

Coronavirus : les médias congolais, une lumière au bout du tunnel ?

NTUMWA BUSOMOKE Jessé
(Université Catholique la Sapiencia de Goma)
jessentumwa11@gmail.com

Résumé

Devenus incontournables dans la diffusion des informations, en particulier, et dans la communication, en général, les médias sociaux sont au cœur des changements et des mutations médiatiques en période où le monde est paralysé par le Corona Virus. Leurs influences et leurs impacts sur les activités et la communication de la riposte contre la pandémie ont soulevé plusieurs interrogations auprès des chercheurs. C'est dans cet angle que cette recherche se propose d'analyser les corollaires des médias sociaux à partir de plusieurs cas d'« infodémie » et leur incidence sur la vie de la communauté, les activités de la riposte et les médias en général. S'appuyant sur quelques théories des médias sociaux, cette étude a montré que la non intégration des plateformes numériques dans le fonctionnement des médias traditionnels et le journalisme d'investigation ont favorisés le refuge de la population dans les médias sociaux. D'où la création d'une brigade numérique doit être le moteur de toute politique de communication en période de crise.

Mots clés : Coronavirus, Infodémie, Communication de crise, Médias Sociaux.

Abstract

Having become essential in the dissemination of information, in particular, and in communication, in general, social media are at the heart of changes and media mutations during a period when the world is paralyzed by the Corona Virus. Their influences and impacts on the activities and communication of the response to the pandemic have raised several questions among researchers. It is from this angle that this research aims to analyze the corollaries of social media based on several cases of "infodemic" and their impact on community life, response activities and the media in general. Based on some theories of social media, this study showed that the non-integration of digital platforms into the functioning of traditional media and investigative journalism has favored the refuge of the population in social media. Hence the creation of a digital brigade must be the driving force of any communication policy in times of crisis.

keywords: coronavirus, infodemic, crisis communication, social media.

1. Introduction

Le Coronavirus a bouleversé le quotidien des Congolais et suscité plusieurs réactions surtout pendant le confinement décrété par le chef de l'Etat Congolais sur toute l'étendue du pays le 19 Mars 2020. Le besoin d'informer et d'être informé gagne le pic de la pyramide de Maslow depuis que la Covid19 secoue l'humanité. Les mâchoires se desserrent et les langues se délient : comment survivre à la Covid19 ? Par quel moyen informer ou être informé ? Mieux encore quelle est la bonne information ? Qui détient la vraie information ? Par instinct de survie tout le monde panique.

Depuis la déclaration de la pandémie de coronavirus en République Démocratique du Congo, le 10 Mars 2020, un flux d'informations erronées et contradictoires de la part des médias tout comme des officiels. De la déclaration du Docteur Muyembe sur l'essai des vaccins au pays (RTBF.BE, 2020), la contradiction de ces propos par le Docteur Kayembe, responsable de la prise en charge des malades (FM, 2020), jusqu'à la fuite de l'audio du Président Félix Tshisekedi à quelques heures de sa déclaration levant l'état d'urgence sanitaire², la soif de l'information vraie et vérifiée est restée inassouvie. La population déçue, a trouvé refuge dans les médias sociaux. Francis BALLE estime que « *Les médias sont l'un des milieux privilégiés d'où la société s'interroge sur elle-même.* » (BALLE, 2005) C'est aussi un moyen par excellence d'information et de communication de masse. En période de crise, les médias servent de référence pour les informations vraies et vérifiées. Les médias ont-ils véritablement joué ce rôle en cette période de Coronavirus ? Plus d'un observateur cherche sans merci à répondre à cette question, ce qui plus est, ce citoyen ordinaire au fin fond de Goma avec son téléphone Android devient le mieux informé et la « personne source et ressource » pour ceux de son terroir n'ayant pas un téléphone intelligent.

La diffusion et la propagation des fausses informations sur la Covid19 par des officiels et des médias traditionnels en RD Congo constituent notre problème de recherche. Par conséquent plusieurs questions méritent d'être posées : Pourquoi la population s'est rabattue sur les médias sociaux pendant la période de la pandémie à Coronavirus ? Comment les fausses informations ont circulé pendant la période de Coronavirus ? Quel est le rôle des médias dans une société pendant une crise sanitaire ? De manière générale, nous postulons provisoirement que l'absence d'une législation en matière des médias sociaux et la régulation de la circulation des fausses informations sont deux facteurs majeurs du laisser-aller en cette matière. La non-

² Cette fuite a été à la base de l'arrestation de deux journalistes et deux cameramen de la presse présidentielle le 25 Juillet 2020 relâché le lundi 27 Juillet 2020, lire actualités.cd article publié le 27 Juillet 2020

intégration des plateformes numériques dans le fonctionnement des médias traditionnels et le journalisme d'investigation ont favorisés le refuge de la population dans les médias sociaux. Enfin, le rôle des médias dans une société pendant une crise sanitaire est d'éveiller les consciences face aux dangers et à la nécessité de se protéger et de veiller à la diffusion d'une information vérifiée.

