



Les stratégies argumentatives des « *fake news* » à l'épreuve de la vérité du Corona virus sur la blogosphère ivoirienne

Kouadio Djéban YEBOUA

Département des Arts et Lettres, ENS Abidjan

yeboua.shalom@yahoo.fr

&

Kouakou Kouman FODJO

Département des Arts et Lettres, ENS Abidjan

fodjo.kouman@ensabj.ci

2kfodjo@gmail.com

Résumé : L'apparition soudaine de « la maladie à corona virus » et sa propagation à un rythme sans commune mesure en nombre de décès et de cas de contamination se sont accompagnées de leurs flots d'informations qui transmettent un message volontairement truqué. La conception et la diffusion de ces *fake news* fonctionnent sur la base de schémas argumentatifs dont l'objectif principal est d'en faire des vérités propre à convaincre et à induire le public en erreur. À partir d'un ensemble d'informations, de messages vocaux, vidéos et écrits recueillis sur la blogosphère ivoirienne, notre contribution s'attellera, à décrire ces moyens pour travestir des faits en les revêtant d'un aspect mensonger qui dénature la réalité. En outre, elle donnera des indices linguistiques pour aider à déceler les symptômes de l'intox.

Mots clés : covid, fake news, faits, (dés)information, schéma argumentatif

Abstract : The sudden emergence of "Covid-19" and its unusually rapid spread in terms of deaths and number of affected lives has been followed by deliberately fabricated information. Designing and distributing this fake news follow a particular argumentative pattern whose main purpose is to turn them into truths capable of convincing and misleading the general public. This contribution gathered information from voice messages, videos and writings on the Ivorian blogosphere, to describe the used means to disguise facts by dressing them in a false aspect that distorts reality. In addition, it will provide linguistic clues to help detect the symptoms of faked information.

Keywords : covid, fake news, facts, (mis)information, patterns of argumentation

Introduction

Le fait marquant d'actualité du premier semestre de l'année 2020 et sans doute de toute cette année, pour l'ensemble de l'humanité, par son caractère exceptionnel, est incontestablement la crise sanitaire inédite avec son corollaire de conséquences pernicieuses à divers niveaux. En effet, l'apparition soudaine, suivie d'une propagation à un rythme alarmant et ahurissant que rien ne préparait ni ne laissait présager, de « la maladie à corona virus » ou Covid-19, occupe de manière irréfragable, et à l'échelle planétaire, la totalité des moyens sensoriels par lesquels les informations sont transmises. Comme toutes les questions d'envergure, ce malaise profond causé par des transformations à la fois sociales et économiques est accompagné de son flot d'informations qui transmettent un message volontairement faux. Alors que les pouvoirs publics, aidés d'organismes internationaux, mobilisent toutes les ressources et les capacités intellectuelles pour faire efficacement face à la maladie et rompre sa chaîne de transmission, une autre catégorie d'acteurs travaille à enfler l'état d'alarme, déjà extrême, dans lequel vivent les populations, par la fabrication et la diffusion à profusion de « *fake news* ».

Ces thèses sciemment orchestrées et surtout contraires à la vérité, produites dans l'intention de tromper, sont d'autant plus dangereuses qu'elles disposent, aujourd'hui, d'un canal de diffusion planétaire sans moyen de contrôle véritable, singulièrement pour nos pays, qu'est l'internet. Ce réseau mondial connectant des millions de réseaux télématiques utilisant le même protocole de communication accroît leur aptitude à se propager, tout comme le virus à l'origine de cette crise. On note, à travers l'espace-temps, du « *fake* » colporté avec un degré d'activité, de force et de puissance qui s'amplifie avec la prégnance des moyens technologiques qui lui confèrent sa puissance d'action dévastatrice. Non seulement ces « *fake news* » fragilisent la communication officielle, les discours des experts, mais ils influencent négativement la mémoire, les émotions et l'affect. Mieux, ils confinent dans un flou total.

Au regard de la légitimité et de la crédibilité qui est accordée socialement aux *fake news*, la question des stratégies argumentatives de la création de ces vérités canulars mérite notre réflexion. Notre corpus prétexte regroupe un ensemble d'informations et de messages vocaux, vidéos et écrits dont la teneur jure avec la réalité des faits. Pour ce faire, cette contribution vise d'abord à présenter les bases schématiques de l'élaboration des « *fake* » sur la blogosphère ivoirienne, d'une part, à rechercher les motivations profondes éventuelles des auteurs, d'autre part. En outre, elle abordera les éléments linguistiques de la construction de la vérité mensongère ainsi que leur fonctionnement. Enfin, dans une perspective de « *lutte* » contre ce phénomène devenu une calamité qui s'abat surtout sur une frange de la population ivoirienne affectée d'une psychose paranoïaque liée à la guerre, nous allons indiquer les méthodes purement

linguistiques que l'on peut employer ou dont on dispose pour parvenir à délier le vrai du faux.

1. Préalables terminologiques et contexte d'émergence sur le cyberespace ivoirien

Il nous paraît nécessaire, pour plus d'une raison au moins, de satisfaire un certain nombre d'exigences scientifiques pour une telle étude, notamment les précisions notionnelles ou terminologiques, avant d'exposer les résultats obtenus à l'issue de nos investigations.

1.1. De la notion de « *fake news* » et concepts connexes

Déterminer en circonscrivant de manière précise l'ensemble des caractères autour du concept même de « *fake news* » est un besoin indispensable à combler pour une meilleure compréhension de son fonctionnement.

- Des « *fake news* » aux « *infox* » et « *intox* »

Traduit strictement à la lettre de l'anglais, le groupe nominal *fake news* se compose de l'adjectif qualificatif *fake* rendu en français par *faux*, *fictif*, *falsifié* ou *truqué* et du nom *news* qui équivaut à *nouvelle du moment*, *information*, *un ensemble d'événements actuels* ou *des faits tout récents*. Ce terme est donc d'origine anglaise, précisément de l'anglais américain. Son intrusion soudaine dans l'actualité, pour s'imposer dans l'imaginaire collectif, a été le fait du Président américain Donald Trump. Ce dernier prétend même en être le concepteur. Il est vrai que lors de la campagne qui l'a porté à la tête des Etats-Unis, il a abondamment fait usage de l'expression « *fake news* » dans sa guerre contre la presse.

En réalité, l'existence de la manipulation de l'information est multiséculaire des faits relatifs à l'évolution de l'humanité. La manœuvre destinée à influencer le public tire en effet son origine des plus anciennes civilisations humaines. On a découvert, par exemple, une déesse de l'antiquité, *Apaté*, qui incarne le fait d'employer les éléments du langage dans le but de duper, d'induire en erreur quant aux faits ou quant à ses intentions, en usant de mensonge, de dissimulation et de ruse. Tout au long de l'histoire, l'action insidieuse sur les esprits, tendant à accréditer certaines opinions, à démoraliser d'autres pour en fin de compte dérouter le public par le matraquage d'une information falsifiée a existé. Des hommes d'État, sans scrupules, qui n'hésitent pas à employer les moyens les plus perfides, les procédés les plus tortueux pour accomplir leurs desseins¹ aux atterrissages canularsques d'objets volants non identifiés (OVNI), les « *fake news* », jalonnent l'actualité sociopolitique depuis les temps immémoriaux.

