Cikuru Batumike

Twitter au Congo-Kinshasa

Atouts et limites d'un « média interactif »

Essai

Les impliqués
Éditeur

Twitter au Congo-Kinshasa

Atouts et limites d'un « média interactif »

Les Impliqués Éditeur

Structure éditoriale récente fondée par L'Harmattan, Les Impliqués Éditeur a pour ambition de proposer au public des ouvrages de tous horizons, essentiellement dans les domaines des sciences humaines et de la création littéraire.

Déjà parus

Al-Kasimi (Ali), Les sept ports de l'amour, 2021.

Divo (Jean), *Éleuthère ou mots libres au jour le jour*, 2021.

Ben Kerroum-Covlet (Antoinette), *L'Abrazo Tango dans l'Affaire,* 2021.

Loubeyre (Bertrand), *Lalibela,* 2021.

Traoré (Sy Antoine), *En quête de spiritualité*, 2021.

Salouo (Armand), *Cameroun : en avant la république !, Au-delà de l'alternance et de la forme de l'État*, 2021.

Vahabi (Nader), *Les mystères du sommeil. Expressions populaires. Français – persan – anglais.* Illustré par Huguette Bezombes, 2021.

Holleville (Catherine), *Le frondeur rouge*, 2021.

Robert (Maurice-Charles), *Le Masque,* 2021.

M'Pwâti-Titho (Claude Benjamin), *N'time M'voumvou. Le cœur de M'voumvou,* 2021.

Les impliqués Éditeur

Ces dix derniers titres de ce secteur sont classés par ordre chronologique en commençant par le plus récent.
La liste complète des parutions, avec une courte présentation du contenu des ouvrages, peut être consultée sur le site :
www.lesimpliques.fr

Cikuru Batumike

Twitter au Congo-Kinshasa

Atouts et limites d'un « média interactif »

Choix de 280 caractères, sans filtre. 2018-2022

Les impliqués
Éditeur

Du même auteur

L'homme qui courait devant sa culpabilité et autres nouvelles. Nouvelles. 70 pages. Collection *Écrire l'Afrique.* Éditions L'Harmattan. Paris, 2014.

De fil en exil. Nouvelles. Collection *Encres Noires*. 124 pages. Éditions L'Harmattan. Paris, 2015.

Désir d'utopie au pays des ambivalences. Récits. Collection *Poésie, Réflexion, Pamphlet*. 130 pages. 5 Sens éditions, Genève, 2018.

Mo (t) saïques. Poèmes et haïkus, 112 pages. Les Impliqués Éditeur. Paris, 2021.

© 2022, Les impliqués
5-7, rue de l'École-Polytechnique – 75005 Paris
www.editions-harmattan.fr
ISBN : 978-2-343- 25163-9
EAN : 9782343251639

À Tonton Cito BX

Dernier son d'horloge. Le réveil des sens en veille n'a pas eu lieu. Dernier éloge essoufflé. Vers l'autre bout s'en est allé un bout de moi. Dernier refuge des nomades. Vol réglé comme du papier à musique. Je t'aimerai toujours, frère jumeau. Repose en paix.

L'Afrique se connecte

Entre autres réflexions qualifiées de prophéties d'un certain village planétaire, on compte *« la mondialisation de l'information et de la communication »* du Canadien Marshall McLuhan. Ce dernier s'est fait connaître dans les années soixante avec ses théories sur les médias de masse modernes. Il a inventé le terme générique « village planétaire » et a prévu Internet. Pour lui, l'histoire humaine se divise en quatre phases : l'ère de l'acoustique, l'ère des poètes, l'ère de l'imprimé et l'ère de l'électronique. (…) Les médias sont plus que des journaux, la radio et la télévision, ce sont des « extensions de nos organes et de notre système nerveux ». Mc Luhan estime : « *Dans ce monde unifié où l'information véhiculée par les médias de masse fonde l'ensemble des microsociétés en une seule, il n'y aurait désormais plus qu'une culture ; le monde ne serait qu'un seul et même village, une seule communauté. »* La capacité pour une personne de récupérer des informations très rapidement en n'importe quel point de la planète (raccordé à un réseau) donne l'impression d'être dans le même endroit virtuel, un même village.

