations et est discriminé en raison de la manière de s'habiller, jugée « trop

provocante, suggestive et vulgaire » ou au contraire « trop modeste » et « pas cool » (20-35 ans, Bouaké)

- Des camarades ont partagé une vidéo de deux élèves ayant des rapports sexuels (15-19 ans, Bouaké)
- Un participant raconte qu'un de ses amis est discriminé et vu comme « maudit et stérile » en raison de son homosexualité assumée (15-19 ans, Abidjan)
- De nombreux participants ont mentionné des exemples de femmes importantes étant harcelées de commentaires à caractère sexuel (20-35 ans, Abidjan)

La xénophobie, les croyances religieuses et les convictions politiques sont d'autres thèmes cités par les membres des groupes de discussion lorsqu'est évoqué le cyberharcèlement et les discours de haine. Il est à noter que les commentaires et les messages à caractère xénophobe incluent des remarques racistes de la part d'Ivoiriens ainsi que d'acteurs internationaux. « Il y a un groupe sur Facebook [...] où tout le monde est libre de publier ce qu'il veut. Dans ce groupe, il y a beaucoup de blancs. À chaque fois qu'un Africain publie quelque chose, ils disent tout le temps des trucs comme : « Ah, il n'y a que les Africains qui peuvent faire ce genre de choses ». « C'est frustrant », dit un participant (20-35 ans, Bouaké). Les commentaires haineux liés aux croyances religieuses sont surtout centrés sur les « infractions » aux valeurs conservatrices de la société et sur certains sujets tabous comme l'avortement (exemples donnés par les 20-35 ans d'Abidjan). Les insultes en ligne envers les politiciens et leurs fidèles sont très fréquentes. Les plateformes souvent citées par les participants sont Facebook et Twitter. Certains politiciens propagent eux-mêmes un discours de haine. « Sur Facebook, j'ai vu la publication d'une ministre. Elle menaçait les professeurs qui étaient derrière la grève. Elle les a gravement menacés », se souvient cette participante de Bouaké (15-19 ans). Ci-dessous d'autres exemples :

- Un participant de Bouaké a été discriminé par des utilisateurs de pays du Nord sur Facebook parce qu'il est « noir et Africain » (20-35 ans, Bouaké)
- Sur Facebook, une participante a été témoin de commentaires xénophobes sur le président de la Côte d'Ivoire (20-35 ans, Abidjan)
- Toujours sur Facebook, une jeune femme a vu une amie demander des conseils sur l'avortement dans un groupe réservé aux femmes, elle a reçu de nombreuses insultes motivées par des croyances religieuses (20-35 ans, Bouaké)
- Un participant a dénoncé un groupe Facebook où les utilisateurs insultent des hommes politiques (20-35 ans, Bouaké)
- Plusieurs participants ont remarqué les insultes que les politiciens se lancent entre eux sur Facebook (15-19 ans, Abidjan et Bouaké)
- Un participant décrit les nombreux commentaires haineux sur Facebook et Twitter qu'a reçus un homme en attente de jugement pour viol (15-19 ans, Abidjan)

Femme, 20-35 ans, Abidjan

« Tout le monde dit ce qu'il veut sur Facebook sans penser à si cela offense les gens. »



La majorité des membres des groupes de discussion des deux régions sont sensibles au cyberharcèlement et aux discours de haine. Ils condamnent les commentaires péjoratifs et les publications xénophobes. « Il devrait savoir qu'il ne faut pas jouer avec les sentiments des gens », explique une jeune femme d'Abidjan (15-19 ans) en évoquant le cas d'un utilisateur de Facebook qui en insulte un autre. Une autre participante d'Abidjan désapprouve les commentaires diffamatoires qu'un homme accusé de vol a reçu. « Je crois en la présomption d'innocence tant que les faits n'ont pas été prouvés. Nous ne devons pas salir quelqu'un. Je suis très méfiante des accusations qu'on trouve sur Facebook », assure-t-elle (20-35 ans).

Les discussions sur ce sujet sensible vont de pair avec les résultats obtenus au questionnaire. Dans ce dernier, les membres des groupes ont dû juger des exemples de cyberharcèlement et de discours de haine. En se référant aux résultats, il semble que les jeunes participants ont conscience des conséquences du cyberharcèlement et du discours de haine. Près de deux tiers estiment que le cyberharcèlement n'est « pas bien » (64,1%), un peu plus d'un tiers n'est pas sûr de son avis (34,4%) et seulement un participant tolère ce genre de comportement. Près de trois jeunes sur quatre rejettent le discours de haine et estiment qu'il n'est « pas drôle » (73,4%), tandis que 17,2% ne sont pas sûrs de leur opinion et 9,4% sont prêts à trouver ça « drôle ».

Lorsqu'il s'agit de répondre à des incidents liés au cyberharcèlement ou au discours de haine, les réactions semblent liées au lieu de vie et à l'âge. Ils varient considérablement. Cependant, quatre approches différentes peuvent être identifiées :

1. Le plus commun chez les participants est d'ignorer les commentaires ou les messages haineux et de se retirer de la conversation, parfois même en désactivant un compte ou en effaçant un message laissé sur un groupe. Les participants qui choisissent cette méthode semblent motivés par un sentiment d'impuissance. « Je pense que je devrais ignorer les commentaires haineux, car même si vous essayez de donner aux auteurs des insultes un conseil, ils vont faire pire ensuite », assure un participant de Bouaké (20-35 ans). D'autres réactions sont liées au fait que le problème mentionné ci-dessus relève pour eux de l'exercice de la liberté d'expression. « Lorsque tu postes une vidéo ou une photo, c'est pour obtenir l'opinion des autres. Si tu dis à quelqu'un de ne pas mettre de commentaires péjoratifs c'est comme si tu lui disais de ne pas donner son point de vue et de dire seulement ce que tu as envie d'entendre », estime une jeune fille d'Abidjan (15-19 ans).