En soulevant ce questionnement centré sur les médias sociaux en période de la pandémie à Coronavirus, le but de cette recherche est, d'une part, de proposer une approche aux internautes, utilisateurs et professionnels des différentes plateformes des médias sociaux, à savoir appréhender la conscience d'informer pour la circulation de la « bonne » et « vraie » information. D'autre part, alerter sur la nécessité et l'importance d'organiser une communication institutionnelle dans différentes instances étatiques afin d'éviter certaines failles dans l'efficacité de leurs travaux.

Nous abordons tour à tour, après l'introduction générale, le cadre conceptuel et méthodologique, la présentation de résultats des données issues des techniques d'observation et documentaire et la discussion de résultats obtenus. En conclusion nous dégagons des perspectives pour un nouveau paradigme du paysage médiatique congolais.

2. Cadre conceptuel et méthodologique

2.1. Cadre conceptuel

Il est important de faire un balisage conceptuel en vue d'une compréhension générale, ainsi, les concepts ci-après font objet de définition : médias traditionnels, médias sociaux et réseaux sociaux.

➤ Médias traditionnels

Les médias traditionnels sont ainsi dénommés par rapport aux nouveaux médias que sont les médias sociaux. De ce fait, la presse écrite et la radio ont été traditionnelles à la télévision, et cette dernière l'est face aux médias sociaux. Aujourd'hui, ils sont différenciés de par leurs caractéristiques et leurs natures médiatiques liées à la fois à l'émetteur, au récepteur, aux contenus informatifs et à la capacité de mobilisation.

➤ Médias sociaux

Les médias sociaux désignent un ensemble de technologies, de contenus et d'interactions qui permettent de créer des réseaux sociaux, c'est-à-dire des groupes d'individus ou d'entités qui

sont reliés entre eux par des liens. La nature de ces liens dépend du média social qui va servir de support au réseau : amis Facebook, relations LinkedIn, Followers Twitter... » (1min30, 2020)

➤ Réseaux sociaux

Un réseau social tel qu'il est défini par Pierre Mercklé (cité par Mozanimu, 2018) dans sociologie des réseaux est un « ensemble d'unités sociales et des relations que ces unités entretiennent les unes avec les autres directement ou indirectement à travers des chaînes de longueur variables ».

2.2. Cadre méthodologique

Notre recherche s'appuie sur la méthode d'analyse de contenu en Sciences de l'Information et de la Communication. Cette dernière consiste à analyser les contenus informatifs des médias traditionnels et des médias sociaux en période de Coronavirus, de suivre le mouvement entre l'information telle qu'elle est diffusée par les médias et la manière dont elle serait reçue par le public. Elle se penche aussi sur le flux des informations erronées produites en cette période de crise sanitaire. L'analyse de contenu qualitative considère les textes dans une perspective élargie à l'ensemble des moyens expressifs, elle vise, selon Dérèse (2009), à saisir la signification sous-jacente des données issues de productions écrites, sonores ou visuelles grâce à des techniques de décomposition, de codage, de comptage et de dénombrement.

Pour Comprendre un contenu médiatique, il ne s'agit pas seulement d'extraire l'information, mais il faut aussi reconstituer la fonction de cette information dans la situation de communication où elle est produite. En ce sens, étudier le contenu médiatique consiste à inventorier les thèmes les plus souvent abordés, les mots clés, les prises de position des auditeurs, et les arguments invoqués pour les justifier. Avec la documentation et l'observation comme technique nous dégageront les résultats et les perspectives de cette étude.

3. Les médias et le coronavirus

3.1. Les médias Congolais face au Coronavirus

Les médias Nationaux et locaux émettant à Goma ont tergiversé sur la vraie et la bonne information, à diffuser/publier et à ne pas diffuser/publier, sur la manière même d'informer, c'est-à-dire le choix des mots, du temps de diffusion/publication, des sources fiables, etc. Il s'agit ici d'une remise en question du système de collecte, de traitement et de diffusion des

informations en cette période de crise sanitaire où des milliers des téléspectateurs, auditeurs et lecteurs ont été obligés de rester à la maison à cause du confinement intervenu au niveau national entre Mars 2020 et Juillet 2020, et en Décembre 2020 et Février 2021. C'est dans ce tohu-bohu que les médias, en général, les réseaux sociaux en particulier, notamment Twitter, Facebook et WhatsApp ont émergé avec toutes les formes journalistiques : commentaire, caricatures, édito, tweets, statuts, audios, vidéos, et articles de presse de tout genre. Ce phénomène a créé de l'interaction entre utilisateurs pour informer l'opinion pendant la période du confinement.

