

Table des matières

Préface. L'appropriation de l'intelligence artificielle en Afrique : pratiques, perceptions et perspectives	1
Alain KIYINDOU	
Introduction. Contexte et problématique de l'adoption des usages de l'intelligence artificielle en Afrique	5
Ndiaga LOUM, Nanga Désiré COULIBALY et Jean-Jacques BOGUI	
Partie 1. Les perceptions et usages de l'intelligence artificielle par les professionnels africains.	17
Chapitre 1. Perception et appropriation de l'IA par les journalistes camerounais	19
Hervé TIWA	
1.1. Introduction.	19
1.2. État des lieux sur l'IA et le journalisme au Cameroun : entre perspectives internationales et spécificités camerounaises	22
1.2.1. Perspectives internationales : potentialités et risques	22
1.2.2. Contexte africain francophone : obstacles structurels et innovations	22
1.2.3. Lacunes et positionnement de la recherche	23
1.3. Cadre théorique : diffusion des innovations et socioconstructivisme technologique (Scot)	24
1.3.1. Théorie de la diffusion des innovations d'Everett Rogers	24

1.3.2. Socioconstructivisme technologique (Scot) : adaptation au contexte africain.	26
1.3.3. Articulation des cadres théoriques et opérationnalisation méthodologique : complémentarité conceptuelle Rogers-Scot	28
1.4. Approche méthodologique	28
1.4.1. Approche de recherche.	28
1.4.2. Population et échantillon.	29
1.4.3. Collecte des données	29
1.4.4. Analyse des données	30
1.5. Résultats et discussion	31
1.5.1. Cartographie des usages actuels de l'IA au Cameroun	31
1.5.2. Perception ambivalente de l'IA : entre outil d'optimisation et menace de transformation	33
1.5.3. Écart entre perception et usage	36
1.5.4. L'IA comme complément (redéfinition des rôles).	38
1.5.5. Synthèse des résultats	40
1.5.6. Analyse intégrative : le paradoxe de l'IA dans le journalisme camerounais.	40
1.6. Conclusion	41
1.7. Bibliographie.	43

Chapitre 2. Perceptions et usages de l'IA par les femmes professionnelles en Côte d'Ivoire

47

Nanga Désiré COULIBALY et Neuilly GOHI LOU

2.1. Introduction.	47
2.2. Problématique	48
2.3. Cadre théorique et conceptuel de l'étude	49
2.4. Méthodologie.	51
2.5. Résultats : états des lieux des connaissances et des perceptions de l'IA par les femmes professionnelles en Côte d'Ivoire	52
2.5.1. Connaissance de l'IA.	52
2.5.2. Perception de l'accessibilité de l'IA	57
2.5.3. De la perception de l'accessibilité aux connaissances de l'IA	59
2.6. Discussion des résultats : l'IA comme vecteur d'émancipation technologique des professionnelles ivoiriennes	60
2.6.1. Une connaissance et une perception de l'IA en croissance.	60
2.6.2. D'une certaine célérité du travail favorisée par l'IA	61
2.6.3. La contribution de l'IA à la promotion de l'excellence féminine en Côte d'Ivoire	61

2.7. Conclusion	61
2.8. Bibliographie.	63

Chapitre 3. Impact de la perception de l'IA sur son intégration : cas des enseignants de l'université d'Ibn Zohr d'Agadir, Maroc. .	65
Malika ABENTAK et Mustapha ATLASSI	

3.1. Introduction.	65
3.2. Vers une définition intégrée de l'intelligence artificielle : de l'analyse conceptuelle à la synthèse	67
3.3. Perception et adoption de l'IA dans l'enseignement supérieur : une analyse des déterminants à travers le modèle UTAUT	68
3.4. Méthodologie adoptée	69
3.5. Analyse des résultats	70
3.5.1. Analyse lexicale.	71
3.5.2. Analyse thématique.	73
3.6. Effet modérateur de l'âge sur l'adoption de l'IA	80
3.7. Ébauche d'un modèle conceptuel	81
3.8. Bibliographie.	83

Partie 2. Les représentations sociales et les usages de l'intelligence artificielle des étudiants africains	85
--	-----------

Chapitre 4. Représentations sociales de l'IA et promotion des objectifs du développement durable	87
Amani Charles YOKOLI	

4.1. Introduction.	87
4.2. Méthodologie.	89
4.2.1. Site de l'étude et participants	89
4.2.2. Matériels	89
4.2.3. Procédure.	90
4.2.4. Méthode de traitement et d'analyse des données	90
4.3. Résultats.	90
4.3.1. Identification du contenu et organisation des représentations sociales de l'IA en lien avec l'atteinte des ODD	90
4.3.2. Identification des domaines des ODD les plus impactés par l'IA.	93
4.3.3. Obstacles à l'appropriation de l'IA dans l'atteinte des ODD dans les pratiques locales	95

4.4. Discussion des résultats.	98
4.4.1. Contenu et organisation des représentations sociales de l'IA en lien avec les ODD.	98
4.4.2. Hiérarchisation des domaines des ODD les plus impactés par l'usage de l'IA	99
4.4.3. Obstacles à l'appropriation de l'IA constituant un frein à la promotion des ODD dans les pratiques locales	101
4.5. Conclusion	102
4.6. Bibliographie.	103

Chapitre 5. Usages et gratifications de l'IA générative chez les étudiants sénégalais 107