2. La deuxième méthode est les représailles. Plusieurs participants avouent qu'ils insultent et se moquent de ceux qui les ont attaqués en ligne. « On doit les remettre à leur place pour qu'ils ne recommencent pas », justifie une jeune fille d'Abidjan (15-19 ans) qui utilise des commentaires insultants sur Facebook.

3. Une troisième technique semble être la dénonciation, le fait de bloquer certains comptes ou de prévenir les autorités. Ce dernier point est cependant peu soulevé car les participants ne savent pas trop quelle autorité ils doivent contacter. « Je pense que pour aider, les médias devraient être capables de travailler main dans la main avec les autorités », suggère un jeune homme de Bouaké (20-35 ans).

4. La dernière approche consiste à éveiller les consciences et à éduquer ses pairs. « Nous devons organiser des campagnes de sensibilisation sur les réseaux sociaux car une attitude respectueuse commence avec l'éducation », explique un participant de Bouaké (20-35 ans).

## Désinformation

Plusieurs spécialistes interrogés s'inquiètent de la désinformation en Côte d'Ivoire. « La désinformation grandit au sein du pays et les cas sont de plus en plus fréquents », explique le spécialiste de l'éducation Francis Akindès. Dans le même temps, les experts sont certains que les jeunes Ivoiriens ne possèdent pas les capacités nécessaires pour reconnaître une fausse information. « Plusieurs jeunes se font avoir par des montages photo ou vidéo », explique Souleymane Oulaï, un expert en EMI.

Cependant, en se référant aux résultats de l'étude, les jeunes générations sont plutôt sensibles aux fausses informations qui leur sont destinées. Lorsqu'ils ont été mis en contact avec un faux message sur un traitement pour le VIH/Sida et le cancer, plus des deux tiers des participants des groupes de discussion ont rejeté cette information et l'ont jugée comme « non digne

Homme, 15-19 ans, Bouaké

« Je dénonce une personne qui m'insulte sur Facebook et bloque son compte.



de confiance » (67,2%) ; 18,8% n'étaient pas certains et seulement 12,5% étaient prêts à croire la publication sur Facebook.

Sur le sujet de la désinformation, les experts mettent en lumière les fausses informations, le contenu biaisé dans les médias ou l'omission de certaines informations à des fins politiques. En raison du paysage médiatique très politisé en Côte d'Ivoire, de nombreux jeunes Ivoiriens semblent confrontés à ces types de désinformation et de parti-pris de façon constante, et ce dans tous les médias. Lorsqu'il s'agit de se demander si les jeunes sont au courant de ce problème, les avis des spécialistes diffèrent. Certains jugent l'influence des mauvaises informations diffusées à des fins politiques comme très importante. « Les jeunes sont manipulés par les médias ivoiriens car les politiques utilisent les médias pour manipuler les gens », assure Yannick Djanhoun, spécialiste de la jeunesse. D'autres, comme l'experte en médias Nesmon de Laure, sont convaincus que la plupart des jeunes sont au courant que

« les médias ivoiriens sont colorés politiquement ». Les résultats des groupes de discussion montrent que plusieurs jeunes sont au courant du problème et reconnaissent les fausses informations diffusées à des fins politiques. Les jeunes habitants d'Abidjan semblent posséder de bonnes capacités dans ce domaine.

Ci-dessous quelques exemples présentés par les membres des groupes de discussion :

– Une jeune femme a remarqué que des politiciens diffusent de fausses informations sur leurs adversaires sur Facebook et Twitter (20-35 ans, Abidjan)

- De nombreux participants ont raconté des exemples où le diffuseur public RTI a fait de la rétention d'information et rapporté des informations biaisées politiquement, en particulier lors des protestations étudiantes et professorales contre la politique du gouvernement (20-35 ans, Abidjan et Bouaké)
- Plusieurs participants ont remarqué des fausses informations concernant des hommes politiques, comme le fait qu'ils soient morts ou qu'ils se présentent à nouveau. Ces informations ont été publiées dans des journaux affiliés à des partis politiques (15-19 ans, Bouaké)

Parmi les autres exemples de désinformation, d'autres sujets ont été mentionnés comme les théories du complot, les manifestations religieuses, la fraude digitale et, comme mentionné ci-dessus, les fausses annonces de décès. « Souvent vous recevez un message sur WhatsApp avec écrit : clique ici pour obtenir 50 GB. Quand vous cliquez, il ne se passe rien. Ils veulent juste vos données et votre crédit mobile », donne en exemple un jeune homme de Bouaké (20-35 ans) en évoquant les tentatives de fraudes via WhatsApp. Une jeune femme mentionne, elle, le cas des fausses annonces de décès sur les réseaux sociaux. « A l'époque, ils avaient posté une photo sur Facebook qui disaient que DJ Arafat était mort, mais ce n'était pas vrai », se souvient l'habitante d'Abidjan (15-19 ans).

Ci-dessous, d'autres cas mentionnés dans les groupes de discussion :

- Une vidéo YouTube sur les « fausses résurrections » conduites par des pasteurs africains (15-19 ans, Abidjan)
- Via WhatsApp, la fausse annonce du décès d'un professeur lors des manifestations (femme, 15-19 ans, Abidjan)
- De fausses offres d'emploi postées sur Facebook (homme, 15-19 ans, Abidjan)
- Des photos personnelles ont été sorties de leur contexte et publiées sur Facebook pour illustrer le post de quelqu'un d'autre (femme, 20-35 ans, Abidjan)

La plupart des jeunes désapprouvent la désinformation pour des raisons éthiques, et plusieurs semblent réfléchir à son impact négatif. « Le problème avec les réseaux sociaux, c'est que les informations circulent à la vitesse de la lumière. Il faut filtrer les informations et faire attention à ce que l'on poste », explique un participant de Bouaké (20-35 ans), soucieux des fausses informations qui circulent sur Facebook. Lorsqu'il leur est demandé ce qui pourrait être fait contre ces fausses informations, plusieurs jeunes suggèrent de « vérifier et analyser les informations ». Cependant, ces actions semblent avoir un sens très différent selon les participants. Si certains sont en faveur de stratégies de vérification, telles que comparer l'information donnée par plusieurs médias, contacter la source directement ou recueillir des données, d'autres suggèrent de seulement demander l'avis de ses amis. Dénoncer les incidents ou les fausses informations diffusées aux autorités est une autre façon de réagir à la dé-