C'est aussi la nature, l'organisation et le fonctionnement de la presse Congolaise qui est remis en question au travers la liberté des journalistes dans l'exercice de leurs métiers et le paysage dans lequel ils évoluent. À ce propos Lifoli Balea (2009) estime que *« c'est notamment en bafouant la liberté de la presse que les régimes autoritaires parviennent à se mettre en place et à se maintenir. Voilà ce qui justifie l'importance du droit à l'éducation et la liberté de la presse pour l'exercice de la démocratie. Dans cette optique, les médias constituent des instruments précieux de promotion du droit du peuple à l'information. Pour reprendre l'expression de François Abibi, ils sont des auxiliaires puissants de l'éducation. La liberté de la presse constitue donc l'un des piliers de la promotion de l'espace public. C'est pourquoi, elle est même considérée comme un contre-pouvoir essentiel, qui a pour devoir de dénoncer les corruptions et les abus de pouvoir dont les gouvernements et les gouvernés pourraient se rendre coupables »*.

Au vu de ce qui précède, les médias sociaux ou les médias, en général, est-ce une lumière, un espoir, un salut, un vaccin au bout de ce vaste et profond tunnel qu'est le Corona Virus ? Les médias sociaux sont un cheveu dans la sauce, d'où l'information qui y est publiée n'est pas nécessairement vraie par manque de censure et de régulation par les instances habilitées. Avec *« l'infodémie »*, qui, selon l'Organisation Mondiale de la Santé qualifie de mauvaises informations en temps d'épidémie, une surabondance d'informations, qui ne sont pas toujours vraies ou exactes, les médias sociaux jouissent d'un discrédit des contenus qui y sont produits. Mais des questions se posent : Qui doit donner la bonne information aux médias sociaux ? Mieux encore qui doit censurer ces informations ?

D'emblée, le paysage médiatique congolais est instable suite à la législation désuète dans ce domaine. Toute personne non formée et sans aucune expérience sans la presse peut se faire passer pour un journaliste et publie des informations de son choix sur les médias sociaux sans

respecter les règles d'éthique et de déontologie. Du côté de la presse classique, les professionnels des médias ont également manqué à ce grand rendez-vous où la véracité des informations devrait être un atout majeur dans la lutte contre le Coronavirus. Un pari échoué à toutes les instances dans la chaîne de production de contenus journalistiques.

Les médias traditionnels et sociaux présentent des avantages pour leurs capacités à atteindre une large audience instantanément et de déclencher l'interaction. Cependant, aujourd'hui, il faut une coordination pour la veille d'une société informée, bref trouver un bon dosage dans l'équilibre des faits présentés au public afin que les médias maintiennent leur pouvoir. Soulignons avec Schudson (2007): *« le pouvoir des médias réside dans la conviction qu'ont les spécialistes de la communication et les décideurs que le public subit leur influence. Autrement dit, la puissance des médias réside moins dans leur pouvoir de modeler les esprits que dans leur capacité de convaincre les élites que l'esprit du public peut être modelé ».*

Le besoin informationnel a évolué au sein de la société avec l'engouement de savoir plus ce qui se passe autour de soi. À ce propos, Pierre Lévy cité par Balle (2005) rappelle que *« dans la jungle des interfaces », il existe trois types d'animaux. L'herbivore broute : c'est l'exemple de celui qui reste toujours rivé à la même chaîne, quoiqu'il arrive. L'abeille butine : le zapping est une forme de vagabondage entre des chaînes nombreuses, comme le survol d'un lecteur devant son quotidien. Enfin, l'usager d'un média s'apparente parfois à un prédateur : il cherche à capter l'information qui lui est utile, dans sa vidéothèque ou auprès d'une banque de données».*

Dans notre contexte aujourd'hui, les prédateurs sont nombreux et exigent de nos médias le strict respect et l'observance d'un principe cher aux médias : *« la loi du mort Kilométrique ou loi de proximité »* : un mort au coin de votre rue c'est une information. À dix mille kilomètres, il en faudrait 1000 pour que cela soit une information. Ce qui nous intéresse d'abord, c'est ce que nous ressentons comme proche de nous. Le centre d'intérêt des médias, des professionnels de l'information et des usagers pendant le confinement aurait dû être focalisé sur le vécu quotidien et le Coronavirus et les questions sanitaires liées au respect des gestes barrières, que de se limiter à produire seulement des bulletins journaliers parlant des nouveaux cas, des morts, des guéris, etc.

Les médias congolais ont navigué à vue pendant cette crise du Coronavirus n'ayant pas pour la plupart de politique de communication de crise. Ce qui explique le refuge de la

population dans les médias sociaux où la libre parole est de mise, l'apanage de diverses informations censurées ou pas et dont les effets ont produit des répercussions sur la gestion de la maladie à Corona Virus au pays.