Échange (et/ou partage) instantané de mots et d'idées, Twitter peut être accessible à tout le monde. Aussi bien le lecteur que l'utilisateur (fournisseur de contenu), peu importe son lieu géographique de vie, sa tendance religieuse ou politique. C'est non sans raison que, partout ailleurs dans le monde, des hautes sommités politiques, socio-économiques, voire religieuses se saisissent de son interactivité pour une large diffusion de leurs messages. Twitter leur permet non seulement d'avoir une relation directe avec le grand public, mais également de renforcer cette relation en temps réel. Trump, Obama ou le pape ont compris les enjeux de l'instantanéité de ce puissant instrument de communication. D'autres décideurs mondiaux ont vite commencé à s'intéresser à cette révolution technologique hors du commun. Leitmotiv partagé par tous les utilisateurs : faire passer, mieux diffuser en avant-première des idées, partager leurs

convictions et, pourquoi pas, convaincre jusqu'aux plus sceptiques de les suivre. Aujourd'hui, Twitter compte parmi des grands réseaux sociaux qui misent sur l'immédiateté de l'information. À l'instar de Facebook, Instagram et Pinterest, Twitter peut s'enorgueillir de réunir d'importantes audiences grâce à la diffusion, à travers le monde, d'une information « chaude » de première main.

Deux milliards d'internautes connectés en 2021. C'est saisissant. Se connecter ! Une réalité prise en compte, dans un foisonnement de réseaux qui restent d'indéniables sources de communication, de collaboration et de création de haute portée. On génère du *buzz,* on noue des rapports avec différents partenaires, on élargit son cercle d'amis et d'adeptes, bref, on communique. Aujourd'hui, sur le plan politique, des décideurs africains se tournent vers Twitter pour communiquer. Ils y sont actifs. Proportionnellement à ceux qui sont inactifs ou ne marquent pas leur présence sur le réseau. Il y a une dizaine d'années, la tendance était au nombre croissant des décideurs africains d'obédience anglophone à avoir plus de voix sur Twitter, tandis que le réseau n'était pas le fort des francophones. Certes, ces derniers étaient moins outillés que leurs homologues anglophones, mais jusqu'à une certaine période.

Auparavant, sur le réseau de *microblogging*, les utilisateurs africains n'étaient pas aussi à l'aise les uns que les autres (…) Une première inégalité de taille se notait entre francophones et anglophones. L'accès aux réseaux s'est révélé être le premier fossé entre les pays : les anglophones étaient plus réceptifs que les francophones aux évolutions technologiques. La « *prédisposition culturelle »* serait une seconde raison de cette faille. En effet, la culture d'Internet et des réseaux sociaux n'est pas la même dans tous les pays du continent africain. « *On entend parfois dire que les pays francophones ont conservé le pire de leur ancien colonisateur, l'esprit fonctionnaire, tandis que les anglophones ont gardé le meilleur, l'esprit d'entreprise* », « *les anciens pays de colonisation d'expression française traînent encore un certain nombre de boulets* », déplore le conseiller en

communication Diarra Diakité. « *On est frileux, on met plus de temps et quand on réalise les avantages, on a déjà pris du retard.* »

Du retard à propos de certains sujets. Excepté en temps d'une campagne électorale, où Twitter devient l'allié attitré des hommes politiques. Qu'ils soient anglophones ou francophones. « *Une haute personnalité politique africaine a intérêt à posséder un compte Twitter* », explique, au magazine *Jeune Afrique*, Catherine Dernis, directrice conseil de l'agence de communication Hopscotch Système Africa, qui travaille avec les politiques en Afrique. « *À condition d'avoir une vraie stratégie d'animation et de produire un contenu à la fois régulier et informatif : laisser un compte vide ou inanimé peut jouer à contre-emploi de la communication.* »

L'info en ligne reste un apport didactique indiscutable pour accéder à une information indépendante. Elle présente la réponse à l'absence de pluralité de l'information, pourtant un gain pour les jeunes démocraties. Elle est une réponse à la crise que vivent les systèmes éducatifs des pays du sud dans leur manque de ressources budgétaires nécessaires à l'aménagement des structures de première nécessité, tels les bibliothèques et les services de documentation. Elle échappe au diktat des politiques, qui insiste sur l'implication des journalistes dans la diffusion d'une information militante ; celle qui a un œil bienveillant sur le fonctionnement de la politique du pays.

