



RAPPORT DE RECHERCHE

Médias sociaux et més/désinformation dans le contexte électoral en RDC

Mai 2024

06

Introduction

14

La République démocratique du Congo, un terreau pour la « pollution informationnelle »

Contexte général	14
Les facteurs de la pollution de l'information	16
Les acteurs de la désinformation	17
Les pratiques de la pollution de l'information	21

26

Typologie des messages WhatsApp

Les centres urbains sont des points névralgiques pour la diffusion de més/désinformation et de discours haineux	27
Les discours haineux plus répandus dans les provinces du Haut-Katanga et du Nord-Kivu ..	28
Certains utilisateurs encouragés par des personnalités ou entrepreneurs politiques à partager de fausses informations	30
La diffusion de més/désinformation sur la campagne électorale a légèrement augmenté dans les semaines précédant le scrutin	32
Les politiques identitaires influencent fortement le type de contenus de més/désinformation diffusés sur les groupes WhatsApp	35
Au Nord-Kivu, la peur et l'insécurité engendrées par le conflit à l'Est sont utilisées pour façonner le débat électoral et diffuser de la més/désinformation sur les candidats à la présidence ...	41

40

Motivations et pratiques en matière de partage

Les informations partagées sont obtenues à parts égales auprès de sources officielles et informelles	40
Les utilisateurs sont assez sélectifs lorsqu'il s'agit de rejoindre ou de quitter des groupes qui diffusent des informations fausses ou néfastes	41
Bien que les utilisateurs comprennent l'intérêt de vérifier les faits avant de les partager, ils ne le font pas systématiquement	42
Dans un contexte de méfiance à l'égard des sources d'informations officielles, les utilisateurs partagent délibérément des informations non vérifiées afin de les contrôler .	44
Les utilisateurs qui diffusent des informations fausses ou néfastes sont également motivés par la volonté de susciter des réactions plutôt que d'informer	46
Les utilisateurs sont proactifs pour corriger la més/désinformation	48
Les utilisateurs sont moins enclins à confronter les auteurs de discours haineux	49

51

Confiance et préférences

Les utilisateurs sont moins enclins à vérifier les informations lorsque celles-ci sont partagées par des personnes ou des sources en qui ils ont confiance	51
Même si la source de l'information compte plus que son format, les utilisateurs ont tendance à faire davantage confiance aux vidéos qu'aux informations sous forme de texte ou d'images, qu'ils trouvent plus faciles à manipuler	52
La majeure partie de la més/désinformation est partagée en français par les utilisateurs car c'est une langue largement comprise et utilisée dans les médias	53

56

Conclusion

58

Travaux cités

PRINCIPAUX RÉSULTATS



520 messages analysés dans 155 groupes WhatsApp de journalistes et leaders communautaires

88.5%

des messages analysés contiennent des éléments de més/désinformation



Les centres urbains sont les lieux névralgiques de la diffusion des discours de haine et de la més/désinformation



La diffusion des discours de haine et de la més/désinformation a augmenté légèrement pendant la période électorale



Des utilisateurs des groupes WhatsApp de journalistes et leaders communautaires sont encouragés à partager de fausses informations par des politiciens ou des entrepreneurs politiques

La question ethnique détermine fortement le type de més/désinformation partagée dans les groupes WhatsApp



Les utilisateurs des groupes WhatsApp de journalistes et leaders communautaires comprennent la nécessité de fact-checker l'information, mais ne le font pas systématiquement

Les utilisateurs des groupes WhatsApp de journalistes et leaders communautaires partagent délibérément des informations non vérifiées dans le but de les fact-checker



Les utilisateurs des groupes WhatsApp de journalistes et leaders communautaires sont pro-actifs pour donner une réponse aux cas de més/désinformation, mais ils le sont beaucoup moins quand il s'agit d'agir dans un cas de propagation de discours de haine

Les utilisateurs des groupes WhatsApp de journalistes et leaders communautaires sont peu enclins à vérifier une information lorsqu'elle est partagée par une source qu'ils estiment sûre



Cette étude est l'œuvre d'une équipe multidisciplinaire d'experts :

Le docteur Pierre N'sana et Patient Ligodi du Laboratoire de recherche en sciences de l'information et de la communication (LARSICOM) ont contribué à la conception et à la mise en œuvre de l'étude, ainsi qu'à l'analyse quantitative. Pierre N'sana est professeur de journalisme à l'université des sciences de l'information et de la communication (UNISIC Kinshasa-RDC). Il travaille depuis plus de 20 ans sur des projets visant à soutenir le pluralisme des médias et à renforcer les capacités des médias en République démocratique du Congo et dans la sous-région africaine des Grands Lacs. Patient Ligodi est auxiliaire d'enseignement à l'UNISIC et fondateur de l'ASBL Kinshasa News Lab. Il a grandement contribué à l'analyse et à la rédaction de l'article sur la « pollution de l'information ».

Pierre Bahati Ndamwenge travaille chez Internews comme analyste des données, responsable infodémies et formateur des collecteurs de données de l'étude. Il a réalisé la collecte et l'analyse des données quantitatives et a contribué à la collecte des données qualitatives. La docteure Camille Maubert, consultante en recherche, a contribué en tant que chercheuse principale à la conception méthodologique, à l'analyse qualitative et à la rédaction de cette étude.