Dans une déclaration du 23 Septembre 2020, l'OMS note que la diffusion d'informations fausses coûte des vies. Avant un mandat social de diffuser/publier une information vérifiée, les médias ont le devoir, via leurs contenus, de créer un climat de confiance entre la population et l'administration pendant cette période pandémique. L'objectif étant de parvenir à mener convenablement la limitation ou l'éradication du virus à travers les campagnes de vaccination, l'appel au respect des gestes barrières, la distanciation physique, etc. Il s'agit ici d'un appel à la responsabilité des médias pendant des moments de crise ou en temps normal dans la veille d'une société informée, développée et démocratique.

3.2. Incidence de l'infodémie sur la population Congolaise de Goma

Le monde connaît l'heure de l'hyper connectivité où le partage des informations est viral comme le Coronavirus lui-même. L'information provenant de partout et se promenant partout. Comme prophétisait par Mc Luhan, « le monde est devenu un petit village planétaire. » En outre, Balea souligne (2009) : « *On ne peut bien gouverner, ni choisir ses représentants au pouvoir sans avoir eu l'occasion de former son intelligence, et s'informer afin de se faire une opinion. Lorsque le peuple n'est ni formé, ni informé, il s'expose facilement au mensonge et à la manipulation* ».

*« Une infodémie est une surabondance d'informations, tant en ligne que hors ligne. Elle se caractérise par des tentatives délibérées de diffuser des informations erronées afin de saper la riposte de santé publique et de promouvoir les objectifs différents de certains groupes ou individus. Les informations fausses et trompeuses ainsi diffusées peuvent nuire à la santé physique et mentale des individus, accroître la stigmatisation, menacer de précieux acquis en matière de santé publique, réduisant par là-même leur efficacité et compromettant la capacité des pays à enrayer la pandémie. »³ L'infodémie a été très virale que la maladie à Coronavirus, si nous essayons de voir ses conséquences sur l'extension du virus en RD Congo et la multiplicité des cas de malades, l'appréhension et la compréhension de la maladie même dans la communauté. À ce sujet, Achime (2020) note « *Actuellement, partout dans le monde,**

³ Déclaration conjointe de l'OMS, des Nations Unies, de l'UNICEF, du PNUD, de l'UNESCO, de l'ONUSIDA, de l'UIT, de l'initiative Global Pulse et de la FICR du 23 Septembre 2020 disponible sur <https://www.who.int/fr/news/item/23-09-2020> Consulté le 15 Décembre 2020 à 12H38'

les journalistes sont confrontés à la réalité des fausses informations, ils semblent être les premiers à les diffuser, ils sont plus critiqués par les politiciens pendant qu'ils sont à la recherche de la vérité. Malheureusement, certains d'entre ces politiciens répandent les « fake news » vu leur position suprême par rapport à celle des journalistes ou de la population. ».

À ce niveau, la question est celle de savoir comment ces informations se répandent comme une trainée de poudre ? En Sciences de l'Information et de la Communication, plusieurs théories des médias sociaux expliquent ce fait. Les médias sociaux sont régis par la loi des médias participatifs ou loi des 1/10/89% : Cette théorie découle d'une étude comportementale exposant en trois nombres les agissements des internautes sur les médias sociaux. Nommée « loi des médias participatifs », elle stipule que : un pour cent des internautes publie du contenu, que dix pour cent commentent, et que le reste ne fait que visualiser. Cette théorie, qui peu anecdotique, est en fait le cœur d'analyse pour les réseaux sociaux tels que Twitter, Instagram ou Facebook. La loi des médias participatifs ou loi des 1/10/89% (Mozaïmu, 2018) est une constatation sur les médias participatifs et outils du web 2.0 : 1% des internautes produisent du contenu, 10% le commentent ou le modifient et 89% le consultent. Ainsi, fonctionnent les médias sociaux comme Twitter, Facebook, Blogs, Site internet.

La technique documentaire nous a permis d'obtenir les résultats ci-après que nous présentons avant toute analyse. Ainsi, 4 infodémies font l'objet de cette étude : Le coronavirus est une maladie des blancs, un cheveu dans la bible soignerait le coronavirus, la consommation de la drogue comme remède au coronavirus et le mélange des plantes serait un vaccin efficace.

- **Une maladie des blancs :** cette nouvelle s'est répandue sur tous les médias sociaux au travers le fil d'actualité Facebook, Twitter, des groupes de discussion WhatsApp affirmant que cette maladie serait celle des Blancs et non des Noirs, évoquant l'immunité de la race noire face à cette pandémie. Ainsi, plusieurs questions se sont-elles posées pour appuyer cette thèse, du côté de la population : Où sont les malades du Coronavirus ? Où sont les morts ? Où sont-ils inhumés ? Y a-t-il des guéris ? Quel est le traitement alors qu'il n'y'a même pas de vaccin ? etc. du côté du secrétariat de la riposte contre le Coronavirus, la traque de la propagation de ces fausses informations n'a pas joui d'un intérêt considérable sur les sites d'information en ligne du secrétariat de riposte mis à la disposition de la population.