¹ S'inspirant des thèses de Machiavel

L'équivalent « transpositionnel » littéral précédemment admis de « fake news », en langue française, « fausses² nouvelles » ne rend pas complètement le caractère d'une attitude psychologique intentionnelle des auteurs des « fake news ». Par contre, en traduisant l'adjectif qualificatif *fake* par *falsifié*, *truqué* ou *forgé*, l'idée d'un travail élaboré d'une manière artificielle paraît avec plus de relief et plus de netteté. Le premier élément qui établit légitimement les « fake news » est l'intentionnalité, c'est-à-dire une volonté manifeste d'un concepteur d'abuser de la crédulité du public et de l'induire en erreur. C'est sans doute la raison qui a motivé la proposition³ du terme *infox* qui semble plus apte à prendre en compte cette arrière-pensée. Il s'agit, en effet, d'un mot-valise⁴ qui fusionne le contenu sémantique d'*information* et d'*intoxication*. Avec *infox*, il devient beaucoup plus aisé d'éviter de confondre « fake news », « scoop » et « théories complotistes ».

Beaucoup plus récemment, par troncation, procédé morphologique d'abrègement d'un mot polysyllabique par suppression d'une ou plusieurs syllabes, les professionnels des sciences de la communication parlent plus d'*intox*. La chaîne française cryptée *France 24* qui a généralisé ce terme, l'utilise pour l'opposer à *information* à travers le slogan⁵ : « *Info ou intox ?* ». Dans cette vision, l'*info* est un ensemble de renseignements ou événements, dont la crédibilité ne fait l'ombre d'aucun doute, qu'on porte à la connaissance du public. L'*intox* par contre signale toute action insidieuse sur l'esprit du public pour accréditer une opinion, démoraliser, influencer l'auditeur.

- « Fake news », scoops et théories complotistes

Sans en être un, les « fake news » apparaissent ou naissent brusquement dans l'actualité en s'élevant et en s'élançant comme des « scoops journalistiques ». Cet anglicisme désigne plutôt une nouvelle importante donnée en primeur ou en exclusivité par une agence de presse. Parce qu'aucun journaliste ne l'a rapporté auparavant, le *scoop* attire immédiatement l'attention et passe au-devant de la scène. Les « fake news » se répandent également comme une trainée de poudre. Ils affolent, comme les « scoops », l'ensemble des moyens de transmission de l'information à une grande quantité de personnes simultanément, c'est-à-dire la télévision, la radiodiffusion, la presse écrite et enfin la blogosphère. Cependant, contrairement aux « fake news », les scoops sont des informations avérées et proviennent d'un travail de journalisme d'investigation. On sait, par contre, que

² Le plus souvent, *faux* désigne simplement ce qui marque un écart par rapport à ce qui est correct, juste, exact

³ Par une commission du Ministère français de la Culture

⁴ Mot composé d'éléments non signifiants de deux ou plusieurs mots.

⁵ Par ailleurs le titre d'une émission de décryptage de *fake news*.

les « *fake news* » sont obtenus à partir d'un ensemble de manœuvres secrètes, plus ou moins déloyales, pour accomplir quelque mauvais dessein.

Les « *fake news* » ne peuvent pas non plus être assimilés aux thèses complotistes même si celles-ci en sont l'une des meilleures sources d'inspirations. Le complotisme fonctionne selon le modèle de pensée conspirationniste dont les principes fondateurs ont été énoncés par P-A. Targuief (2013) :

- rien n'arrive par accident ;
- tout ce qui arrive est le résultat d'intentions ou de volontés cachées ;
- rien n'est tel qu'il paraît être ;
- tout est lié mais de façon occulte

Dans son fonctionnement, le complotisme s'inscrit dans une vision de déconstruction des thèses officielles. Tout événement doit être relaté dans une vision d'un projet concerté secrètement contre la vie, la sûreté d'un peuple, d'un groupe ou contre une institution. Les théories conspirationnistes sont donc une lecture biaisée de tout ce qui arrive et qui a quelque importance pour l'homme par son caractère exceptionnel ou considéré comme tel. Elles se donnent pour action de proposer ou de donner une signification aux faits, gestes, paroles des autorités et la signification ainsi proposée est détournée au profit de combinaisons secrètes et alambiquées visant à faire échouer l'objectif visé. On ne peut donc pas les confondre avec les « *fake news* » qui constituent une machination pure et simple.

L'invasion massive, soudaine et violente sur la blogosphère ivoirienne, des « *fake news* », à la faveur de la pandémie liée au nouveau coronavirus s'inscrit dans un climat sociopolitique particulier.

1.2. Macrocontexte de l'émergence du « *fake news* » sur la blogosphère ivoirienne

La résurgence récente des « *fake news* » sur l'espace cybernétique ivoirien, après un pic en 2010⁶, intervient dans un environnement singulier. Il règne, en effet, en Côte d'Ivoire, un ensemble de conditions sociopolitiques susceptibles de faire naître cette volonté de manigancer en secret des desseins, des combinaisons contraires à l'honnêteté et à la légalité mais bénéfiques à un intérêt partisan. Par ailleurs, en Afrique francophone, on assiste à une résurgence du sentiment anti-français, liée en grande partie à la méfiance vis-à-vis des soldats français déployés au Sahel dans le cadre de l'opération Barkhane. Effectivement, à mesure que la situation sécuritaire se dégrade, une vague de nationalisme faite de ressentiment antifrançais diffus a gagné le Sahel et l'ensemble des pays francophone d'Afrique.

⁶ Lors des élections présidentielles et de la crise sociopolitique grave qui s'en est suivie.

- L'élément déclencheur : les mystères de la pandémie de coronavirus

L'apparition brusque et inattendue de la pandémie liée au nouveau coronavirus apparaît comme un terrain fertile à la propagation des « fake news » du fait du caractère énigmatique de la substance organique qui transmet la maladie. Les connaissances scientifiques approximatives de ce virus, avec des informations officielles arrivant par tâtonnement et quelquefois même se contredisant, constituent une aubaine pour répandre les « fake news ». Dans l'imaginaire populaire, le fait que des médecins soient imprécis et tiennent des discours qui ne sont pas rigoureusement exacts prouve qu'il existe un ensemble de mystères, d'informations qui doivent être réservées à quelques-uns et sans doute tenues secrètes. Leur détenteur ne devrait, sous aucun prétexte, les révéler. Il devient, dès lors, très facile pour les fabricants des « fake news » d'avoir une confiance aveugle de la cible, la masse populaire.

Il est certes incontestable que la contradiction a toujours été la locomotive de l'évolution scientifique. Mais on a assisté, dès le début de cette pandémie, à une sorte de cacophonie entre différents résultats d'études publiées sur le nouveau coronavirus. Contrairement à l'usage au sens de la procédure habituelle en science expérimentale, au lieu de demander que d'autres études soient menées pour compléter des données disponibles qui ne leur semblent pas correspondre à la vérité, certaines publications remettent complètement en cause la validité même des conclusions de leurs pairs. La controverse au sujet de l'efficacité de l'hydroxychloroquine puis de l'utilité du port du masque (cache-nez) en France a définitivement scellé le sort de la fiabilité des discours officiels et planté du même coup le décor des « fake news ».

Il faut ajouter spécifiquement, en Côte d'Ivoire, les événements de l'INJS⁷ qui suggèrent que le confinement est un leurre. Il semble imposé juste pour porter atteinte aux libertés individuelles. À partir de différentes réactions sur les réseaux sociaux, on se rend compte que les populations ivoiriennes ont une nette impression que les autorités n'ont aucune stratégie de lutte contre cette pandémie et surtout que la cacophonie des chercheurs en médecine est un aveu d'impuissance. Les internautes ivoiriens deviennent alors facilement réceptifs aux informations fabriquées qui prennent le contre-pied des autorités politiques sur la gestion de la crise sanitaire relative à la covid.