Femme, 20-35 ans, Bouaké

« Ici, à Bouaké, quand les étudiants du campus se sont battus, il a été rapporté aux informations que plusieurs personnes étaient décédées. Ce n'était pas vrai, il n'y a eu que quelques blessés.



sinformation, selon plusieurs participants. « L'instance qui régule les médias devrait être en mesure de les punir s'ils propagent de mauvaises informations », estime une habitante d'Abidjan (20-35 ans).

De fait, les jeunes Ivoiriens sont confrontés à différents types de désinformation de manière fréquente. La plupart des jeunes sont au courant des mauvaises pratiques, et certains essaient d'employer des techniques de base pour vérifier une information avant de la partager. Au vu de leurs expériences, les participants savent combien la désinformation peut avoir un impact nocif. Pourtant, la majorité d'entre eux ne réfléchit pas aux motivations qui se trouvent derrière cet usage de la désinformation. Une exception existe lorsque la désinformation semble motivée politiquement, un fait qui semble fréquent dans le contexte ivoirien. Dans l'ensemble, il semble possible d'améliorer la capacité à relier l'impact de la désinformation aux motivations possibles, ainsi qu'à développer des stratégies de vérification fonctionnelle.

Pour résumer, les jeunes Ivoiriens sont très sensibles aux mauvaises pratiques des médias. La plupart d'entre eux reconnaissent les problèmes facilement et plusieurs jeunes ont développé des stratégies pour les gérer et parfois les prévenir. Malgré tout, beaucoup de jeunes se sentent toujours sans espoir et frustrés ; soit parce qu'ils ne savent pas comment répondre, soit parce qu'ils ont l'impression qu'en agissant, ils aggravent le problème. De plus, une réflexion profonde sur l'impact et les conséquences de ces mauvaises formes de communication et des pratiques de certains médias semble manquer à l'appel.

## 5. Création

La **création** consiste à pouvoir créer et composer des messages pour exprimer des idées ou des opinions et pour partager des informations.



Posséder des qualités créatives est un prérequis pour s'exprimer et communiquer avec l'aide des médias. La création inclut des compétences de base, telles que de prendre une photo, composer et envoyer un message, mais aussi des techniques plus avancées comme créer un blog ou concevoir un programme informatique. Les médias numériques, en particulier les réseaux sociaux, ont transformé les utilisateurs en producteurs de contenu et de fait élargi la dimension créative. « Avec les réseaux sociaux, vous êtes votre propre éditeur, vous propre journaliste, votre propre reporter », explique Antoine Mian, professeur et chercheur à l'Université Virtuelle de Côte d'Ivoire.

Il est communément accepté par les spécialistes interrogés que la créativité est une compétence vitale pour les jeunes Ivoiriens. « Créer est très important, car cela rend visible », élabore Bosson Etienne, spécialiste de la jeunesse et directrice du Réseau International de la Jeunesse Féminine (RE-SI-Fille). La question de la visibilité semble très importante dans un contexte ivoirien où, selon les experts, les jeunes n'ont pas l'impression que les médias du pays représentent leurs intérêts de façon appropriée. Cécile Coulibaly, qui travaille à Université Virtuelle de Côte d'Ivoire, met l'accent sur les possibilités économiques liées aux compétences créatives. « Les compétences en matière de TIC facilitent l'innovation et le développement rapide. Elles peuvent favoriser la créativité et aider à créer des entreprises virtuelles et des possibilités d'emploi pour les jeunes », explique-t-elle.

Lorsqu'il s'agit des compétences en matière de production que possèdent actuellement les jeunes Ivoiriens, les spécialistes sont d'accord pour dire que la majorité d'entre eux a des compétences très développées, notamment au regard des réseaux sociaux. L'expert en éducation Francis Akindès rapporte que les « jeunes sont toujours en train de prendre des selfies », et qu'ils « racontent et postent leurs aventures sur Facebook ». Des compétences encore plus avancées comme éditer des vidéos, mettre sur pied un blog, enregistrer des vidéos YouTube et créer des boutiques en ligne ont aussi été remarquées par les experts. Mais, comme l'explique Francis Akindès, elles restent le privilège « d'une élite au sein des jeunes Ivoiriens ». Selon lui, il ne faut pas oublier que de nombreux jeunes sont

Femme, 15-19 ans, Bouaké

« On prend des selfies puis on les publie sur Facebook et Instagram.



exclus des opportunités qui pourraient les aider à développer leur créativité, notamment en raison du manque de moyens ou d'éducation. D'un autre côté, l'experte des médias Nesmon De Laure voit, dans le désir d'échapper à la pauvreté et de gagner un salaire, un facteur motivant important pour que les jeunes améliorent leurs capacités de création. « Je les vois prendre part à des MOOC (formation en ligne ouverte à tous) et ensuite ils créent leur propre entreprise », assure-t-elle.

Au-delà de l'appréciation positive des compétences en matière de création numérique que possèdent de nombreux jeunes Ivoiriens, des aspects critiques sont également soulevés par les experts interrogés. Plusieurs d'entre eux remarquent que l'accent est trop mis sur le divertissement et que les lacunes sont importantes lorsqu'il s'agit d'analyser, de réfléchir et d'utiliser de manière responsable le contenu des médias. « Ils s'expriment souvent de façon violente. Oui, d'une certaine manière ils exercent leur liberté d'expression, mais leurs publications ne devraient pas être du contenu trivial ou des insultes », élabore Souleymane Oulāï, le directeur du Studio Mozaik. Pour réduire cet écart et atteindre les jeunes qui n'ont pas assez d'opportunités pour améliorer leurs compétences, les experts suggèrent un mélange d'apprentissage entre pairs (qui est déjà prééminent), d'apprentissage formel à l'école et d'approche directe des jeunes via les réseaux sociaux et les organisations de jeunesse.