Et Twitter naquit

Paris, 1835. Charles Havas crée la première agence de presse francophone au monde. Des correspondants locaux récoltent des actualités à la source et assurent leur acheminement à un point central, qui en opère un tri, en fonction de l'intérêt supposé de clients inscrits au fil de l'agence (radio, presse écrite, télévision). De l'info brève obtenue et publiée en un court temps. Quelquefois, de nouvelles brutes sont livrées à chaud. Elles ne sont pas traitées avec recul, par absence de documentation et des vérifications. Leur point commun : la couleur d'un *scoop*.

2006. Cent soixante-onze ans après, San Francisco. Twitter voit le jour. Qu'a-t-il en commun avec Havas ? La concision et l'immédiateté d'envoi de l'info brute. Faire circuler l'information à une grande vitesse. À titre d'exemple : la mort de Michael Jackson, le séisme en Haïti, etc. et d'autres nouvelles à partir de n'importe quelle partie du monde. Un plus pour Twitter : il permet l'envoi *gratuit*, par tout utilisateur, de courts messages, appelés tweets, sur internet. On *s'abonne*, sans débourser un rond. Le tweet peut être *retweeté* sans retouche, ni correction, ni ajout.

De mars 2006, date de sa fondation par Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone et Evan Williams, à ce jour, Twitter fait autant d'heureux que de déçus parmi la famille de celles et ceux qui le suivent, le font vivre par de courts textes. Des millions d'utilisateurs et leurs brefs messages. Jusqu'en novembre 2017, de 140 caractères à 280 caractères admis. Aujourd'hui, Twitter caracole en tête des instruments populaires, vecteurs de messages instantanés dans plus de quarante langues dans le monde. Siège social à San Francisco (Californie), aux USA. 2013, les mots « Twitter » (nom propre), « twitt » ou « tweet », « twitteur » ou « twitteuse », ainsi que « twitter » ou « tweeter », font leur apparition dans Le Petit Larousse. Le 5 mars 2017, Twitter compte 313 millions d'utilisateurs actifs par mois, 500 millions de tweets envoyés par jour. Twitter est *« un moteur de découverte*

de ce qui se passe à tout moment », écrivait alors Biz Stone sur le blog de l'entreprise. « Twitter n'est pas un réseau social, il s'agit d'un réseau d'information », déclarait Evan Williams, le président du site, lors d'un récent Web 2.0 Summit à San Francisco. Au fil du temps, Twitter est devenu le 3e réseau social mondial, ce qui le rend quasiment incontournable dans la création d'un écosystème de communication efficace.

Pour qu'il fonctionne, on télécharge l'application Twitter sur son téléphone. On l'ouvre avant de se connecter. Une opération simple. À ses débuts, Twitter n'est qu'une plateforme de médias sociaux en tant que système permettant aux grandes entreprises de communiquer. Aujourd'hui, un vecteur d'envoi de messages tout public. Amis, famille et toute personne soucieuse de faire lire ce qui lui passe par la tête, et ce de manière abordable. Tout y passe. Tout s'écrit. Sur la condition humaine, les divertissements, des idées les plus simples aux plus compliquées, des expériences personnelles, des états d'âme et autres informations.

De prime abord, Twitter écarte toute ambiguïté quant à son utilisation. Le réseau fonctionne sur un principe simple : l'utilisateur inscrit sur son compte des messages ou tweets (gazouillis en anglais) n'excédant pas un certain nombre de caractères. Possibilité d'envoyer son message depuis un téléphone portable connecté à Internet. Twitter recourt aux bons procédés et énonce, en peu de mots, ses règles : *« L'objectif de Twitter est d'être au service de la conversation publique. La violence, le harcèlement et les autres types de comportements similaires découragent les personnes de s'exprimer et diminuent au bout du compte la valeur de la conversation publique mondiale. Nos règles visent à garantir que tout un chacun puisse participer à la conversation publique librement et en toute sécurité. »*

Entre autres points essentiels que souligne le réseau : *éviter le comportement inapproprié ; le harcèlement ; la conduite haineuse ; l'incitation au suicide ou toute conduite*

autodestructrice. L'utilisateur reste doté d'un garde-fou simple : se *désabonner, bloquer ou masquer. Se désabonner est le moyen le plus simple pour cesser de voir les tweets d'un utilisateur dans votre fil d'actualités (...) Lorsque vous bloquez un compte sur Twitter, vous limitez sa capacité à interagir avec le vôtre (...) En masquant un autre compte Twitter, vous ne verrez pas ses tweets dans votre fil.*