- La prégnance d'espaces virtuels à l'heure du confinement

Alors que la plupart des secteurs économiques souffrent des mesures de confinement mises en place afin de limiter la propagation du virus, les opérateurs de fourniture d'accès à internet ont paradoxalement vu une hausse record de

⁷ Des autorités politiques auraient demandé que des personnes qui leur seraient proches venues de la France ne soient pas soumises à une obligation de la quarantaine à l'INJS.

leurs activités et une flambée de l'utilisation de leurs données et subséquemment de leurs chiffres d'affaires. Dans un article publié par *Le monde.fr*, on estime que les activités, de Orange⁸ ont progressé de près de 9 % avec une augmentation du trafic de 40%.

En fait, bien que faiblement affectée par le virus, la Côte d'Ivoire annonce rapidement des mesures barrières qui ont pour effet de dissuader les déplacements des populations et inciter celles-ci à s'enfermer autant que possible. Pour limiter le désastre économique, la déroute du système scolaire et la dislocation des cellules familiales, les populations ivoiriennes, comme partout ailleurs dans le monde, se tournent vers internet. Le gouvernement initie le e-learning, les visioconférences et encourage les entreprises au télétravail. La conséquence immédiate a été de placer l'outil informatique au cœur de toutes les communications. Cette prégnance du réseau télématique international est une occasion inespérée pour les distributeurs d'informations montées de toutes pièces.

- La crise de confiance généralisée dans les autorités

En dépit de près d'une décennie d'accalmie relative, il n'est pas difficile de constater avec regret que la grave crise postélectorale qu'a connu la Côte d'Ivoire en 2010 y a laissé un climat délétère et semble avoir profondément accru la tendance au regroupement en deux blocs des diverses forces politiques de ce pays. A l'approche d'une nouvelle échéance électorale importante prévue en octobre 2020, la scission latente des Ivoiriens est à nouveau exacerbée par des discours politiques de plus en plus clivants. Une telle bipolarisation de la sphère politique ivoirienne se manifeste par une fracture de la confiance d'une grande partie de la population en leurs représentants politiques. La crise de confiance prend progressivement une allure de défiance vis-à-vis de la Parole officielle. Profondément convaincus que les politiques n'ont aucun souci de l'intérêt général, des Ivoiriens reçoivent désormais tout message qui émane d'une autorité reconnue, constituée (du gouvernement ou de l'administration publique) avec une lecture partisane. Dans une telle atmosphère pesante et de suspicion, où chacun se tient sur ses gardes face à quelqu'un d'autre, surtout du camp adverse, ces discours certifiés par l'autorité sanitaire compétente au sujet de la covid n'ont de vérité que pour les sympathisants du parti au pouvoir. C'est donc un contexte particulièrement propice à la falsification d'information pour induire la population en erreur.

⁸ Leader de la téléphonie mobile en Côte d'Ivoire

2. Mécanisme de création de la vérité mensongère

Les « fake news » ont gagné en importance pendant la pandémie de la maladie à coronavirus. La question de leurs stratégies, au coeur de cette réflexion, est en prise directe avec celle de leurs buts. En effet, toute stratégie se conçoit par rapport à la finalité qui lui est assignée. Dans la perspective de la communication où les « fake news » se perçoivent comme des discours dialogiques, dans un contexte de crise d'une grande envergure, la volonté des protagonistes du dialogisme de s'influencer ne fait l'ombre d'aucun doute. Toutefois, cette envie d'influencer, quoique mutuelle, reste cruciale pour les auteurs des « fake news ». De fait, convaincre, endoctriner, contagionner l'allocutaire; récepteur généralement « absent et non loquent » se présente comme un challenge pour eux. Faire adhérer un allocutaire à une thèse, à une idée, impose la stratégie comme une question centrale.

Pour cela même, dans ce dialogisme, les « fake news » usent de stratégies qui permettent à leurs auteurs multiples d'atteindre leurs objectifs en procédant par un montage, par une pure création dont le mécanisme exploite diverses ressources, à l'instar de celles de l'argumentation. Celle-ci devient alors « une activité suspecte, avec ses paralogismes, sophismes, pseudo-raisonnements, capiteux et fallacieux. Elle laisse libre cours aux arguties et à la mauvaise foi » C. Plantin (1996 p.16). Les fabricants des « fake news » se transforment en raisonneurs, sophistes, ergoteurs, qui s'efforcent de mettre au point des stratégies à même de convaincre.

Par conséquent, le discours argumentatif des « fake news » se caractérise de façon intradiscursive par différentes formes structurelles et, de façon extradiscursive, par l'effet perlocutoire qui lui est attaché, c'est-à-dire la persuasion. En inventant les « fake news », dans cette période de crise sanitaire, leurs auteurs objectent de provoquer ou d'accroître l'adhésion de l'auditoire aux thèses présentées à leur assentiment, surtout que cet auditoire semble en manque. La question de l'efficacité dans leur interaction est ici au centre, et les auteurs des « fake news », qui ont à cœur d'influencer leurs allocutaires, élaborent des stratégies discursives qui intègrent ceux-ci. De même, ils construisent concomitamment dans leurs discours une image d'eux-mêmes au service de la fin recherchée, c'est-à-dire en adéquation avec l'attente de l'auditoire.

Sur cette base, ils donnent une orientation argumentative qui s'adapte à l'auditoire ou au public cible et souvent à eux-mêmes les auteurs, mais qui a également recours à l'argument d'autorité détourné, à la manipulation, à l'image et à l'affectivité. L'oral, à travers des vidéos commentées ou non de soi ou d'autres personnes et l'écrit, par des messages, constituent les canaux de transmission des « fake news ».

2.1. Le dispositif d'énonciation : adaptation au public et place de l'auteur

Les « *fake news* » s'inscrivent dans le vaste ensemble des discours et, à l'instar de l'argumentation dont ils empruntent quelques caractéristiques, comme le souligne à juste raison R. Amossy (2000 p. 33), visent à obtenir l'adhésion de ceux auxquels ils s'adressent. L'un des temps forts, les premiers linéaments, conscient, calculé ou non, de ce projet, porte sur l'adaptation des « *fake news* » à l'auditoire qu'ils cherchent à influencer en modulant le discours en fonction de celui-ci.

L'auditoire est l'« ensemble de ceux sur lesquels l'orateur veut influencer par son argumentation » (CPerelman, 1970 p. 25). Autrement dit, l'auditoire, ici, c'est l'ensemble de tous ceux auxquels s'adressent les « *fake news* ». Il est tantôt déterminé ou délimité, tantôt indéterminé, mais généralement absent ou virtuel. Il ne prend véritablement pas une part active à la construction ou à la fabrication des « *fake news* » et peut connaître une extension. Toutefois, ces « *fake news* » se modulent par rapport à eux et ils en constituent les promoteurs.

Les marques linguistiques ramenant à l'auditoire sont nombreuses. Elles tiennent à des noms propres ou communs, à des groupes nominaux qui désignent des auditoires et ciblent un public précis, restreint mais bien souvent extensible. Elles portent aussi sur des pronoms personnels, des propositions emphatiques, des apostrophes.

En ce qui concerne les noms propres, au moins deux noms d'autorité, les présidents Macky Sall du Sénégal, qui aurait donné « son approbation à un test de vaccin contre le coronavirus et Alassane Ouattara de Côte d'Ivoire nous sont revenus. Lansana, activiste panafricain de la colonie française du Sénégal, comme il se présente lui-même, s'adresse directement à eux. Dans une vidéo mise en ligne, son message est destiné aux « *marionnettes de la France qui dirigent nos pays* », de manière générale et, spécifiquement, à ces deux personnalités qu'il considère comme telles. Cette adresse déprise les règles de bienséance et celles dues à leur rang, pour deux raisons au moins. D'abord, elle se caractérise par le tutoiement « *toi Macky Sall...* » et « *toi Alassane Ouattara...* ». Ensuite elle se révèle agressive par son contenu corrosif et épigrammatique.