Les résultats des groupes de discussion font écho aux déclarations des experts et indiquent que la vaste majorité des

participants d'Abidjan et de Bouaké possèdent des capacités de création bien développées. Prendre des photos et les partager via messageries instantanées ou sur des plateformes telles que WhatsApp et Facebook est mentionné dans chaque groupe.

Faire des recherches pour l'école ou l'université via les moteurs de recherche ou les encyclopédies en ligne est aussi quelque chose de très courant chez les participants. « Je fais des recherches sur Google et je télécharge des documents PDF sur Wikipédia pour l'école », explique un adolescent de Bouaké (15-19 ans). Si la plupart des membres des groupes de discussion utilisent fréquemment des applications comme WhatsApp, Imo, Viber, Telegram, ou Snapchat pour communiquer avec leurs familles et leurs amis, beaucoup mettent aussi sur pied des groupes de discussion pour se divertir ou travailler. « J'ai créé un groupe pour femmes sur WhatsApp », explique une jeune femme de Bouaké (20-35 ans). Les plateformes telles que Facebook et Instagram sont très populaires dans la gestion de l'image personnelle. Les jeunes savent créer des comptes et utiliser une variété de compétences pour se présenter et se vendre. « J'utilise des applications pour embellir mes photos sur Instagram », explique une participante d'Abidjan (15-19 ans). De manière générale, seule une poignée de participants, souvent des citadins, possèdent des compétences supplémentaires comme mettre une vidéo sur YouTube, éditer des photos avec Photoshop ou mettre en place un blog.

En comparant les compétences de chacun basées sur les réponses au questionnaire, prendre des photos sur son portable est de loin la compétence la plus répandue. 84,5% des participants le font au moins de temps en temps. Plus de la moitié s'enregistre vocalement (53,1%) et quasiment le même nombre (51,6%) publie souvent des rapports, même si certains des participants ont pu comprendre qu'il s'agissait de publier leurs exercices pour l'école. Enregistrer des vidéos est fait avec moins de fréquence (43,8%), peut-être en raison de problèmes avec la bande passante ou le coût de la data.

En résumé, on peut dire que les jeunes Ivoiriens possèdent de bonnes capacités lorsqu'il est question de créer du contenu de base. Prendre et partager des photos est fréquent, mais c'est surtout pour promouvoir son image. Un manque de compétences dans les domaines de l'analyse et de la réflexion peut engendrer des problèmes si les capacités de création sont utilisées de manière irresponsable. Peu de jeunes rencontrés possédaient des compétences avancées.

## 6. Action

L'action signifie mettre en pratique les compétences EMI pour que cela profite à la communauté, mais aussi à l'individu.



La dimension de l'action relève du fait de posséder la connaissance et les capacités pour utiliser les médias de manière à faire une différence au sein de la société (par ex. à travers l'activisme politique) ou bien les utiliser pour son avantage personnel (par ex. chercher un emploi en ligne).

Il existe un consensus au sein des experts interrogés : selon eux, les jeunes Ivoiriens sont très actifs lorsqu'il s'agit d'utiliser Internet, et notamment les réseaux sociaux, pour s'exprimer ou faire part de leurs préoccupations. Pour Antoine Mian, qui travaille comme professeur à l'Université Virtuelle de Côte d'Ivoire, les réseaux sociaux sont « un espace d'expression » qui offrent aux jeunes de nombreuses voies pour s'exprimer et faire part de leurs problèmes. « Ils se filment sur YouTube, postent sur des blogs, tweetent et écrivent sur WhatsApp », élabore-t-il.

La spécialiste des médias Nesmon de Laure voit les blogs et autres plateformes en ligne comme des lieux où les jeunes peuvent être sensibilisés aux questions politiques et sociales. Elle prend l'exemple d'une blogueuse qui fait la promotion des droits de la femme. « Elle met en ligne un contenu riche alors qu'elle n'est pas journaliste. Elle n'a pas fait d'école de journalisme mais elle sait publier un article », explique-t-elle. Le journaliste Anderson Diedri remarque « qu'en étant visibles et en attirant des followers » sur les réseaux sociaux, les jeunes ont des chances de générer du revenu et d'avoir de l'influence sur leur communauté ou même sur les politiciens. Selon lui, des exemples comme l'éleveur de poulet

« Dougoutigui » dont la vidéo sur YouTube est devenue virale en quelques heures et lui a ouvert une nouvelle sphère d'influence, motivent grandement les jeunes à s'exprimer sur les réseaux sociaux. Dans le même temps, cette influence potentielle fait réfléchir les experts qui doutent que les jeunes possèdent les capacités nécessaires, ainsi que la notion de responsabilité, pour faire face à certaines dynamiques sur les réseaux. « Cela peut être dangereux. S'ils sont suivis par 10 000 personnes sur Facebook, ils doivent s'attendre à 10 000 opinions différentes chaque jour », estime Antoine Mian.

Selon les experts, contrairement aux réseaux sociaux, les médias traditionnels offrent rarement un espace pour que la jeunesse

s'exprime. Bien que certains citent quelques émissions de radio ou de télévision qui offrent la possibilité aux auditeurs ou aux téléspectateurs d'appeler, mais aussi des médias pour jeunes initiés par les ONG, les ministères ou les organisations internationales, ils sont globalement d'accord avec Anderson Diedri qui estime qu'il n'y a « pas assez de place pour les jeunes dans les médias traditionnels ». Nesmon de Laure va plus loin et estime que « la jeunesse n'est pas prise au sérieux » par les médias classiques. Souleymane Oulaï, directeur du Studio Mozaik, ajoute que les médias en ligne sont une option moins dangereuse pour les jeunes qui ont peur de la censure ou des répercussions des autorités, puisque ces médias offrent un certain anonymat. Plusieurs experts demandent plus de possibilités pour que les jeunes participent aux médias traditionnels ainsi que davantage de contenus adaptés à leurs intérêts et à leurs besoins.