Mais, il y a un mais. *@Amel_Amelb. Vivement la fin de l'anonymat sur les réseaux sociaux… Afin de voir moins d'insultes et de diffamations de la part des courageux sans nom ni prénom qui n'oseraient pas dire en face le 1/100 de ce qu'ils écrivent* incognito *! (...) Je ne bloque plus depuis le jour où le dernier que j'ai bloqué est revenu continuer sa besogne masquée sous un autre profil et qu'il a ramené toute sa famille avec lui lol.*

Dix ans après sa création, le réseau connaît une montée spectaculaire d'utilisateurs. Un nombre considérable d'abonnés. Selon *Spiegel Online,* du 16 août 2017, le tweet le plus diffusé est celui de Barack Obama. L'ancien Président américain cite Nelson Mandela avec les mots « *Personne ne naît en détestant une autre personne à cause de la couleur de sa peau, de ses origines ou de sa religion…* » Le tweet a atteint plus de 3,4 millions de likes. Au 19 juillet 2020, @BarackObama se trouvait en tête de liste d'utilisateurs suivis, avec plus de 120 millions d'abonnés ; viennent ensuite @justinbieber, @katyperry, @rihanna, @taylorswift, @cristiano, @realDonaldTrump, @ladygaga, @TheEllenShow et @ArianaGrande. La palme aux Américains, selon l'étude de Semiocast, en 2012. Pour la simple raison que les USA représentent 28 % des utilisateurs de Twitter, soit 140 millions (suivis de 40 millions au Brésil, 30 millions au Japon et 8 millions en France).

Une nouvelle ère du journalisme ?

Twitter est la traduction de l'information instantanée. Un espace d'expression et de diffusion de l'information en ligne. Des utilisateurs de tout bord s'en servent. Ils recourent à ses services. Des médias traditionnels trouvent en ce vecteur l'opportunité de relayer rapidement leur information ; de personnaliser leurs contenus, de donner entièrement sa place à l'interactivité. Par le partage, de façon concise, on véhicule l'information. Twitter reste un réseau social extrêmement réactif à l'actualité : il est une source d'informations et de témoignages. Il arrive que l'information soit rapidement diffusée par Twitter avant que les dépêches d'agence reconnues n'apportent des rédactions autour d'un événement qui a cours, en temps réel, aux quatre coins du monde.

L'info avant censure, c'est Twitter. Au-delà du rôle social qui est le sien, cette plateforme est devenue un indispensable réseau de diffusion d'information, aussi rapide que puissant ; parfois utile. Ben Laden mort, c'était sur Twitter en premier ; des opposants iraniens ont contourné la censure de la presse nationale pour organiser leur manifestation ? Ils s'emparaient massivement de Twitter, etc. Dès juin 2009, Twitter est devenu le porte-voix d'une partie de la jeunesse iranienne. C'est aussi sur cette plateforme que tournent photos et vidéos témoignant de la violence, de la répression un peu partout dans le monde.

Il y a une règle sacrée pour tout organe d'information qui se veut crédible : la fiabilité de ses sources. En effet, en dépit du succès de ses forums en termes de dialogue, de son, de vidéo, voire de cartes interactives ; en dépit de sa rapidité, le réseau Twitter se heurte à la question majeure de la crédibilité de ses sources. Comment démêler le vrai du faux des informations qu'il diffuse ? La réponse à cette question réside dans le fait que Twitter est un réseau d'informations sans journalistes, au sens strict du terme. Drôle de média qui nous offre de l'info en temps réel, des *breaking news*, des informations urgentes. Sa spécificité

trouble. Du *cyber journalisme* sans journalistes. Les journalistes sont ceux qui travaillent dans une rédaction et arrivent à intégrer, dans la pratique, des leçons de journalisme suivies ; à avoir le pouvoir des mots pour argumenter, à maîtriser des bonnes techniques d'interview, à écrire une série d'articles autour de thèmes divers ; ce sont ceux qui ont une solide capacité à l'investigation, à l'instar d'un détective ; ceux qui font montre de précision, de ténacité ; ceux qui ont reçu avant tout parcours un diplôme consacrant la formation reçue. Or donc, il n'y a pas d'école pour apprendre à twitter. Les utilisateurs de Twitter exerceraient-ils le métier de journaliste par effraction ? Du social media, comme tout réseau social, à cette différence que les utilisateurs de Twitter ne vivent pas de la publicité.