Serigne SYLLA

5.1. Introduction.	107
5.2. Positionnement théorique	110
5.3. Méthodes et matériels.	111
5.3.1. Outils de collecte et de traitement	111
5.3.2. Terrain et échantillonnage.	111
5.4. L'IA générative et les étudiants : des opportunités et des controverses	112
5.4.1. Profil des étudiants usagers de l'IAG ChatGPT	112
5.4.2. Les facteurs et raisons d'usage de l'IAG ChatGPT	116
5.4.3. Effets et gratifications de l'IAG ChatGPT	117
5.5. Conclusion	120
5.6. Bibliographie.	121

Partie 3. La régulation et le processus de création de contenu à partir de l'intelligence artificielle 125

Chapitre 6. Contribution de l'IA à l'amélioration de la création de contenu marketing chez les *community managers* ivoiriens . . 127

Kouamé Wiliam YOBOUÉ, Zahoua Roland AHOUMAN

et Adjé Blaise N'TAYE

6.1. Introduction.	127
6.2. Revue de littérature	129
6.3. Approche théorique et méthodologique	130
6.4. Résultats.	133
6.4.1. Outil IA le plus utilisé	133

6.4.2. Raisons d'utilisation des outils IA	134
6.4.3. Apport des outils IA en création de contenu	135
6.5. Discussion	136
6.6. Conclusion	138
6.7. Bibliographie	139

Chapitre 7. Régulation et mésusages de l'IA : de l'actualité aux défis africains en communication politique 141

Sirabana COULIBALY, Titi Eri Aramatou PALÉ et Jean-Michel Anado AHIZI

7.1. Introduction.	141
7.1.1. Objet de l'analyse.	142
7.1.2. Problématique spécifique	142
7.2. Une perspective de communication politique.	144
7.3. La question politique de la régulation	146
7.4. Adoption et mésusages de l'IA en Afrique	149
7.5. Enjeux de communication politique	153
7.5.1. Cas de cybernuisances en élections occidentales	153
7.5.2. Cyberattaques électorales en Afrique	155
7.5.3. Désinformation et communication politique en Afrique	157
7.6. Conclusion	161
7.7. Bibliographie.	162

Chapitre 8. Communication dialogique entre le *Cheick* Google et le *Karamogotchè* dans les organisations boikaristes 167

Aboubakar OUATTARA

8.1. Introduction.	167
8.2. Problématique	170
8.2.1. Des imams et formateurs formatés par l'IA.	170
8.2.2. Cadre théorique et méthodologique	171
8.3. Résultats.	172
8.3.1. Le <i>Cheick</i> Google : une personnification métaphorique	172
8.3.2. Périple avec les « maîtres » numériques en vogue dans les organisations enquêtées	173
8.3.3. Le boikarisme : la pensée philosophique des organisations étudiées.	176
8.4. Une annonce préméditée de l'IA	177
8.5. Discussion : le sens giratoire, le Maître <i>in presentia</i>	179

8.6. Conclusion	182
8.7. Bibliographie	183

Chapitre 9. Diffusion d'une innovation IA, conséquence d'une utilité voulue par les utilisateurs finaux 187

Christian Abel FLEURISSON

9.1. Introduction	187
9.2. Comprendre la diffusion de l'IA : structurer l'utilité et stabiliser les usages	188
9.2.1. Enjeux et posture de recherche : articuler diffusion effective et utilité voulue	188
9.2.2. Thèse centrale et cadre d'analyse	189
9.2.3. Repositionnement critique des modèles d'acceptation	190
9.2.4. Théorie unifiée de l'acceptation de l'utilisation des technologies (UTAUT) : intention d'usage	190
9.2.5. Utilité voulue : usage effectif	191
9.2.6. Théorie de la diffusion de l'innovation selon Rogers	191
9.2.7. Modèle théorique UTAUT	192
9.2.8. Capacités organisationnelles et alignement de l'innovation	192
9.2.9. Modèles de maturité numérique et diffusion de l'innovation IA	192
9.2.10. Rôle structurant de la communication dans l'adoption de l'innovation	193
9.3. Problématique centrale	194
9.3.1. De la « livraison » à la « diffusion » réelle	194
9.3.2. Thèse centrale	194
9.4. Cadre théorique	195
9.4.1. Intégration des perspectives théoriques	195
9.4.2. Rôle de la communication dans la coproduction des attributs	195
9.5. Concept-clé : l'utilité voulue	196
9.6. Proposition théorique principale	198
9.6.1. La communication comme médiateur de la diffusion	198
9.6.2. Trois régimes de communication	198
9.7. Analyse des échecs : ruptures de médiation	200
9.8. Contribution scientifique	201
9.9. Implications managériales	202
9.10. Dimension métier	203
9.11. Dimension cognitive	204

9.12. Dimension organisationnelle	205
9.12.1. Utilité organisationnelle : inscription dans l'action	205
9.12.2. Rôle de la communication de cadrage stratégique	206
9.12.3. Rôle de la communication de traduction managériale	207
9.12.4. Rôle de la communication d'inscription opérationnelle	208
9.12.5. Contingence et maturité : l'effet « plancher sociotechnique » . .	209
9.12.6. Modèle intégratif : chaîne causale complète	211
9.12.7. Programme de recherche	213
9.13. Conclusion : vers une diffusion réussie de l'innovation IA	215
9.14. Glossaire	216
9.15. Bibliographie	217
 Liste des auteurs	 219
 Index	 221