### S'engager en utilisant les médias

Les résultats des groupes de discussion confirment que la manière préférée des jeunes pour faire part de leurs préoccupations est de s'exprimer à travers les réseaux sociaux et les messageries instantanées, surtout en utilisant leurs smartphones. De plus, la notion défendue par les experts selon laquelle les jeunes ne se sentent pas représentés dans les médias traditionnels est aussi confirmée par les résultats du questionnaire. « Nous n'avons pas notre mot à dire à la télé. Nous utilisons Facebook pour exprimer nos émotions », explique une jeune femme d'Abidjan (15-19 ans).

Lorsqu'il s'agit de mettre en pratique les compétences EMI au profit de leur communauté, beaucoup de participants sont très motivés. Un des jeunes questionnés, habitant de Bouaké (15-19 ans), affirme même « qu'aider, avoir un impact sur ceux qui vous entourent, et donner de la joie à tous » est son but principal dans la vie. Les résultats indiquent que l'enthousiasme pour le militantisme est lié aux problèmes de société que les jeunes participants remarquent dans leur environnement. « Personnellement, je rêve de ne plus voir la misère dans le pays, de ne plus voir des frères et des soeurs qui demandent de la nourriture, de ne plus voir la faim et la maladie », explique un participant de la région de Bouaké (20-35 ans). Dans un pays où près d'un tiers de la population vit sous le seuil de pauvreté, ses préoccupations sont légitimes (Banque Mondiale, 2018).

Une autre préoccupation mentionnée dans tous les groupes de discussion est la peur de la violence et du déclin social. Parce qu'ils ont fait l'expérience des conflits et des tumultes dans le passé, et qu'ils sont constamment exposés aux informations concernant les violences perpétrées par des gangs de jeunes appelés « microbes », de nombreux participants ont peur pour leur futur. En raison de leurs propres peurs, ils se sentent proches des jeunes les moins fortunés. « J'ai peur que la pauvreté et le chômage plongent la jeunesse dans la prostitution, dans la criminalité comme c'est le cas pour les "microbes" »,

explique une jeune femme d'Abidjan (20-35 ans). D'autres pré-occupations souvent citées sont la corruption, le changement climatique et la migration.

La politique n'est pas vue comme un sujet intéressant par la majorité des jeunes, et ce pour deux raisons principales. Premièrement, ils se sentent impuissants, mal représentés et frustrés par la mauvaise gestion des politiciens nationaux. Deuxièmement, ils voient la politique comme un sujet pour les « vieux » et non pour les jeunes. Les participants expliquent aussi que la guerre civile de 2002 et les conflits politiques violents qui ont eu lieu suite aux élections de 2011 ont rendu la politique encore plus négative à leurs yeux. « Pour nous, les jeunes, c'est un sujet un peu tabou. Ces dernières années, quand les jeunes se sont impliqués en politique, ils ont été réprimandés. Nous avons un peu peur de nous engager en politique », explique un participant de Bouaké (20-35 ans).

Lorsqu'on leur demande comment les médias peuvent aider les jeunes à vivre avec leurs angoisses et leurs préoccupations, les jeunes participants ont de nombreuses idées. Ils évoquent pêle-mêle : des campagnes à la télévision et sur les réseaux sociaux évoquant les dangers de la migration, des programmes éducatifs sur le changement climatique qui passent à la radio, des images motivantes sur Facebook pour promouvoir les dons, ou aller au contact des gens grâce à des vidéos sur YouTube qui feraient la promotion d'offres d'emploi. La clé pour prévenir leurs plus grandes craintes dont la pauvreté et le déclin social semble être des mesures à la fois liées à l'amélioration de l'éducation et à la création d'opportunités d'emploi pour les jeunes.

Bien que la plupart des jeunes connaissent certaines manières pour mettre en pratique leurs compétences EMI afin d'en faire profiter leur communauté, et pensent le faire dans le futur, peu sont capables de citer des exemples concrets. « Nous avons lancé une collecte sur les réseaux sociaux avec une organisation. [...] Nous avons été capables de collecter des fonds et de cibler des orphelinats pour faire des dons », explique une participante d'Abidjan (20-35 ans). Une autre jeune femme de Bouaké (20-35 ans) ajoute : « Sur WhatsApp, nous avons créé un groupe pour mettre fin à la violence contre les femmes et les filles. Nous échangeons nos expériences et nos connaissances. C'est intéressant. »

## Utiliser l'EMI à son avantage

D'un point de vue personnel, de nombreux participants étaient intéressés par le sujet de la santé. Ils estiment qu'être en bonne santé est une précondition vitale pour tout ce qu'ils veulent faire dans leur vie quotidienne. Cette notion doit évidemment être remise dans le contexte de la Côte d'Ivoire, où le nombre d'infections et de maladies non-transmissibles est très élevé. Plusieurs jeunes rappellent leur expérience de la malaria et le groupe des 15-19 ans souligne l'importance d'être bien informé sur le sujet des maladies sexuellement transmissibles (MST).

Pour obtenir des informations et des conseils pratiques sur la santé, de nombreux jeunes préfèrent le contenu qui est facilement et rapidement accessible. De fait, les applications sur la santé, les sites Internet, YouTube ou Facebook, les conseils ou témoignages sont très populaires chez les jeunes pour obtenir des conseils. La télévision n'a été citée qu'occasionnellement comme une source d'information dans ce domaine. « Sur Discovery Channel, il y a une émission sur les maladies mortelles. Ils vous apprennent comment les éviter », raconte un jeune homme d'Abidjan (15-19 ans).