Faute de prendre la plume ou le micro, faute de moyens financiers pour s'exprimer dans la presse dite officielle, la société civile (celle des ONG, des activistes et des particuliers) a pris d'assaut les médias alternatifs pour s'exprimer et informer. À l'ère d'internet et du téléphone, la gestion des informations n'est plus du seul apanage des professionnels. Elle est devenue une affaire de Monsieur Tout-le-Monde. Liberté d'informer et de l'être, mais aussi possibilité de tout savoir. Dans cette équation où le « devoir » d'informer est un droit**,** les langues se délient et prennent de court les médias « reconnus » des professionnels du métier.

Paradoxalement, l'exercice, mieux le devoir d'informer a changé le cadre formel de la communication. Une information peut connaître des interprétations propres à en modifier le sens. Une vraie information devient fausse et vice-versa. La performance, la rapidité de leur apparition n'entraînent pas nécessairement la meilleure information pour les consommateurs des réseaux. Il y a aussi bien de sous-information que de surinformation sur les réseaux sociaux. Qu'on le veuille ou non, ils restent des espaces où on rapporte, on colporte, on se supporte, on papote, tout ce qui tient plus d'une démarche individuelle que d'un travail concerté, en équipe. Des actions solitaires, donc, où chacun tire à boulets rouges sur tout ce qui bouge. Ce qui est la

résultante d'un manque prononcé de la maîtrise du mécanisme de construction d'un texte, et d'une absence de rationalité (tout le contraire de ce qui caractérise le travail d'un vrai journaliste). On déplore un manque de rigueur dans certaines informations livrées, parce que nées de la rumeur. Elles sont souvent incontrôlées.

Manque de rigueur qu'accompagne un langage propre aux réseaux, langage différent de celui du journaliste traditionnel, *« celui qui, avant d'écrire, de témoigner, de transmettre de l'info sur tout type de support média, dans un langage approprié, recherche, recueille et vérifie. Celui qui vit de ce métier.* » Autrement dit, contrairement au journaliste, l'utilisateur des réseaux sociaux étale un déficit du « langage total » ; il assure difficilement la synchronie des mots avec les faits réels, voire avec les images. Du poids des mots et du choc des photos, dit-on chez *Paris Match*. Les images accompagnent les mots, leur donnent le sens ou la force émotionnelle correspondants. Dans le cas contraire, des images diffusées rien que pour faire valoir, rarement accompagnées de légendes, trompent. Le référent situationnel ou le contexte textuel auxquels renvoie un message peuvent être complètement en décalage avec les mots lus sur Twitter. « *Novembre 2019. Alors qu'au moins quatre personnes ont été tuées dans le cadre de manifestations contre les autorités et la mission de l'ONU en RDC (Monusco) à Beni, dans l'est de la R.D. Congo, plusieurs fausses images ont circulé sur les réseaux sociaux, pour alimenter une rumeur persistante : les Casques bleus seraient complices des miliciens qui mettent la région à feu et à sang depuis plusieurs décennies. Mais ces photos sont anciennes et sorties de leur contexte.* »

Une masse phénoménale d'informations livrées, instantanément et partout dans le monde. Oui. Mais *quid* de leur validité ? Comment vérifier les sources, ne pas induire en erreur en publiant une rumeur ? Difficile dans la mesure où la désinformation et la rumeur, au-delà du simple canular, font partie intégrante de l'espace d'information. Avec le *net,* la rumeur, vieille comme le monde, trouve un nouveau support très