- **Un cheveu trouvé dans une bible soignerait le Coronavirus :** cette fausse information a commencé par un audio d'une voix féminine sur WhatsApp selon un article de HABARI RDC du 9 Mai 2020⁴. Cette information est devenue virale après avoir été présentée comme une prophétie. Pourquoi ? Parce que pendant le confinement dû à la pandémie, tout le monde ne sachant pas à quel saint se vouer, a remis tout entre les mains de Dieu. En outre, la RDC étant un pays majoritairement chrétien, cette fausse information s'est donc répandue comme une trainée de poudre et certains y ont cru, alors que seule la prévention était recommandée par les professionnels de santé et le gouvernement.
- **Consommer la drogue serait un remède du Coronavirus :** cette fausse information a commencé par une vidéo virale sous forme d'humour, hélas que son impact a conduit plusieurs personnes à la consommation excessive de l'alcool et de la drogue. Qui plus est, pendant le confinement, les débits de boissons étaient répréhensibles. Ainsi, à cause de cette information fausse, toutes les mesures préventives recommandées, notamment la distanciation physique, la rencontre et l'ouverture clandestine de débits de boissons, le port des masques, n'ont pas été respectées.
- **Un mélange des plantes serait un vaccin efficace :** en amont de cette fausse information, il y a eu le refus de l'existence de la maladie, ce qui a conduit au refus du dépistage et à l'automédication en créant des faux remèdes. Le plus viral de ces faux remèdes a été ce mélange des plantes pour faire le « sauna » communément appelé en swahili « Muvuke »⁵. Plusieurs ont consulté des tradipraticiens croyant que le Coronavirus devrait être vaincu par la médecine traditionnelle.

Au vu de toutes ces fausses informations, Mahungu (2020) note : « *les fake news sont une réalité par la magie des Réseaux Sociaux, leur milieu favori d'expansion. Et leurs effets court-circuitent tout effort mené dans la lutte contre la Covid-19 comme cela a été pour la maladie à virus Ebola* ». C'est pourquoi, il faut « *une édu-communication pour les usagers de ces nouveaux médias à travers une réglementation contraignante devant passer par leur maîtrise et leur intégration rationnelle-responsable et la communication journalistique entre tous* ».

Hormis ces cas présentés ci-dessus, plusieurs fausses informations ont circulé au Congo, en général, et à Goma, en particulier, cette dernière étant la deuxième ville la plus touchée

⁴<https://habairdc.net/covid-19-fake-news-tuer-congolais/> consulté le 07 Novembre 2020 à 15H30'

⁵ Le mot swahili « Muvuke » équivaut au mot français « Sauna »

après Kinshasa. Quel a été le rôle du secrétariat technique de la riposte contre le Coronavirus pour promouvoir la circulation des informations vraies et vérifiées ? Parlons de deux initiatives numériques du secrétariat technique de riposte qui auraient constitué la lame de fond contre les fausses informations sur le Coronavirus si le sérieux et le professionnalisme avaient été au cœur de ces initiatives.

- Le site : www.stopcoronavirus.cd et l'application **covid-19infos.cd** lancé le 25 Mars 2020 par l'agence nationale d'ingénierie clinique, de l'information et d'informatique de santé (ANICiS). Le but était de faire de ces deux canaux digitaux deux sources d'informations du gouvernement Congolais pour permettre à chaque citoyen de disposer des informations officielles relatives à la gestion de la pandémie du covid-19 mais aussi de signaler de cas suspects. Au lieu de remplir cette mission nous avons observé multiples contradictions entre officiels allant du premier discours du Chef de l'Etat sur la nomination de l'équipe de la riposte, *la sortie médiatique du ministre Congolais de la santé clarifiant les propos du président sur l'équipe technique de la riposte passant par le tweet du conseiller spécial du président Tshisekedi. Alors qu'il était lui-même atteint du Coronavirus, Vidiye Tshimanga a interpellé les autorités sur Twitter concernant certaines difficultés auxquelles il a été confronté pour se faire soigner. En un clic, son tweet a été partagé dans des groupes WhatsApp. L'information a fait le tour du pays, relayé par plusieurs autres médias classiques.*⁶ ces canaux digitaux se sont limités à la production journalière d'un bulletin d'informations, au lieu d'organiser une politique globale de communication de crise en informant sur la maladie tout en sensibilisant et en s'attaquant aux fausses informations.

Nous avons ci-haut susmentionné la théorie des médias participatifs qui explique la rapidité avec laquelle les fausses informations se répandent sur les médias sociaux. Une telle initiative de la part du gouvernement serait un aboutissant dont les tenants en amont auraient été l'organisation d'une cellule de communication du secrétariat technique avec définition des tâches en un corps avec comme outils : une politique de communication avec des stratégies médiatiques et digitales, une brigade numérique en veille permanente comme le souligne Cynthia Bashizi(idem). Dans la conclusion, cette dernière note qu'une crise reste une situation

⁶Covid-19 RDC : Autopsie d'une communication de crise « en crise » publié par actualités.CD le 6 Juin 2020 et consulté le 10 Décembre 2020 à 16H00'

insolite qui peut présenter une opportunité de renouveau à condition d'avoir appris des erreurs survenues.