Parmi les autres intérêts et préoccupations des jeunes : l'accès à l'éducation et les possibilités d'emploi. Ces deux sujets sont liés à l'objectif des jeunes d'éviter l'exclusion sociale, de poursuivre une carrière et de soutenir financièrement des membres de leur famille ou des causes caritatives. Plusieurs jeunes perçoivent l'éducation et l'emploi comme une mesure de prévention efficace pour ne pas faire partie des « microbes » - les gangs de jeunes d'Abidjan.

L'utilisation de médias en ligne et analogiques pour la recherche dans les écoles et les universités est très courante pour la majorité des participants. L'apprentissage autonome à l'aide de tutoriels sur YouTube ainsi que la recherche de bourses d'études en ligne ont été mentionnés à plusieurs reprises. « Nous faisons des recherches avec Google et Wikipédia », explique un participant d'Abidjan (20-35 ans).

Les jeunes ont cité plusieurs options pour rechercher un emploi ou pour évaluer leurs propres services via les réseaux sociaux. « Il existe des sites web comme "young job", où vous pouvez afficher vos qualifications, et dès qu'il y a une offre, ils vous en informent », explique une jeune femme de Bouaké (15-19 ans). De plus, les histoires inspirantes de pairs qui ont réussi dans leurs études ou leur carrière sont souvent reprises dans des groupes de discussion. « Sur Instagram et Facebook, des personnes qui ont réussi partagent leurs histoires. Nous pouvons en tirer des enseignements », affirme un jeune homme d'Abidjan (15-19 ans).

En résumé, les experts et les groupes de discussion confirment que les jeunes sont conscients et très motivés pour exploiter la variété des possibilités offertes par les médias numériques afin d'en faire profiter leurs communautés ou bien eux-mêmes. La majorité d'entre eux semblent être habitués à utiliser leurs compétences EMI pour leurs intérêts personnels. Toutefois, lorsqu'il s'agit de mettre en œuvre des projets de nature plus militante, la plupart n'ont pas encore d'expérience pratique. Les résultats des groupes de discussion et des interviews d'experts indiquent que les médias traditionnels n'offrent pas suffisamment d'espaces de participation et de représentation pour les jeunes.

## 7. Conclusions

Cette étude de l'index EMI pour la Côte d'Ivoire se focalise sur les compétences des jeunes de 15 à 35 ans en matière de médias et de maîtrise de l'information. Contrairement aux pays dans lesquels des études représentatives ont pu être menées (Burkina Faso, Ghana, Kenya), la méthodologie de ce rapport a été purement qualitative, s'appuyant notamment sur des entretiens avec des experts et des groupes de discussion. Les résultats présentés sont indicatifs de l'état de l'EMI des jeunes en milieu urbain et périurbain, mais ne peuvent prétendre être représentatifs de l'ensemble de la population. En outre, il n'existe pas de système de notation ou de classement permettant des comparaisons directes avec les autres pays du projet. Néanmoins, les résultats donnent une indication des forces et faiblesses des 64 jeunes ayant participé à l'étude.

### Accessibilité

Les jeunes Ivoiriens accèdent à une variété de médias à des fins multiples telles que s'informer, communiquer avec leurs pairs et les membres de leur famille, se divertir, s'éduquer ou encore faire du commerce. Les médias numériques, surtout les réseaux sociaux, sont les plus populaires chez les jeunes de n'importe quel groupe d'âge. Une baisse des prix des smartphones a rendu leur usage plus commun chez une majorité des participants. Les jeunes apprécient l'accès rapide à l'information, la communication via les applications de messagerie, les contributions orales et visuelles, et les possibilités d'échanger qu'offrent les réseaux sociaux. La plupart des jeunes sont des « professionnels » lorsqu'il s'agit de télécharger et d'utiliser des applications pour la communication, l'information, le divertissement ou l'éducation.

Les médias traditionnels (TV, radio etc.) sont perçus comme démodés et souvent rejetés, surtout par les citadins, car ils ne sont pas assez réactifs par rapport aux réseaux sociaux. Néanmoins, la radio et la télévision sont toujours appréciées pour leur apport auditif et visuel, qui sont des caractéristiques importantes compte tenu du taux élevé d'analphabétisme en Côte d'Ivoire. En ce qui concerne les informations, la radio est légèrement plus populaire parmi les jeunes des zones périurbaines que parmi ceux d'Abidjan. Les groupes de discussion suggèrent que cette préférence est due au fait que les radios fournissent des informations locales pertinentes, alors que la plupart des autres médias ont tendance à se concentrer sur celles de la capitale économique. La presse écrite est largement considérée comme trop coûteuse et dépassée par les jeunes d'Abidjan et de la région de Bouaké.

### Analyse

D'une part, la plupart des participants aux groupes de discussion ont montré une bonne connaissance des médias. Mais d'autre part, les résultats indiquent que beaucoup d'entre eux n'ont pas une connaissance approfondie de leurs droits à la liberté d'expression et à l'accès à l'information. Un autre résultat significatif est que, bien que la plupart des jeunes considèrent le contenu fourni par les médias traditionnels comme plus fiable que celui trouvés sur les médias en ligne et sur les réseaux sociaux, ils préfèrent clairement utiliser ces derniers. Bien que conscients du fait que le contenu partagé sur les réseaux sociaux manque souvent de qualité et de fiabilité, ils préfèrent s'appuyer sur eux en raison des

possibilités plus nombreuses de participer activement aux discussions, du flux d'informations perçu comme plus rapide et de la notion d'être moins soumis à la censure. Les deux zones de discussion ont révélé qu'il est encore possible d'améliorer les compétences analytiques des participants, notamment en ce qui concerne les réseaux sociaux. Dans l'ensemble, il a été constaté que les jeunes citadins semblent mettre en doute la fiabilité du contenu des médias un peu plus que leurs homologues périurbains.