puissant. Il paraît que… À la différence des médias officiels, des informations de réseaux sociaux font se croiser des rumeurs, des réalités, des insultes, des injures, des dénigrements, des railleries et autres attaques (parfois au détriment de l'info vraie). On plaît, on énerve. L'indiscrétion d'Internet, des réseaux sociaux et le téléphone portable connecté ont révolutionné les moyens de réception des informations tant et si bien que rien ne passe plus inaperçu, n'importe quoi peut être écrit. La consommation des informations n'a jamais été aussi ouverte. Au désavantage de l'oiseau bleu : qui ne peut pas se réfugier derrière le droit de la presse. Twitter n'est pas reconnu (en principe) comme un organe de presse, donc régi par aucune règle juridique qui à la fois garantit le respect du principe de la liberté de la presse et sanctionne les dérapages nés de cette liberté. L'utilisation du réseau l'est par Monsieur Tout-le-Monde ; chaque utilisateur étant son propre rédacteur en chef. La circulation des fausses nouvelles et des rumeurs ne peut engager que lui. Twitter, c'est un mélange de tout. À la difficulté de trier les vraies nouvelles des fausses s'ajoute la possibilité et/ou liberté d'avoir une tribune, même dans l'anonymat (ce qui encourage l'irresponsabilité, voire l'agressivité), la facilité de donner libre cours aux messages de haine (bien que illégaux) par absence de mesures de sécurité. En novembre 2012, l'Association des étudiants juifs français de Paris a déposé une plainte contre l'entreprise à cause de tweets antisémites. L'association accuse Twitter de ne pas être suffisamment actif contre de tels tweets et, en particulier, exige que les adresses des utilisateurs correspondants soient communiquées après une décision de justice. Twitter a trouvé la parade, en opposant la décision d'un juge américain, qui invoque la liberté d'expression garantie par la Constitution américaine, etc. 108 requêtes de suppression de tweet ont été lancées par la France entre janvier et juillet 2014.

Il est né le néo journalisme… « *L'apparition sur le Net d'un journalisme sauvage, qui s'est affranchi, sous couvert de libération et d'innovation, des règles déontologiques traditionnelles, est venue bouleverser le marché. Les nouveaux venus parlent d'informations "hyper-instantanées" confondant*

à dessein les éléments concourant à l'information et l'information elle-même. (…) Dans ces conditions, les journalistes sauvages du Net voient… un avenir où les reporters seront 300 millions : propagandistes, communicants, désinformateurs, délateurs… sont assimilés à des journalistes. (…) En réalité, l'information n'a plus le même sens. » François de Muizon. *Le défi de l'infocommunication. Le journalisme menacé par la communication.* Hypothèses, L'Âge d'Homme, Lausanne, Suisse, 2000

Il n'empêche que dans la famille des cybermédia (les moyens d'information diffusant en ligne, à caractère informatif et/ou permettant d'interagir avec les utilisateurs, principalement les médias sociaux WhatsApp, Instagram, YouTube, LinkedIn, blogs et autres forums) comme moyen de diffusion de l'information, Twitter garde cette ambition d'être aussi un média social ; un « média interactif » en ligne. Incontestablement. En dehors des utilisateurs (majoritaires), quelques journalistes « tweetent » sur ce média interactif, sous leur nom ou sous pseudonyme. Des sites d'information *« pure Player »* y sont aussi représentés, souvent par leurs journalistes. Un réseau, mieux, un média fréquenté par un public de *news junkies*, accros à l'information ; une réputation dans les *Breaking news*, les informations urgentes.

Si l'on en croit Antoine Dubuquoy et Nico Prat (Twittus Politicus, Décryptage d'un média explosif, Fetjaine, 2013), *"non seulement c'est un média, c'est même un média explosif ! Twitter a pris une telle ampleur qu'il s'invite aux débats politiques télévisés. À travers des tweets postés par la communauté, les politiques présents sur le plateau de télévision se doivent de réagir instantanément. C'est une sorte de complémentarité entre le média écran représenté par le journaliste à l'antenne et un autre média, grand public celui-ci, présent par Tweeter ! (…) certains hommes politiques se sentent libérés du "joug" du journaliste, qui représentait le seul vecteur de leurs paroles. En publiant eux-mêmes des informations sur leurs comptes Twitter, ils court-circuitent ainsi non seulement les journalistes, mais la*

profession elle-même ! un sacrilège ? non ! "C'est le point positif, dit Rémy Rieffel, mais l'effet pervers est la désacralisation de la fonction de journaliste. Il n'y a plus de recul, plus de réflexion et peu d'argumentation. On est dans l'instantané." » Twitter est-il un média ? Lire 2.0 Le livre à l'ère du numérique. 30 janvier 2016.