L'antagonisme est donc ouvert et justifie le double ton : celui de persuasion de l'échec programmé dans leur entreprise, d'une part, et celui de menace, d'avertissement des destinataires qu'utilise l'auteur, de l'autre. Il reste ainsi conforme à la fin qu'il poursuit. Primo, par ce double ton, l'auteur cherche à dissuader ces derniers, et par ricochet l'ensemble des présidents des pays africains qui auraient les mêmes desseins qu'eux, c'est-à-dire se lancer dans une aventure « suicidaire » pour les populations. Secundo, il cherche à rallier à sa cause les différents auditoires par la divulgation des « intentions ou volontés inavouées » de la classe des présidents mentionnés supra. Il s'agit tout d'abord de l'auditoire, certes déjà acquis, c'est-à-dire celui qui se compose des opposants

à ces derniers, mais qui a besoin d'être conforté dans sa position. Il s'agit également de l'auditoire à conquérir qui se compose de celui qui hésite et de celui de leurs partisans.

Quant aux nombreux noms communs et groupes nominaux, désignant l'auditoire, que l'on retrouve dans les « fake news », et dont certains fonctionnent en réseau, ils portent sur la familiarité, l'amitié, l'affectivité et la connexité entre l'auteur et l'auditoire. À ce niveau, l'on retrouve, dans une vidéo publiée par Déborah pour informer d'un vaccin et défendre l'auditoire de se faire vacciner, « les amis », « tous les amis », « tous mes amis », « les personnes que j'aime bien », « les familles en Côte d'Ivoire », et dans la supposée intervention du président Malgache « vous qui êtes malades » ... Ils tiennent également à un élan patriotique et désignent « les Ivoiriens », « la population ivoirienne », « les gens en Côte d'Ivoire », « les Sénégalais » ... Ils ressortissent par ailleurs au panafricanisme et ce sont le « peuple », « les africains », « tout pays africain dont des ressortissants souhaitent voyager en Europe, précisément en France », « les gens de la sous-région, Mali, Sénégal, Cameroun, Ghana, les pays aux alentours », « tout le monde », « les personnes qui vivent dans les pays tropicaux », « tous les citoyens »... à qui l'on s'adresse. Ils se rapportent aussi à l'ensemble à la fois, avec un mélange d'amitié, d'affectivité, de familiarité, de panafricanisme dont les groupes nominaux étendus « mes amis africains », « chers frères et sœurs africains et africaines » constituent des exemples.

L'auditoire est aussi désigné de façon imagée. Ainsi, la métaphore in absentia « les marionnettes de la France », « les marionnettes » renvoie aux dirigeants africains dont certains sont nommément cités. Ces groupes nominaux négativement connotés portent aussi une dose de violence en ce qu'ils constituent une menace négative de la face de leurs destinataires ou de leurs signifiés en contexte.

L'auditoire se désigne également par des pronoms personnels, notamment les indices linguistiques des échanges supposés entre un locuteur et son auditoire, c'est-à-dire d'une double présence co-énonciatrice. Ce sont, tout d'abord, les pronoms « nous », de la première personne du pluriel, et « on » pronom indéfini, syntaxiquement troisième personne et sémantiquement « nous », effectivement présents dans certains « fake news » alors qu'ils sont suggérés par le fait que le message émane d'une instance destinatrice du message, dans d'autres. Ce sont aussi les pronoms « tu » et « vous » de la seconde personne.

Les pronoms « nous » et « on = nous » ont un sens variable en termes de référence. Ils ont la particularité d'équivaloir au moins à « je + tu » ou « je + vous ». Tel qu'ils sont employés dans les « fake », ils fonctionnent à la fois comme le couple destinataire / destinataire mais, à la réalité, ils renvoient plus à l'auditoire avec lequel le destinataire fait corps, fusionne.

Quant aux pronoms « vous » et « tu » ainsi que sa variante « toi », ils s'utilisent tantôt seuls, tantôt dans une apostrophe, tantôt encore dans des structures emphatiques « vous qui êtes malades ». L'impératif, « partagez », « faites circuler » ..., convoque également de manière implicite la seconde personne « vous ». Ils affleurent dans les « *fake* » et renvoient indistinctement à tout auditoire avec une disparité, numérique certes, mais surtout sémantique.

Les « *fake* » visent également et de manière implicite divers auditoires, comme on peut le constater à travers les exemples suivants, notamment des clients et proches (1 et 2), les propriétaires de cliniques (3), les parents d'élèves de Côte d'Ivoire (4), les potentiels voyageurs en Europe (5), la population ivoirienne ou partie (6 à 10) et la population mondiale (11 à 18).

1. « Jalal Kawar le propriétaire de Orca Deco tient à s'excuser auprès des personnes qu'il a rencontrées cette semaine pour qu'elles prennent leur disposition de mise en quarantaine étant donné qu'il vient d'être confirmé positif au Covid-19. Souhaitons-lui un prompt rétablissement ».

2. Covid-19 fermeture temporaire de la pharmacie de la zone 3. Un membre du personnel infecté.

3. Chers tous,

Nous avons rencontré hier le ministre de la santé en compagnie des 4 autres grosses cliniques. Les consignes sont fermes. Nous n'avons pas le droit d'hospitaliser aucun covid 19 dans le privé, ni en hospitalisation ni en réa. Nous allons recevoir un algorithme précis du comité scientifique.

Interdiction formelle de laisser rentrer un covid dans une clinique.

4. URGENT : Coronavirus / Côte d'Ivoire ci : le programme de réouverture des portes des écoles en République de Côte d'Ivoire...

5. Les voyageurs non-ressortissants de l'Union Européenne doivent passer le test Covid-19 et se faire vacciner afin de pouvoir obtenir un visa pour visiter un pays de l'espace Schengen.

6. Les populations d'Anono s'opposent à l'installation d'un centre dépistage de Coronavirus.

7. ... L'ex international de Football, Didier Drogba a remis la somme d'un million d'euros à l'Etat de Côte d'Ivoire en soutien à la lutte contre le COVID -19 dans le pays.

8. Deux Burkinabè contrôlés positifs au coronavirus à Bouaké.

9. Un malade du coronavirus à Yopougon transporté sur une civière.

10. Des autobus de le SOTRA transportent des chinois malades de coronavirus.

11. Bill Gates veut implanter des « puces » électroniques via des vaccins, pour « marquer » et géolocaliser la population et la contrôler.
12. La 5G propage le virus.
13. Le soleil et la chaleur protègent du coronavirus.
14. Ne pas respirer pendant 10 secondes permet de savoir si on est infecté.
15. Boire de l'alcool empêche de tomber malade.
16. Les moustiques transmettent le coronavirus.
17. La pulvérisation d'alcool ou de chlore sur le corps peut tuer le coronavirus.
18. De fortes doses de Vitamine C constituent un traitement efficace contre la COVID-19.

La stratégie de ces « *fake news* » consiste à utiliser des formes calquées sur des modèles connues de diffusion d'informations telles que les notes d'information (1 et 2), le courrier (3), le communiqué (4 et 5), de simples informations générales sur le coronavirus (6 à 11) ou d'informations à caractère scientifique (12 à 18). Avec cette stratégie, de citer les destinataires devient inutile. La forme de transmission du message choisie permet à l'auditoire de s'identifier et d'être identifiable et identifié. De même, ces formes éloignent du doute et donnent plus de crédit aux messages. C'est pourquoi, même s'ils semblent ignorés ici, les auditoires ne constituent pas moins les cibles principales de ces « *fake news* » présentés dans une mouture pour les convaincre. Ils se détectent très aisément.

Les « *fake news* sur le coronavirus emplissent les réseaux sociaux et les médias, avec des motivations diverses. On peut citer, entre autres, les actes de dénigrement et discrédit de l'adversaire politique ou social, de rejet de la faute sur un pays, une nation ou une religion spécifique, de la désinformation sur le coronavirus. Les mensonges, les rumeurs et les théories du complot objectent de battre en brèche des thèses, d'alerter, de lancer des « scoops », de révéler des supposés secrets et informations...