### Réflexion

Les participants aux groupes de discussion sont très souvent exposés à des formes de communication malveillantes et à des mauvaises pratiques telles que le cyberharcèlement, les discours de haine, le harcèlement sexuel et la désinformation. La grande majorité d'entre eux reconnaissent ces pratiques et beaucoup ont mis au point un mécanisme de prévention ou de réaction, par exemple en ignorant le cyberharcèlement, en ripostant en cas de commentaires haineux, en demandant l'avis d'amis sur des informations douteuses ou en signalant des comportements répréhensibles aux responsables des réseaux sociaux. Néanmoins, il leur manque souvent un niveau de réflexion plus approfondi sur l'impact de messages créés par eux-mêmes (ou par d'autres) et sur l'agenda sous-jacent de certains contenus. Il est intéressant de noter que la désinformation à visée politique dans les médias traditionnels et numériques semble très répandue. La plupart des jeunes reconnaissent ce fait, mais ne réfléchissent pas aux moyens de le gérer.

### Création

Les jeunes qui ont participé aux groupes de discussion ont de bonnes compétences en matière de création de base. Prendre des photos, les publier sur les réseaux sociaux, mettre en place des groupes de messagerie et partager des informations avec leurs pairs sont des activités qui ont été mentionnées dans tous les groupes. Seuls quelques jeunes d'Abidjan possèdent des compétences plus avancées en matière de création, comme l'édition de photographies ou la création de sites web. Les experts interrogés ont confirmé que les jeunes Ivoiriens possèdent des compétences de création bien développées, mais ils ont également attiré l'attention sur la dynamique dangereuse qui peut se développer si les jeunes créent des contenus tout en manquant de recul pour analyser l'impact qu'ils peuvent avoir.

## Action

Les experts et les groupes de discussion indiquent que les jeunes Ivoiriens sont conscients qu'il existe des possibilités pour mettre en pratique leurs compétences EMI, que ce soit pour leur propre bénéfice ou celui de leur communauté. Au niveau individuel, les jeunes citent de nombreux exemples de la façon dont ils utilisent leurs compétences pour accéder aux informations qui les intéressent et aux ressources en ligne pour trouver un emploi ou

une formation. Toutefois, la réalité est différente lorsqu'il s'agit d'utiliser activement leurs compétences au profit de leur communauté. Bien que la plupart d'entre eux fassent preuve d'un grand enthousiasme pour les causes sociales (aide aux plus démunis, santé, changement climatique etc.), seuls quelques-uns semblent mettre leurs idées en pratique. Cette lacune pourrait être attribuée à l'insécurité sociale à laquelle ils sont confrontés, ce qui les conduit à donner la priorité à des domaines tels que la santé, l'éducation et l'emploi.

Résultats positifs	Résultats négatifs
<p><b>Accès</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Bonne expertise dans l'utilisation des médias numériques</li> <li>+ Les smartphones sont en partie utilisés pour accéder à des médias journalistiques</li> <li>+ Solidarité avec les jeunes qui n'ont pas un accès complet aux médias (ex : les jeunes analphabètes ou possédant moins de capacités pour accéder à Internet)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Seule une poignée de jeunes consomme des informations via les réseaux sociaux</li> <li>- Accès limité aux médias imprimés et mauvaise connaissance de ce qu'offrent en plus les journaux par rapport aux médias en ligne</li> <li>- Un taux élevé d'analphabétisme exclut de nombreux jeunes du contenu qui n'est ni vidéo ni audio</li> <li>- Accès à l'information dans les médias traditionnels plutôt limité pour les jeunes des régions rurales, car les médias se concentrent surtout sur les zones urbaines</li> </ul>
<p><b>Analyse</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Bonne connaissance des médias de tous types</li> <li>+ Conscience de la qualité disparate des informations sur les réseaux sociaux</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mauvaise connaissance du droit à la liberté d'expression et à l'accès à l'information</li> <li>- Disparité entre les médias jugés dignes de confiance et les médias utilisés</li> <li>- Les critères qui suscitent la confiance sont peu convaincants (ex : la télévision est plus digne de confiance car il y a des images)</li> </ul>
<p><b>Réflexion</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Sensibilité accrue aux formes de communication malveillantes et aux problèmes des médias</li> <li>+ Nombreuses stratégies pour faire face aux mauvaises pratiques des médias ou même les prévenir</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Normalisation de la désinformation motivée par des fins politiques mais aussi par des reportages biaisés</li> <li>- Réflexion superficielle lorsqu'il s'agit de remarquer les motivations sous-jacentes et de juger l'impact du contenu médiatique produit par soi-même sur les autres</li> </ul>
<p><b>Création</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Bonnes compétences de base en matière de création</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacités avancées peu développées</li> </ul>
<p><b>Action</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Bonnes connaissances de comment mettre les compétences EMI en pratique</li> <li>+ Expérience dans l'utilisation des médias numériques à des fins personnelles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Moins d'expérience dans l'utilisation des médias pour promouvoir des causes sociales</li> <li>- Espace de participation trop restreint pour les jeunes, notamment dans les médias traditionnels</li> </ul>

## 8. Recommandations

### Accessibilité



**Améliorer l'accès aux médias et les compétences de la jeunesse rurale dans le domaine des médias** : les participants des groupes de discussion et les experts soulignent que les jeunes qui vivent dans des milieux ruraux n'ont accès qu'à peu d'informations locales, ont tendance à avoir moins accès aux appareils technologiques et, en conséquence, ont des compétences moins développées en tant qu'utilisateurs de médias. Ces problèmes devraient être abordés par les médias, les écoles et les organisations qui travaillent sur l'EMI.

**Développer des stratégies pour les analphabètes et les illettrés** : environ 40% de la population ivoirienne présente des problèmes pour lire et écrire. Des stratégies pour améliorer l'accès aux médias aux jeunes en difficulté doivent être développées.