Nous pensons également que la crise du Coronavirus reste une opportunité de repenser et redéfinir la politique de communication dans nos services étatiques, le système de communication et la chaîne de production des contenus dans les médias traditionnels congolais.

3.3. Les médias, une église au milieu du village

Au regard de résultats présentés ci-haut, il est impérieux que les médias recouvrent cette place de veiller et d'éveiller la société face à tous les enjeux vitaux. Si dans le scandale du Watergate, une affaire d'espionnage politique qui aboutit, en 1974 par des investigations menées par deux journalistes du Washington Post, à la démission de Richard Nixon, alors président des Etats-Unis, (Monde, 2020) alors en temps de crise sanitaire, les médias, mieux les journalistes ont un rôle prépondérant à jouer à la fois d'investigation, d'analyse, d'enquête, d'information et de désinformation pour la population, bref une église au milieu du village.

Pour être véritablement une église au milieu du village, il faut repenser et réorganiser tout le système de communication de nos médias traditionnels par rapport au contexte d'évolution et d'adaptation aux médias sociaux, dans un tel contexte un recul dans la collecte des informations, une modération dans le traitement et une ingéniosité dans la diffusion des informations, seraient des atouts d'une communication de crise. Les médias jouent le rôle d'éclaireur au sein de la société. Malheureusement, il s'est avéré, pendant cette crise sanitaire, que les médias congolais ont été caractérisés par un tâtonnement, des à peu près et des hésitations qui ont causé plusieurs fois le relâchement d'application des gestes barrières et l'inefficacité du travail du secrétariat technique de la riposte contre la Covid19.

La présence des médias traditionnels sur différentes plateformes numériques pour éclairer les lanternes limiterait la propagation des fausses nouvelles. On ne peut pas détacher aujourd'hui les médias traditionnels des médias sociaux, car les premiers sont le prolongement des seconds c'est-à-dire les révolutions technologiques consacrant l'essor des médias sociaux ne sont pas venues mettre fin au règne des médias traditionnels mais plutôt les améliorés. Il faut une collaboration au niveau de la chaîne de production des informations. C'est pourquoi : « *le village planétaire de McLuhan (op.cit), la référence obligée de tous les analystes de l'avenir de la communication n'est plus pour demain. Nous y sommes. L'usage*

des satellites pour les télécommunications et la télévision est devenu banal. Grâce aux satellites, un journaliste isolé peut communiquer sur n'importe quel point de la planète avec des millions de téléspectateurs. Un financier peut recevoir chez lui, sur micro-ordinateur, les cours des différentes bourses mondiales actualisés en temps réel».

Aujourd'hui cette affirmation et ses effets sont criants. Il est indispensable au Congo en général, et à Goma en particulier, de s'inscrire dans cette dynamique afin de maîtriser les enjeux du moment car (Balea, 2009) *« les médias constituent un couteau à deux tranchants. Leur action si elle ne s'inscrit pas dans le respect des normes déontologiques contribue à l'altération de l'espace public».*

Les médias sont le reflet d'une société, il importe donc de conjuguer des efforts à tous les niveaux, par tous les acteurs de la société pour avoir des médias de qualité. Ainsi, (Balle, 2005) *« les médias n'ont pas seuls la charge de ce que Montaigne appelait l'« institution des enfants ». En outre, ils partagent avec d'autres le « pouvoir d'informer ». Enfin, dans aucune société, ils n'ont le monopole de la propagation des normes et des valeurs. Banal mais indépassable, le constat implique cette recommandation importante : l'évaluation du pouvoir des médias passe nécessairement par l'examen des règles de ce jeu singulier dont les participants, nombreux, s'appellent la famille, l'école, les églises, les partis politiques. Institutions aux vocations diverses, aux ambitions parfois contradictoires, mais qui rivalisent les unes avec les autres sur le marché plus ou moins étroit du prestige et du pouvoir».*

Le travail est grand, il demande l'implication et la responsabilité de tous. La pandémie du Coronavirus nous révèle plusieurs défis liés à notre système d'information et de communication qu'il faille repenser.