L'auditoire demeure central dans cette « infodémie⁹ » qui touche de nombreux domaines de la pandémie. Le traitement que l'on en fait varie en fonction l'objectif à atteindre et le message que l'on adresse à l'auditoire entre dans ce cadre.

⁹ Néologisme créé par l'OMS pour désigner une « surabondance d'informations, certaines exactes et d'autres non, qui fait qu'il est difficile de trouver des sources dignes de confiance et des conseils fiables lorsque la population en a besoin ».

À un auditoire qu'ils vouent aux gémonies, et qu'ils veulent amener à avoir en abomination, les auteurs des « *fake news* » dépêchent des missives à contenu « agressif ou violent » et le traite avec inappétence. À un auditoire qu'ils veulent rallier à leur cause, endoctriner, suborner, le traitement, même s'il ne se singularise pas toujours par un attitude d'une sollicitude exacerbée, il n'en demeure pas moins digne d'intérêt. Ce choix « stratégique » répond au souci d'atteindre les objectifs poursuivis.

L'auteur lui-même, dans le dispositif énonciatif des « *fake* », est représenté par les indices linguistiques connus du destinataire d'un message « je » et « nous », ainsi que leurs variantes. À ces indices, il faut ajouter des noms propres, voire des institutions, des personnes morales. Hormis le pronom « je », marque de la responsabilité, le « nous » synonyme de symbiose avec l'auditoire et de communauté de destin dans la situation dépeinte, les autres désignatifs, explicites ou implicites, facilitent et favorisent l'adhésion massive de l'auditoire. Par ailleurs, les noms propres, les institutions, les personnes morales, comme auteurs de l'information, éloignent du doute et renforcent le crédit à accorder aux différents messages.

Somme toute, l'auditoire et les auteurs des « *fake news* » occupent une place prépondérante dans le dispositif énonciatif. Dans la mesure où les « *fake news* » leur sont adressés, ils s'imposent, consciemment ou non, comme des pièces maîtresses de la stratégie de ces « *fake* ».

2.2. Recours au détournement : l'argument d'autorité détourné

On parle d'argument d'autorité lorsque, pendant l'argumentation, l'on invoque, dans son propos, une autorité. Il est également désigné par les trois formules latines, « *argumentum ad verecundiam* » qui signifie « argument de respect », « *argumentum ad potentiam* » qui veut dire « argument de pouvoir » et « *ipse dixit* » qui a le sens de « lui-même l'a dit », « lui » désignant l'autorité citée. Ce tryptique confère à l'argument d'autorité, de la valeur, du pouvoir et de la notoriété, bien entendu en fonction de son origine plutôt que de son contenu. De même, il lui impartit surtout sa recevabilité, étant convenu que la personne invoquée fait figure d'autorité dans le domaine abordé. L'argument d'autorité est du reste un moyen rhétorique différent de l'usage de la raison ou de la violence pour faire adhérer à un propos.

C'est pourquoi, convaincus de son immense « pouvoir » d'accréditer, de valider ou de discréditer, d'invalider une information, les auteurs des « *fake news* » utilisent à l'envi l'argument d'autorité, mais de manière « détournée ». Pour ce faire, ces auteurs s'appuient sur la notoriété, simple ou dans un domaine spécifique, d'une autorité ou d'une personnalité, l'exploitent et en abusent, surtout si celle-ci a eu « le malheur » d'intervenir dans le domaine concerné par l'information, par le message. Ils lui attribuent des propos dans lesquels cette

dernière ne se reconnaît nullement, car elle-même se surprend généralement, et dans la presque totalité des cas, d'apprendre qu'elle en est la destinataire, l'autrice. Elle les dénonce et les rejette. Il arrive aussi que les auteurs des « fake news » décontextualisent, pour ensuite les « recontextualiser », des propos d'une autorité, pour que, in fine, le message soit validé, puisqu'il bénéficie désormais du crédit de cette autorité.

Le détournement, au regard de ce qui précède, constitue l'une des stratégies des « fake news ». Nous en voulons pour preuve un message, présumé provenir de l'ancien locataire de la maison blanche, le président Obama, et accompagné de sa photo. Dans cette adresse, ce dernier demanderait aux africains de refuser les vaccins contre le coronavirus. Le message, intégralement publié au style direct et largement diffusé sur les réseaux sociaux, se libelle comme il suit :

+Barack Obama : « je serai complice si je ne dénonce pas cet acte maléfique que les blancs veulent faire aux africains, avant tout moi je suis né en Amérique mais je suis africain du sang, je ne vais pas permettre que les blancs tuent les africains avec leurs vaccins toxiques, je demande aux africains d'être intelligent, et de veiller à ce que les vaccins contre coronavirus n'entrent pas dans les territoires africains, il y a un plan machiavélique qu'ils inventent, en disant on vient aider les africains, or qu'ils viendront vous exterminer, je vais que ce message soit partager un peu partout, pour éveiller les esprits africains afin que les vaccins-là n'arrivent pas en Afrique ».

Cette adresse est relayée sous une forme résumée et rapportée au style indirect : « Barack Obama demande aux africains de ne pas accepter les vaccins qui viendront de l'Amérique et de l'Europe ».

Si le doute peut exister quant à la véracité de l'information rapportée au style indirect, avec le nom du Président Obama et la forme de la version de son discours au style direct, les réserves semblent se dissiper. Par ailleurs, bien qu'il est américain, Obama ne rejette guère ses origines africaines et n'hésite pas à prendre, bien souvent, une posture de défense du continent et des pays africains. Sur cette base, croire au message supra se pose comme une évidence, comme un réflexe, surtout que Barack Obama a réagi aux propos tenus par messieurs Jean-Paul Mira et Camille Locht sur l'opportunité de tester un vaccin en Afrique dans le cadre du coronavirus. Voici en dessous une partie de leur entretien :

Jean-Paul Mira : « *Si je peux être provocateur, est-ce qu'on ne devrait pas faire cette étude en Afrique, où il n'y a pas de masques, pas de traitements, pas de réanimation ? Un peu comme c'est fait d'ailleurs pour certaines études sur le sida. Chez les prostituées, on essaye des choses parce qu'on sait qu'elles sont hautement exposées et qu'elles ne se protègent pas* ».

Camille Loch : « *Vous avez raison, on est d'ailleurs en train de réfléchir à une étude en parallèle en Afrique avec le même type d'approche, ça n'empêche pas qu'on puisse réfléchir en parallèle à une étude en Europe et en Australie* ».

Le Président Barack Obama, homme extrêmement célèbre, lui-même d'origine africaine, sans contredit offensé, n'a pas apprécié ces propos qui ravalent l'Afrique. Dans la ferveur généralisée des vives réactions, il les a juste condamnés, tout autant que tous les autres frustrés, les propos des chercheurs. Toutefois, il n'a jamais été question pour lui de demander aux africains de récuser un quelconque vaccin d'où qu'il vienne comme indiqué dans le message dont il est supposément attributaire. C'est donc un « fake news » qui procède du détournement et « fait dire » au Président Obama ce qu'il n'a jamais dit.

Les raisons évoquées, précisément ses origines, son intérêt pour l'Afrique et sa réaction, même non médiatisée, aux propos des chercheurs, militent en faveur du message à lui attribué de mauvaise foi. L'invocation de l'autorité que représente Obama suffit à apporter tout le crédit au message et à emporter l'adhésion « aveugle » des destinataires.