**Promouvoir les médias journalistiques en ce qui concerne le contenu relatif aux informations** : beaucoup de jeunes ne consomment les infos que via les réseaux sociaux et les applications de messageries instantanées. La qualité du contenu qu'ils consomment est très disparate. Les jeunes devraient être au courant qu'ils peuvent accéder à du contenu journalistique de grande qualité via des pages sur les réseaux sociaux.

### Analyse



**Continuer à sensibiliser les jeunes à la liberté d'expression et au droit à l'information** : plus de jeunes devraient être au courant qu'ils possèdent des droits en matière de liberté d'expression et d'accès à l'information, mais il faut aussi les sensibiliser au rôle que les médias peuvent et doivent assumer au sein de la société.

**Améliorer leur capacité d'analyse et encourager les jeunes à consommer du contenu émanant de médias dignes de confiance** : comme expliqué dans le chapitre sur l'analyse, une disparité existe entre les médias que les jeunes utilisent et ceux qu'ils jugent dignes de confiance. Les jeunes devraient être encouragés à aussi se référer au contenu proposé par les médias traditionnels, qu'ils soient disponibles sur papier ou en ligne.

### Réflexion



**Réfléchir aux motivations et aux agendas qui se cachent derrière les mauvaises pratiques des médias** : bien que la plupart des jeunes soient très conscients des formes de

communication malveillantes et des mauvaises pratiques des médias, beaucoup ne réfléchissent pas aux motivations et aux objectifs sous-jacents. Une réflexion plus approfondie sur les mécanismes qui sous-tendent les mauvaises pratiques des médias est nécessaire.

**Promouvoir une réflexion critique sur la désinformation politique** : la jeunesse ivoirienne est constamment confrontée à des informations biaisées ou fausses sur les questions politiques. La forte politisation des médias est normalisée et acceptée par beaucoup. Elle devrait faire l'objet d'une réflexion plus critique.

### Création



**Des compétences avancées en matière de création** : la plupart des jeunes Ivoiriens possèdent des compétences de base en matière de création. Ils sont habitués à prendre des photos, à publier du contenu sur les réseaux sociaux et à créer des groupes de discussion par messagerie. Seuls quelques-uns sont familiers avec des activités de création plus avancées telles que la mise en place d'un site web ou l'édition de photos. Un niveau plus avancé de compétences de création facilite une plus grande participation aux médias et crée plus d'opportunités d'emploi pour les jeunes Ivoiriens.

### Action



**Encourager et aider les jeunes à utiliser leurs compétences EMI au profit de leurs communautés** : plusieurs jeunes ont des idées sur la façon d'utiliser leurs compétences EMI afin d'avoir un impact positif sur leur communauté, mais ils ne les mettent pas en pratique. Encourager les jeunes et les aider à mettre leurs idées en pratique contribue à renforcer la confiance et l'expérience et, à long terme, à accroître l'action sociale pour le bien de la société dans son ensemble.

**Créer plus d'espaces dans les médias pour les jeunes participants et proposer du contenu plus pertinent pour eux** : les jeunes ne se sentent pas souvent représentés dans les médias ivoiriens. Les médias traditionnels, en particulier, sont souvent rejetés par les jeunes parce qu'ils ne les trouvent pas pertinents pour eux. Davantage de médias devraient créer des espaces qui facilitent la participation active des jeunes. De plus, des contenus et des formats plus appropriés aux jeunes devraient être intégrés.

## Bibliographie

**Afrobarometer (2017), Online Data Analysis Tool:** Côte d'Ivoire  
<https://afrobarometer.org/online-data-analysis/analyse-online>

**Baudelaire Mieu (2019); dans Jeune Afrique, "Côte d'Ivoire:** Radio Nostalgie conserve sa place de première radio commerciale" <https://jeuneafrique.com/755059/economie/cotedivoire-radio-nostalgie-conserve-sa-place-de-premiere-radio-commerciale/>

**Commission d'accès à l'Information d'Intérêt public et aux Documents Publics (CAIDP) et UNESCO Bureau Abidjan (2017),** "Étude diagnostique de la situation des médias", <http://caidp.ci/uploads/3af05f87c7a98e4ba0b790c018e5f39b.pdf>

**Institute for Health Metrics and Evaluation (IHME), (2018):** Health Data Côte d'Ivoire, <http://healthdata.org/cote-divoire>

**Freedom House (2017), Country Profile Cote d'Ivoire** <https://freedomhouse.org/report/freedom-world/2018/c-te-divoire>

**Reporters sans frontières (2019) – Côte d'Ivoire** <https://rsf.org/fr/cote-divoire>

**UNESCO Institut de statistiques, Basé de données UIS :** Profile de la Côte d'Ivoire (2018), <http://uis.unesco.org/fr/country/ci>

**La Banque Mondiale (2018), Profile de la Côte d'Ivoire** [https://databank.worldbank.org/views/reports/reportwidget.aspx?Report\\_Name=CountryProfile&Id=b450fd57&tbar=y&d=d=y&inf=n&zm=n&country=CIV](https://databank.worldbank.org/views/reports/reportwidget.aspx?Report_Name=CountryProfile&Id=b450fd57&tbar=y&d=d=y&inf=n&zm=n&country=CIV)

-  DWAkademie
-  @dw\_akademie
-  [dw.com/newsletter-registration](https://www.dw.com/newsletter-registration)
-  [dw.com/mediadev](https://www.dw.com/mediadev)

La DW Akademie est le centre de la Deutsche Welle pour le développement international des médias, la formation journalistique et le transfert de connaissances. Grâce à ses projets, elle renforce le droit de l'homme à la liberté d'expression et à un accès sans entrave à l'information. La DW Akademie permet aux gens du monde entier de prendre des décisions libres, fondées sur des faits fiables et un dialogue constructif.

La DW Akademie est un partenaire stratégique du ministère fédéral allemand de la Coopération économique et du Développement. Elle est également active grâce à des fonds du ministère allemand des Affaires étrangères et de l'Union européenne, et ce dans une cinquantaine de pays émergents et en développement.



*Made for minds.*