Notons alors, que le pouvoir des médias est comme le synthétise Rémi Rieffel, **Multidimensionnel, Complexe et Ambivalent**. Dans cette optique, Sacriste (2007) donne les explications suivantes : *« **Multidimensionnel** parce que de très nombreux facteurs d'ordre technique, politique, économique, social et culturel interfèrent dans son accomplissement. **Complexe** parce que l'enchevêtrement et des dispositions des individus dessine un entre-lacs de situation, souvent difficile à démêler. **Ambivalent** parce qu'en fonction du contexte et de la conjoncture du moment, l'évaluation de l'impact des médias se prête à des interprétations variables (pour ne pas dire divergentes). En d'autres termes il n'y a pas de réponse univoque à la question « quel est aujourd'hui le pouvoir des médias ? » Il n'y a que des réponses partielles et provisoires. (...) ».*

Au regard des résultats obtenus, nous formulons quatre recommandations indispensables pour la réussite des activités de la riposte contre la pandémie et l'accompagnement des médias dans cette crise :

1. Il est judicieux d'intégrer au sein des médias traditionnels un journalisme d'investigation : il s'agit ici de fouiller, d'enquêter profondément sur un sujet avec une indépendance vis-à-vis des pouvoirs politiques ou économiques pour résister à l'audimat. Il faut aussi selon Gayte (2018) du factchecking, c'est-à-dire, *d'une part vérifier instantanément la véracité des faits et l'exactitude des chiffres présentés dans les médias par des personnalités politiques et des experts, d'autre part évaluer le niveau d'objectivité des médias eux-mêmes dans leur traitement de l'information.* Ensuite, être présents sur différentes plateformes numériques d'informations afin de réduire de plus en plus la propagation des fausses informations.
2. Parmi les moyens de lutte contre la désinformation liée au coronavirus, il en est un qui revêt une importance particulière, parce qu'il structure tous les autres : le *Fact Checking*, autrement appelé en français « vérification des faits » ou « vérification des informations ».

Cette pratique est née initialement au sein des rédactions de journaux américains dans un souci de garantir des sources d'information crédibles et fiable. Elle tend maintenant à se généraliser. D'une vérification systématique des contenus journalistiques (Gueham, 2017), elle consiste désormais en un contrôle des contenus signalés dans les services de communication au public, y compris dans les services de communication en ligne comme les réseaux sociaux et les plateformes. Malgré tout, le *Fact Checking* présente lui-même des limites qui se sont révélées à l'analyse des informations relatives au coronavirus. Celles-ci tiennent encore une fois au décloisonnement des sources d'information, et à la confrontation aux canaux d'information des experts. A l'ère des réseaux sociaux, les *fact-checkers* peuvent eux-mêmes se faire « *fact-checker* ».

L'adoption d'une législation actualisée régissant en général les médias et particulièrement les médias sociaux, le statut du journaliste, mais également renforcer et veiller au travers tous les organes de régulation de la presse et d'appui à la démocratie le respect des règles et déontologie du journalisme.

À ce niveau, il faut un suivi et des actions car plusieurs initiatives au niveau de Goma comme au niveau national sont enregistrées et dont le cheval de bataille est l'intégration du numérique dans notre quotidien pour un développement intégral de notre pays, à l'instar du **Plan National du Numérique**, une initiative du Chef de l'État Congolais dont la vision est de « *Faire du Numérique un levier d'intégration, de bonne gouvernance, de croissance économique et de progrès social* »⁷ du **Forum sur la Gouvernance de l'internet** dont la teneur est le respect des droits des usagers de l'internet et leurs limites, ou encore de **HAKICONF**, une conférence annuelle sur les droits de l'homme à l'ère du numérique organisée chaque année à Goma par Rudi International.

Les professionnels des médias devraient garder à l'esprit (Rieffel, 2005) que « *l'information diffusée par les médias est susceptible de modifier nos connaissances mais aussi nos préférences, d'engendrer des effets cognitifs, mais également des effets persuasifs* ». Il sera donc question de conjuguer les efforts pour que l'ingéniosité, la rigueur et l'objectivité soient des piliers d'une information vraie et vérifiée.

Dans ce sens nous pensons à une quatrième recommandation :

3. Le journalisme citoyen ou encore journalisme participatif : c'est un aspect du journalisme aujourd'hui qui prend forme par l'utilisation des outils de communication avec internet notamment le blog qui est le plus en vogue aujourd'hui. C'est aussi une action des citoyens jouant un rôle actif dans les processus de collecte, reportage, analyse et dissémination de l'information d'actualité (Chaudy, 2009).

Le citoyen ordinaire passe d'un simple récepteur à un émetteur. Il s'agit d'internautes, des citoyens qui souhaitent témoigner sur ce qu'ils voient, sur ce qu'ils entendent ou sur ce qu'ils constatent, soit raconter, filmer, photographier, écrire, etc. La figure de proue de cette discipline est Abraham Zapruder, qui a filmé l'assassinat de John Fitzgerald Kennedy avec sa caméra amateur en 1963, a été présenté, dans un article de libération paru en 2007, comme le premier (ou l'ancêtre) des journalistes citoyens. Ensuite plusieurs autres événements s'en sont suivis dont le mouvement des Gilets Jaunes qui a eu lieu en France fin 2018 (Lehut, 2019), l'actuelle crise du Corona Virus est un exemple éloquent à ce sujet.