Tout comme lui, les propos des chercheurs, et spécifiquement ceux qui sont en italique, qualifiés de « racistes », ont suscité le courroux de nombreuses personnes, anonymes et célébrités, qui n'ont pu s'empêcher de réagir en s'en indignant, en les dénonçant et en les vitupérant. Ainsi, au nombre des réactions figurent celles de vedettes africaines du football, telles que Didier Drogba et Samuel Eto'o, et de stars d'origine africaine de la musique, comme Booba, Dosseh et Rohff. L'organisation mondiale de la santé, à travers son premier représentant, ainsi qu'une bonne partie de la population mondiale de toutes les races ne sont pas restées en marge de cet élan de solidarité face aux propos des chercheurs « à la mentalité colonialiste » contre le continent africain. Elles ont toutes exprimé leur indignation.

Au demeurant, le chercheur français, Didier Raoult, aurait fait la même mise en garde aux africains en les invitant « à ne pas prendre le vaccin de Bill Gates pour lutter contre le coronavirus » car il contiendrait « du poison ». Ce dernier fait démentir l'information. En outre, le Prix Nobel japonais, Tasuku Honjo, est réputé destinateur de propos créés de toutes pièces qui font de lui le

père de la théorie de la création du coronavirus dans un laboratoire chinois. Lui également s'en indigne et dément l'information.

Contrairement à l'exemple précédent où l'on exploite la notoriété d'homme d'État du Président Obama, dans cette autre manifestation du détournement, l'on s'appuie sur la notoriété « spécifique » dans le domaine de la santé. Ainsi, le professeur Didier Raoult est co-auteur putatif avec le Président Obama et certainement bien d'autres encore de l'injonction faite aux africains de récuser les vaccins. De même, le message fabriqué fait dire au Prix Nobel de médecine que « le virus corona n'est pas naturel » et la rumeur rapporte ceci :

Le Dr Tasuku Honjo a fait sensation aujourd'hui devant les médias en disant que le virus corona n'est pas naturel : « J'ai fait quarante ans de recherche sur les animaux et les virus. Ce n'est pas naturel. Il est fabriqué et le virus est complètement artificiel. Je travaille depuis quatre ans dans le laboratoire Wuhan de Chine. Je connais bien tout le personnel de ce laboratoire. Le gouvernement peut retirer mon prix Nobel, mais la Chine ment et cette vérité sera un jour révélée à tous ».

Homme illustre dans le domaine la santé, chercheur immunologiste, professeur émérite de l'Institut d'études avancées de l'université de Kyoto et Prix Nobel de physiologie ou médecine pour ses travaux sur le traitement du cancer, son avis sur une question de santé, quelle qu'elle soit, reçoit moins difficilement l'adhésion des destinataires.

Une interdiction du professeur Didier Raoult de prendre des vaccins et un avis sur l'origine du coronavirus du professeur Tasuku Honjo, deux spécialistes de la santé, assurent un succès indéniable auprès de l'auditoire. En effet, se représenter que cette thèse de l'invention en laboratoire du SARS-CoV-2 ou que l'interdiction de se faire vacciner émanent de chercheurs aussi distingués et prestigieux renforce la conviction des partisans de ces théories, les reconforte et conquiert les éventuels destinataires des messages.

La pandémie du coronavirus fait prospérer la désinformation. Ce fléau des temps modernes se greffe à la crise sanitaire à travers des publications sur les traitements contre le coronavirus, l'origine et la propagation du virus. Toutefois, loin de refléter la vérité, certaines annonces se forment suivant la stratégie de détournement qui exploite abusivement la tendance à faire confiance à des personnes de prestige ou dont l'expertise est avérée et à considérer que ce qu'elles disent est absolument vrai. Le résultat donne des messages controuvés alliant du vrai et du faux. Ces messages, sous forme de déclarations, d'allégations mensongères, sont indûment affectés à des personnalités ou à des personnes qui font autorité dans leurs domaines d'expertise, afin de simuler l'objectivité, de crédibiliser l'information et de persuader les esprits.

2.3. Recours à l'image : l'audio-visuel et photos

Il est de notoriété que l'image, de manière générale, est un puissant moyen d'influence prépotente en communication. S'il fallait en administrer une preuve, la locution courante selon laquelle « *une image vaut mille mots* » suffirait assurément. Cette valeur, l'image la doit en partie à l'audio-visuel du fait de son fulgurant impact et de sa prolifération exponentielle dans les sociétés actuelles. La réalité de l'important impact de l'image, les auteurs des « *fake news* » ne l'ignorent pas. Au contraire, ils ont conscience que les réalisations visuelles contagionnent le spectateur auditoire. Pour cela même, l'image, à travers des photos et des vidéos de longueur variable, intègre leur stratégie et s'inscrit à bonne place.

Les vidéos présentent des hommes et des femmes, à visage découvert, qui parlent et donnent des informations générales sur le coronavirus. Si le « visuel » permet de voir les auteurs des messages, leurs gestes ainsi que les images illustratives vivantes des messages, l'audio, quant à lui, permet d'entendre leurs voix, de suivre leur démonstration qui respecte le schéma d'une organisation argumentative avec des idées, des exemples, des preuves. L'image simple, c'est-à-dire les photos, participe de dynamique de l'audio-visuel et sert parfois de témoignage ou d'illustration aux messages.

Les sujets abordés dans les vidéos en rapport avec les « *fake news* » et illustrés par les images portent tous sur le coronavirus. Ils tiennent à la dénonciation du vaccin contre la maladie et à l'interdiction de se faire vacciner ou d'accepter le vaccin dans les pays. Ils touchent aux auteurs de déclarations indignées, à l'auteur « présumé » du vaccin ainsi que de son agenda caché. Ces sujets traitent également de la théorie du complot, de l'anéantissement de certaines populations ou d'inoculer des puces à tout le monde, du traitement, de l'origine du fameux virus.

Ce choix des auteurs des « *fake news* », loin d'être anodine, reste éminemment stratégique. Il repose sur la dimension positive du phénomène de l'audio-visuel et des photos, sur leur caractère d'objectivité, car « on croit plus à ce que l'on voit ». La forme audio-visuelle ainsi que les photos, en effet, comportent une pléthore d'atouts. D'abord, ils véhiculent une importante quantité d'informations au spectateur sans toutefois véritablement solliciter ses efforts intellectuels. Tout le monde y a facilement accès, car l'audio-visuel et les photos s'adressent directement au cerveau. Par ailleurs, comparés aux messages écrits, l'audio-visuel et les photos suscitent la curiosité de l'auditoire, des destinataires qu'ils attirent. En outre, ils s'interprètent directement et plus aisément par tout le monde. De plus, l'audio-visuel et les photos véhiculent des

émotions de telle sorte que la réponse arrive plus ou moins instantanément, que le destinataire ou l'auditoire prennent rapidement la décision.

Tout bien considéré, l'audio-visuel et les photos détiennent une puissance, exercent un réel pouvoir de conviction, suscitent l'adhésion de leurs destinataires, de leurs auditoires, tout en réduisant à néant leur esprit critique. Cette puissance, ce pouvoir de conviction, les auteurs des « *fake news* » les mettent au service de la désinformation.

2.4. Recours à l'affectivité : du nationalisme au patriotisme

S'il y a un sujet qui est susceptible de mobiliser et de fédérer un nombre important de personnes ce moment, c'est bien celui relatif à l'affectivité nationaliste, pour la simple et pure raison que ce sujet reste un rempart, surtout en cette période de crise sanitaire.

Apparu au milieu du 19^e siècle, le nationalisme se présente comme un sentiment national. En vogue à cette période de la colonisation et des rudes luttes pour les futures indépendances, il se répand au sein des populations qui l'exaltent. Tout comme il s'est invité dans les multiples doctrines ou idéologies politiques, avec son cortège de conséquences aussi bien positives que négatives, il s'invite dans le débat du coronavirus.