« ... La firme à l'oiseau bleu court après l'audience et cherche à doper la visibilité de ses contenus. Une logique de médias. L'utilisation que font les "twittos" de la plateforme va dans le même sens : elle sert essentiellement à suivre et diffuser de l'information en temps réel. Une caractéristique renforcée par le fait que les tweets sont publics : leur visibilité n'est pas cantonnée aux seuls "abonnés" ou "amis", comme sur les autres réseaux sociaux privés. Résultat : Twitter est aujourd'hui sur un modèle hybride, à la croisée entre tech et média et s'apparente à un média social. Un positionnement qui se reflète en partie dans sa valorisation. » Nicolas Rauline et Nicolas Richaud. Twitter ou la malédiction du média social, *Les Échos,* février 2017.

« Twitter est un service original qui se situe au croisement de plusieurs fonctions : réseau social, microblogging, recommandation et partage de liens, tchat, réseau professionnel. La notoriété de Twitter auprès du grand public et des médias (Uscali, 2009) s'est en effet construite à partir de la couverture des faits d'actualité et des "scoops" que ses utilisateurs ont produits. (...) Cette efficacité de Twitter en tant que moyen de dissémination de l'information est due à la fois à ses caractéristiques techniques et à l'appropriation sociale de l'outil. (...) Un autre pan d'études relatives aux usages de Twitter se focalise sur le domaine de l'actualité et tente de saisir la manière dont le service participe au processus de production, de diffusion et de consommation des news. Twitter : un réseau d'information social *par* Nikos Smyrnaios. *INA, la revue des médias,* 7 juin 2019.

Dans tous les cas, on ne peut plus ignorer ce spécimen de « journalistes » sans l'expertise, sans la compétence, sans la souplesse, voire sans la démarche créative. Des pseudo-journalistes parce que non reconnus ? La non-fiabilité de leurs informations suffit-elle à jeter l'opprobre sur eux ? Paradoxalement, Twitter semble prendre le pas sur la profession de journaliste, bousculant la notion très fluide de droit d'informer. Des journalistes de profession communiquent de l'information issue d'une source (actualité, documentation, etc.). Des utilisateurs de Twitter donnent de l'information, ne privilégiant ni source ni recommandations éditoriales. Signe que le journalisme professionnel est desservi ? Le débat mérite d'être pris en considération.

Des médias en RD Congo-Kinshasa

Composé de Congo et de Kinshasa, indique Wikipédia. Le nom court Congo-Léopoldville est donné en 1960 à la *République du Congo*, qui deviendra ensuite la *République démocratique du Congo* pour la différencier de la *République du Congo-Brazzaville, son voisin. Congo-Kinshasa* est utilisé après que la capitale *Léopoldville* est renommée *Kinshasa* en 1966. Ce nom court est remplacé par *Zaïre* lorsque le pays devient la *République du Zaïre* en 1971*, et revient en usage lorsque le pays est renommé* République démocratique du Congo *en 1997.*

Certes, la population de la RD Congo est estimée à environ 51,6 millions d'habitants (chiffres officiels sur la base d'évaluation du recensement de 2014). Mais, selon l'Institut National des Statistiques, cette population était estimée à 85 026 000 d'habitants en 2015, pour un taux de croissance démographique de 3,3 %. Le pays compte des journaux à parution irrégulière (presse écrite) ; des radios ; des agences de presse dont l'Agence congolaise de presse (ACP, officielle) et l'Agence de documentation et d'information africaine (DIA, agence de presse catholique) et, chose nouvelle, des radios et chaînes de télévision privées dont les quatre plus prometteuses sont *Top Congo* par Christian Lusakueno ; *Decry Infos* par Pero Luhara *; Focus-Télé 50* par Jean-Marie Kassamba et *Face à l'opinion* par Jean-Pierre Kayembe Tatu. Ce dernier commente l'actualité congolaise « à la seconde près » et utilise différents supports dont Tweeter en sus de sa chaîne, que relaie @24Heures.CD. Jean-Pierre Kayembe se réclame militant anti-balkanisation avant d'être un journaliste qui refuse *"d'être au milieu du village et choisit d'être du côté de la vérité."* Liste non exhaustive : ces journalistes se distinguent par leur analyse complète de l'information. Installée en février 2004 par le Parlement de transition, la Haute Autorité des médias, instance régulatrice du fonctionnement de la presse en RD Congo, prend bonne note de l'existence d'autres nombreuses sources d'information, les unes fiables, les autres non.