⁷ Plan National du Numérique Horizon 2025 disponible sur www.numérique.cd consulté le 04 Décembre 2020 à 13H09'

Cependant, il est indispensable en amont pour les médias traditionnels d'inclure cette forme de journalisme qui constitue pour les médias *une source d'information qui peut se révéler très importante. Par le biais de blogs ou d'autres types de portail, le citoyen peut aider le journaliste à creuser une histoire intéressante et peut même offrir lui-même une bonne dépêche. L'idée est d'inclure ces publics actifs au sein de l'environnement des médias.* En aval, l'investigation sera de mise car le flux d'information est énorme, il faut donc tamiser pour diffuser une information vraie et vérifiée.

4. Conclusion

La pandémie du Coronavirus reste un défi et une opportunité pour les médias traditionnels de reconsidérer leurs places au sein du paysage médiatique actuel et de se positionner par rapport à la montée fulgurante des médias sociaux afin de répondre de leur responsabilité sociale. Au vu des faits observés et la soumission de ces derniers à quelques théories de communication et des médias, nos hypothèses postulées au départ comme suit : l'absence d'une législation en matière des médias sociaux et la régulation de la circulation des fausses informations sont deux facteurs majeurs du laisser-aller en cette matière.

La non-intégration des plateformes numériques dans le fonctionnement des médias traditionnels et le journalisme d'investigation ont favorisés le refuge de la population dans les médias sociaux. Ces hypothèses sont confirmées dans la mesure où le refuge de la population dans les médias sociaux s'explique entre autres par l'irresponsabilité des médias traditionnels de donner la vraie information s'interposant entre les médias sociaux n'ayant pas une législation intégrée et les fausses informations de tous azimuts pendant la crise sanitaire. Nous pensons qu'il y a urgence de mettre au premier plan une politique de communication globale car le grand combat à mener dans la riposte contre la pandémie à Coronavirus est d'ordre communicationnel, dans le cas contraire, il y a risque d'une résurgence de cette maladie.

Bibliographie

- Imin30, A. (2020, Juin 24). *Médias sociaux ou réseaux sociaux: quelles différences ?*
Récupéré sur Agence Imin30: www.1min30.com/dictionnaire-du-web/medias-sociaux
- Ashime, B. (2020). Coronavirus, un combat entre les médias traditionnels et les réseaux sociaux. *lecture phénoménologique de la Covid-19 à la lumière des médias sociaux*, pp. 79-80.
- Balea, J.-P. L. (2009). *Médias en République Démocratique du Congo*. Kisangani: Editions Universitaires Européennes.
- Balle, F. (2005). *Médias et société*. Paris: éditions Montchretien.
- Chaudy, N. P. (2009). *le journalisme participatif et citoyen sur internet: un populisme dans l'air du temps?* Récupéré sur OpenEdition: <https://journals.openedition.org//quaderni>
- Dereze, G. (2009). *Méthodes empiriques de recherche en communication*. Bruxelles: De Boek.
- FM, O. (2020). COVID-19/Essai vaccin: les docteurs Muyembe et Kayembe se contredisent. *Ouragan FM*.
- Gayte, A. (2018, Aout 23). *Comment fonctionne le service de "fact-checking" de l'AFP*.
Récupéré sur Le Monde: https://www.lemonde.fr/big-browsers/article/2018/08/23/a-l-agence-france-presse-plongee-dans-le-service-fact-checking_5345538_4832693.html
- Gueham, F. (2017, Juillet). *Le fact-checking: une réponse à la crise de l'information et de la démocratie*. Récupéré sur Fandapol.org: <https://www.fondapol.org/etude/farid-gueham-le-fact-checking-une-reponse-a-la-crise-de-linformation-et-de-la-democratie/>
- Lehut, T. (2019, Novembre 15). *Un an de gilets jaunes: les dix dates-clés du mouvement*.
Récupéré sur francebleu.fr:
<https://www.google.com/amps/s/www.francebleu.fr/amp/infos/societe/infographie-un-de-gillets-jaunes-les-dix-dates-cles-du-mouvement->
- Mahungu, E. P. (2020). Les fake news, manipulation et paradoxe de la communication médiatique sur la Covid-19. *Lecture phénoménologique de la Covid-19 à la lumière des médias sociaux*, p. 72.
- Monde, T. (2020, Mars 31). *le scandale du Watergate*. Récupéré sur Culture.tv5monde:
<https://culture.tv5monde.com/histoire/la-grande-explication--sur-les-evenement-qui-ont-marque-l-histoire/watergate-le-scandale>
- Mozanimu, G. J. (2018). *Réseaux sociaux de communication*. Goma: Université de Goma.
- Rieffel, R. (2005). *Que sont les médias?* Paris: Editions Gallimard.
- RTBF.BE. (2020). Coronavirus: la RDC candidate pour des essais de vaccins, des habitants refusent "d'être des cobayes". *RTBF.BE*.
- Sacriste, V. (2007). *Communication et médias. Sociologie de l'espace médiatique*. Paris: Foucher.
- Schudson, M. (2007). *Le pouvoir des médias*. Paris: Boulevard de sébastopol.