Il se dévoue dans la stratégie de communication des « *fake news* » à travers le foisonnement des mots et groupes de mots comme « peuple », « les Ivoiriens », « les Sénégalais », « les chinois », « les américains », etc., ainsi que leurs synonymes, qui désignent des ressortissants de pays. L'affectivité ne reste pas seulement à l'étape de la nation, elle s'étend à la sous-région, à la région, à l'Afrique voire au monde. Elle se mue en une affectivité extensible, affectivité sous régionale, régionale, panafricaniste et même mondiale, pour embrasser large. Ce sont par conséquent « les gens de la sous-région », « les pays aux alentours », « Mali, Sénégal, Cameroun, Ghana », « les africains » et « tout le monde » qui font l'objet de sollicitation des auteurs des « *fake news* ».

L'exploitation de l'affectivité par les auteurs des « *fake news* » est loin d'être anodine. Elle permet de rendre les « *fake news* » crédibles. Elle exploite donc abusivement la fibre patriotique qui habite chacun, pour se faire un fort écho auprès des populations. En effet, en jouant sur cette sensibilité, on attendrit les destinataires, on les fédère autour d'un idéal. Par le fait de jouer sur la patrie, l'on implique tout destinataire, d'où il se trouve de telle qu'il se sent concerné. Sa réaction ne se fera donc pas attendre.

L'omniprésence de l'affectivité dans les périodes aussi sensibles comme celle de la pandémie s'explique par le fait que l'affectivité, quelle qu'elle soit, nationaliste, sous régionale, régionale, panafricaniste ou mondiale, demeure une puissante arme de mobilisation. Les auteurs des « *fake news* » l'ont si bien assimilé qu'ils exaltent non pas seulement le nationalisme, mais le panafricanisme, qui

tous deux s'apparentent au sentiment, du fait justement de la charge émotive qu'ils suscitent quasi automatiquement chez leurs destinataires. Dans la stratégie des « *fake* », l'affectivité est fonction de l'auditoire concerné par un message ou une information. Elle est nationaliste si le message ou l'information s'adressent aux ressortissants d'un pays, et elle évolue pour être panafricaniste, voire plus, si le destinataire change en prenant en compte d'autres pays, l'Afrique tout entière ou le monde.

En définitive, nationalisme et/ou panafricanisme développent l'unité nationale, africaine et prônent la solidarité. L'affectivité sonne ici comme une invite à l'union, à la solidarité, à la fédération des énergies et des forces pour se dresser et se défendre contre l'ennemi multiple : maladie à coronavirus, les ennemis des pays africains et des peuples noirs, les lobbies, l'adversaire politique, économique, scientifique, technologique...

3. De la portée des *fake news* aux moyens de lutte

L'ensemble des moyens techniques, des procédés linguistiques déployés pour parvenir à établir ce à quoi l'esprit de la population peut donner son assentiment à partir d'assertions sciemment contraires à la vérité, faite dans l'intention de tromper satisfait, a une fin bien déterminée. Les concepteurs de « *fake news* » sont, effectivement, poussés par un mobile d'ordre intellectuel, politique, religieux ou économique qui en constitue une raison d'agir.

3.1. Un acte de sabotage au service de revendications politiques

La concoction de « *fake news* » doit être perçue avant tout comme un acte illicite qui pourrait être frappé de la peine prévue pour toute action clandestine de destruction. Elle vise à affaiblir le potentiel de l'action publique exactement comme l'effet du sabotage que se définit légalement comme :

« Acte matériel quelconque tendant à empêcher le fonctionnement normal d'un service ou d'une entreprise, tendant à rendre inutilisable une machine ou une installation, ou à gêner la marche des véhicules »
(Loi de déc. 1947).

Les « *fake news* » sont ainsi utilisés comme une instigation de la population à défier l'autorité, c'est-à-dire à refuser d'obéir aux injonctions des discours officiels ou de se soumettre par exemple aux mesures barrières. On se souvient de la jeunesse de plusieurs communes d'Abidjan défiant orgueilleusement les mesures gouvernementales en montrant qu'elle ne craint ni les forces de l'ordre ni même le nouveau coronavirus suite au *fake news* des centres de vaccination. Les individus qui mènent ces opérations par lesquelles ils assemblent une multiplicité de pièces et d'éléments d'un raisonnement logique pour reconstituer une apparence de vérité sont en opposition au gouvernement, au régime

politique en place. Les moyens habiles et ingénieux utilisés pour contrer les discours officiels obéissent à une volonté de positionnement politique. Amoindrir l'efficacité d'une autorité, celle du ministère ivoirien de la santé ébranle l'action de ce régime et participe du même coup à augmenter la valeur ou l'estime portée à l'opposition politique

3.2. *Un exutoire*

Concevoir et diffuser des « *fake news* » se perçoivent comme un exutoire, c'est-à-dire comme des actes qui permettent de se soulager, de se débarrasser d'un besoin, d'une envie...

L'une des visées de tels actes reste le besoin d'induire en erreur et d'avoir accompli sa mission. Ainsi les auteurs des « *fake news* » se sentent par exemple soulagés de véhiculer des informations, inventées ou reçues, en rapport avec la pandémie, notamment sur le traitement possible de la maladie, sur son origine, etc. puisqu'ils espèrent ainsi avoir désinformé les uns et les autres.

Les « *fake news* » fonctionnent aussi comme une sorte de défoulement contre l'opposant, l'adversaire qu'il faut montrer dans toute la splendeur de sa laideur et le reclure dans une position peu reluisante.

De fait, les aubaines ne se présentent pas facilement et couramment pour exprimer un quelconque ressentiment à l'encontre des opposants. Or il peut sembler dissonant de se mettre à critiquer, à dénoncer quand l'occasion ne s'y prête pas. Il faut, à l'image de l'information médiatique, que le défoulement coïncide avec un événement qui lui donne de l'importance, qui attire, qui captive les destinataires. Et, justement, la période de pandémie, période d'inflation de l'information et des messages, est comme un levain, une période propice, une tribune pour se faire entendre et pour atteindre un auditoire étendu.

De même, ces moments sont des rares occasions d'exhumer des querelles de tous genres, latentes et les théories complotistes séculaires ou non, mais dormantes. Les auteurs des « *fake* » en profitent pour se donner la liberté de briser les barrières hiérarchiques sociales établies, de dénoncer toutes les récriminations récentes ou latentes. Ainsi, la colonisation, cette triste parenthèse, que les peuples colonisés ont, à juste raison, du mal à digérer figure parmi les griefs contre les colonisateurs blancs notamment. Une sorte de hantise habite désormais certains ressortissants des peuples colonisés. Ces derniers voient en leurs « anciens maîtres » des vellétés de reconquête par quelque manière subtile avec la collaboration de certains chefs des États.

La fabrication de « *fake news* » et leur divulgation sonnent comme l'expression d'un mal être existentielle, d'une démence qui devient difficile à contenir face à toutes sortes de menace, d'une part, et à la gestion négligente et calamiteuse du coronavirus par certains pays, de l'autre. De fait, comment comprendre et accepter qu'une personne qui jouit de toutes ses facultés puisse

commettre des actes abominables à dessein ? De fait, de nombreux maux et abus minent la société. Toutefois, certains dirigeants peinent ou manquent de volonté à trouver bien souvent des solutions idoines. Les frustrations s'accumulent. Ainsi, dès que se présente une occasion favorable pour s'exprimer, l'on s'y engouffre non pas seulement pour apporter des solutions, mais pour dénoncer, pour fragiliser les pouvoirs publics. Les « *fake news* » jouent donc ce rôle. Pris comme un acte de sabotage, les « *fake* » procurent du plaisir à leurs auteurs respectifs en ce que leurs objectifs de sape prospèrent.