Elle renforce le Code de déontologie et d'éthique du journaliste congolais, élaboré au Congrès de la presse la même année. Il adhère à la déclaration de Munich, qui trace les grandes lignes du droit à l'information, à la libre expression et à la critique, l'une des libertés fondamentales de tout être humain. Pour compléter son information, le Congolais a recours aux offres de Radio France Internationale (RFI) ; JeuneAfrique.COM ; France24.COM ; Tv5monde.COM ; VoaAfrique.COM ; Rtbf.be ; BBC ou de Com-Afrique. Depuis les années 2000, le secteur électronique s'est ajouté aux médias traditionnels pour diffuser, en temps réel, de l'information sur toute l'étendue du territoire national. Les grands événements de la République démocratique du Congo sont visibles sur Internet, lequel a ouvert la voie à l'existence des réseaux sociaux. Ils sont devenus d'incontournables supports médiatiques au même titre que des médias traditionnels. Les médias sociaux ouvrent aux utilisateurs (internautes et professionnels) la possibilité de créer une page profil et de partager des informations aux diverses tonalités (textes, photos et vidéos). Espaces de partage, ils se distinguent des autres médias par leur utilité (personnelle ou professionnelle) et leurs audiences. La communication reste un élément central des réseaux sociaux que sont *Twitter, LinkedIn, Hashtags RD Congo, Facebook, YouTube,* et dans une certaine mesure, sans grande efficacité en termes d'information : *Snapchat, Instagram, Copains d'avant, Viadeo, MySpace, TikTok*, etc. Dans l'espace des réseaux sociaux, Twitter représente une large part dans la diffusion d'informations plus ou moins utiles. Particularité de l'ensemble des réseaux sociaux : on baigne en plein dans de fausses informations difficiles à séparer de vraies. Certes, le droit à l'information est reconnu par l'article 19 de la Déclaration universelle des droits de l'homme. Mais l'information en elle-même s'est transformée en un vecteur plus ou moins ambigu, devenant un enjeu majeur et global… pour les médias eux-mêmes.

Certes, les réseaux sociaux sont une source croissante, mais, malheureusement, peu fiable d'informations diverses. Opinions et faits se mélangent tellement qu'il est difficile de distinguer une

information, factuelle ou vérifiée, d'une manipulation. Cette situation exige des journalistes traditionnels (presse écrite ou audiovisuelle) d'être plus vigilants, de mieux expliquer le fonctionnement réel du monde. Twitter est synonyme d'une information gratuite et à la portée de tout le monde : n'importe qui peut la créer, l'éditer, la diffuser. En temps réel. Sans l'organisation que suppose toute production journalistique (lieu physique, conditions matérielles, structure de la rédaction : rubrique, chronique sur tous les secteurs de la vie), ou toute hiérarchie rédactionnelle. Il n'exige ni compétence ni une équipe rédactionnelle pour rendre des comptes en termes de conduite, de mise en exergue des principes de l'éthique basée, elle, sur la recherche de la vérité, de l'exactitude, de l'impartialité et de l'équité.

Dans cet exercice qui déroute plus qu'il ne rassure, le journaliste (au sens strict du mot, celui qui vit de sa plume) reste la référence : il se distingue par la détention d'une information de qualité qu'il sélectionne, vérifie et analyse avant toute publication. Il peut aller loin, dans la réflexion, en approfondissant un thème, par son savoir-faire, sa formation. Chose que ne peut pas faire un utilisateur de Twitter. Se pose alors la question de la liberté d'informer, sans prendre des gants… Certes, une liberté d'expression d'un nouveau genre. Mais elle fait intervenir le faux et pousse des opportunistes de tout poil à se battre bec et ongles pour faire passer leurs messages, peu importe qu'ils aillent à l'encontre de toute déontologie journalistique et qu'ils sortent du cadre du professionnalisme en termes de formation et de spécialisation de journalistes. Des prises de position qui froissent, angoissent et vont plus loin : car la prise des libertés, sans limites, dans certains cas, porte atteinte au respect de l'ordre public, voire aux bonnes mœurs.

Constat : aucune pensée constructive ; des balivernes, des phrases creuses, des sentiments. La fausse information qui tue la vraie information. Du jour au lendemain, un youtubeur se replie sur Twitter et indigne. *@Sa télé en ligne est l'exemple type de la*