3.3. Les mécanismes linguistiques de reconnaissance et de « traque » des *fake*

Véritable phénomène des temps modernes, les « *fake* » constituent une réelle menace dans le domaine de l'information et de la communication. Pour cela, plusieurs moyens se mettent en place, qui pour lutter contre les « *fake* », avec les moyens légaux, qui pour les reconnaître afin de les fuir, avec les moyens technologiques. Par ailleurs, un travail personnel impliquant le développement du scepticisme émotionnel, l'esprit critique ne sont pas à exclure. Toutefois, les moyens de lutte ne permettent que de les réprimer et non de les identifier pour en éviter l'extension. Quant aux moyens technologiques, s'ils permettent de démasquer les « *fake news* », ils ne sont pour le moment pas à la portée de tous. Les moyens linguistiques semblent par conséquent s'imposer.

Ces moyens linguistiques d'identification des « *fake news* » sont surtout d'ordre orthographique et syntaxique avec les nombreuses fautes, une ponctuation approximative, les temps des verbes qui augurent la prééminence du style oral dans les messages écrits.

Bien des « *fake news* » sont généralement rédigés dans un français approximatif qui déprise les règles élémentaires d'accords, notamment l'absence d'accord en genre et en nombre ainsi que l'accord inapproprié. Nous relevons pêle mêle l'absence d'accord du verbe avec le sujet pluriel « les populations d'Anono *s'oppose* (opposent) à ... », l'absence d'accord de l'adjectif qualificatif avec le nom pluriel « Peuples soyez *vigilant* (vigilants)... » ou avec le pronom pluriel « vous qui êtes *malade* (malades)... ». Au nombre des formes orthographiques incorrectes figurent l'accord erroné du participe passé « les européens m'ont *proposés* (proposé) 20.000.000\$... » et les terminaisons verbales inappropriées « ils ont *mit* (mis)... ». Les formes correctes sont celles que nous mettons entre parenthèses. Quant à la ponctuation dans les « *fake* », lorsqu'elle n'est pas quasiment absente, elle demeure approximative. Le message supposément adressé par l'ancien Président Barack Obama illustre parfaitement la ponctuation approximative. Non seulement il ne comporte aucun signe de ponctuation forte comme le point, mais les virgules qui le jalonnent ne respectent pas scrupuleusement leurs divers emplois.

Le temps des verbes ne respecte pas la concordance des temps, ce qui fait que la syntaxe balle. En témoigne ceci : « l'organisation mondiale de la santé *que nous avons adhéré* en pensant qu'elle nous *aidera* (aiderait) or qu'elle est là pour tuer les africains... », « mes amis africains qui *s'en serviront de ça parce que c'est tuant...* ». De plus, le temps préférentiel dans bien de « fake news », est le conditionnel, le temps par excellence de l'incertitude, de l'hypothèse. Les exemples foisonnent dans les « fake news » : « ... C'est concernant le vaccin soit disant contre le coronavirus qu'ils *auraient trouvé*, un vaccin qui *pourrait* soigner ... », « un cas de Covid-19 *aurait été décelé* », « l'administration du lycée *serait* en contact ... ».

Tous ces éléments de forme, de syntaxe montrent l'absence de rigueur dans la rédaction des messages. Ils constituent des signes des « fake news » surtout que la notoriété et la classe sociale de leurs auteurs supposés, les présidents Obama et Andry Rajoelina, n'autorisent pas de telles légèretés scripturales. Le conditionnel employé par l'auteur lui-même du « fake » augure son manque de sérieux, car il véhicule une information pour laquelle il émet des réserves. Pour cette raison même cette information sent le « fake ».

Les moyens sont également d'ordre énonciatif avec le manque de cohérence et de cohésion des textes produits. Des textes de « fake » ne suivent pas généralement une organisation cohérente. En outre, la cohésion interne s'en trouve affectée. Ces textes vont bien souvent dans tous les sens, avec des retours en arrière fréquents, des redites. Le message abusivement attribué au président Malgache, en matière constitue le parangon.

Le niveau de langue et le non-respect des formes classiques de certains types écrits participent de ce montage. La qualité du niveau de langue de certains « fake » laisse à désirer. Ces « fake » sont écrits dans une langue qui montre souvent le faible degré de maîtrise de la langue par leurs auteurs comme l'illustre cet exemple « l'organisation mondiale de la santé *que nous avons adhéré* en pensant qu'elle nous *aidera* or qu'elle est là pour tuer les africains... », « mes amis africains qui *s'en serviront de ça parce que c'est tuant...* ». De même, des messages réputés « officiels » ou supposés émaner d'instances internationales ne comportent pas tous les éléments de leur identification, comme la signature, le cachet.

À cela peuvent s'ajouter le démenti formel d'auteurs putatifs des « fake », la découverte de la preuve contraire à la vérité mensongère, à l'absence de médiatisation de certaines informations, de publicité autour de celles-ci comme cela devrait naturellement se faire.

Conclusion

En définitive, les « fake news » surgissent dans des environnements propices à leur divulgation. Ces messages, sciemment fabriqués servent à

désinformer. Ainsi, ils intègrent toutes sortes de stratégies conçues par rapport à cette finalité. Leurs auteurs multiples, du fait de l'importance et de l'envergure de la pandémie, exploitent toutes les stratégies de persuasion possibles. Ainsi, le mécanisme de leur création intègre leurs auteurs et mise sur différents auditoires auxquels les messages s'adaptent. De même, les « *fake news* » s'inspirent des modèles connus de diffusion d'informations qu'ils exploitent astucieusement, souvent au mépris des règles éthiques et déontiques. Dans cette stratégie, l'image tient une place de choix. Les « *fake news* » distillés sur le coronavirus, loin d'être de fausses informations anodines, sont des messages construits qui poursuivent des objectifs de persuasion aux desseins occultes. Ils participent du sabotage au service de la politique. Mais des moyens existent pour les reconnaître et éviter de leur servir de relais.

Références bibliographiques

- ALLOUCHE, Victor : (2013), *Pour la production des discours*, Actes et stratégies, Paris, L'Harmattan.
- ALLOUCHE, Victor : (1996), *Actes de langages et interprétation*, Travaux didactiques numéro 36, CFP, Montpellier III.
- AMOSSY, Ruth : (2010), *L'Argumentation dans le discours*, Paris, Armand Colin.
- AMOSSY, Ruth : (1999), *Images de soi dans le discours*, Lausanne, Paris, Delach Niestlé.
- Di Caterino, Angelo : (2019), *De la manipulation à l'incitation - Inflexion des comportements et politiques publiques*, Colloque "Nudges" 2019.
- BOIX, Christian : (2007), *Argumentation, manipulation, persuasion*, Paris, L'Harmattan.
- BRETON, Philippe : (1997), *La Parole manipulée*, Paris, La Découverte.
- CHARAUDEAU, Patrick : (2005), *Les médias et l'information*, De boek.
- CHARAUDEAU, Patrick, MAINGUENEAU, Dominique : (2002), *Dictionnaire d'Analyse du Discours*, Paris, Le Seuil.
- GOUVARD, Jean-Michel : (1998), *La pragmatique, outils pour l'analyse littéraire*, Paris, A. Collin.
- KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine: (1996), *La conversation*, Paris, Seuil.
- KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine: (1980), *L'Énonciation. De la subjectivité dans le langage*, Paris, Armand Colin.
- PLANTIN, Christian : (2005), *L'Argumentation*, Paris, PUF, coll. « Que sais-je ? ».
- SIESS, Jürgen et VALENCY, Gisèle (2002), *La double adresse*, Paris, L'Harmattan.

TAGUIELF, Pierre-André, (2013), *Petit traité de complotisme*, Paris, Fayard/Mille et une nuits.