Nous sommes reconnaissants envers toutes celles et tous ceux qui ont donné de leur temps et qui ont partagé ouvertement leurs idées et leurs expériences avec nous. Leurs contributions ont été très précieuses pour identifier les dynamiques de diffusion de la més/désinformation et des discours haineux en ligne et les moyens de mieux les prévenir.

Cette étude et ces rapports ont été financés par l'USAID dans le cadre de l'activité de développement du secteur des médias (MSDA) soutenue par l'USAID et les agences de développement international suédoise et suisse. Les points de vue et les opinions exprimés dans ce rapport relèvent de la seule responsabilité d'Internews et des chercheurs. Ils ne reflètent en aucun cas les points de vue et les opinions du gouvernement américain, de l'USAID, ni des gouvernements suédois et suisse.

Objectifs de l'étude

En République démocratique du Congo, Internews met en œuvre l'activité de développement du secteur des médias (MSDA), renforcée par cinq projets complémentaires, dont un financé par le Complex Crisis Fund de l'USAID. Les résultats escomptés de ce projet comprennent une étude de l'écosystème de la désinformation, réalisée en collaboration avec le Laboratoire de recherche en sciences de l'information et de la communication (LARSICOM) basé à Kinshasa, pendant la période électorale (décembre 2023).

La campagne électorale de 2023 a été marquée par la diffusion de fausses informations, de fausses nouvelles (« fake news ») et d'images manipulées pour désorienter les électeurs et influencer le débat public. Si les candidats eux-mêmes se sont abstenus de recourir publiquement à la més/désinformation, leur entourage ainsi que des groupes et des individus impliqués politiquement ont contribué à la diffusion d'informations fausses ou préjudiciables avant les élections¹. Les personnes moins informées ou mal équipées pour évaluer de manière critique les informations qu'elles reçoivent et partagent sont également susceptibles de contribuer à ce phénomène.



¹ <https://information.tv5monde.com/afrique/video/rd-congo-les-menaces-des-fausses-informations-sur-la-democratie-2683918>



En 2023, 54 % des Congolais interrogés par Target ont déclaré utiliser Internet principalement pour se connecter à WhatsApp, faisant de la plateforme un outil central de partage d'informations...

La méfiance et la manipulation croissantes des médias traditionnels dans la société congolaise coïncident avec la popularité grandissante des réseaux sociaux dans l'opinion publique. En 2023, 54 % des Congolais interrogés par Target ont déclaré utiliser Internet principalement pour se connecter à WhatsApp, faisant de la plateforme un outil central de partage d'informations². Ce phénomène a facilité la diffusion rapide d'informations en dehors des médias traditionnels (presse et radio), mais a également permis la diffusion de fausses nouvelles. Les plateformes de réseaux sociaux sont utilisées pour diffuser intentionnellement de la désinformation, exploiter les divisions sociales et toucher le plus de monde possible. Cette diffusion est amplifiée par l'utilisation par les médias traditionnels des informations circulant sur les réseaux sociaux et la persistance de la culture journalistique du « scoop »³.

Dans ce contexte, cette étude sur l'écosystème de la désinformation pendant la période électorale vise à comprendre la demande de més/désinformation et de discours haineux. Elle vise plus particulièrement à examiner la dynamique de la consommation et du partage de fausses informations en ligne, notamment sur les groupes WhatsApp.

Questions de l'étude

1. Quelle est la nature de la més/désinformation et des discours haineux dans les groupes WhatsApp ?
2. Comment les messages de més/désinformation et de discours haineux sont-ils identifiés, perçus et relayés par les membres des groupes WhatsApp ?
3. Quels sont les facteurs contextuels qui rendent les personnes vulnérables à la diffusion d'informations fausses ou nuisibles ?

² « Media habits of Congolese », Target, publication physique, septembre 2023

³ Patient Ligodi. Pollution de l'information : Fake News et journalisme dans le monde et en République Démocratique du Congo. Bruxelles, Wavre, Kinshasa, éditions Mabiki, 2024, p. 106

Zones géographiques

L'étude visait en priorité les zones géographiques qui présentaient un intérêt majeur lors des élections, soit en raison de leur importance dans la campagne politique, soit en raison des enjeux de société et de conflit complexes en jeu. Trois zones ont été sélectionnées :

1. Kinshasa, capitale du pays, où le débat politique national est susceptible d'alimenter et d'étendre les conflits locaux.
2. Le Haut-Katanga, en raison de l'opposition entre immigrants des communautés kasaïenne et katangaise, et des divisions politiques historiques entre les candidats à la présidence dans ces régions (le président sortant Félix Tshisekedi étant originaire du Kasai, et le candidat de l'opposition Moïse Katumbi du Katanga).
3. Le Nord-Kivu, province déchirée par le conflit avec le M23, soutenu par le Rwanda, et par d'autres conflits locaux impliquant des acteurs étrangers.

Méthodologie

* Définitions

Pour les besoins de cette étude, les définitions suivantes ont été utilisées par Internews :

La désinformation désigne le fait de diffuser intentionnellement de fausses informations en les présentant comme vraies. Elle peut englober les rumeurs, les théories du complot ou les fausses données.

La mésinformation désigne la diffusion involontaire ou non intentionnelle de fausses informations, sans intention d'induire en erreur ou de nuire. Contrairement à la désinformation, elle résulte souvent d'une inadvertance, d'un manque de compréhension ou d'erreurs factuelles.

Les discours haineux en ligne contribuent à la diffusion d'informations nuisibles, trompeuses ou préjudiciables susceptibles d'influencer négativement les opinions, les attitudes et les comportements. Ce type de discours crée un environnement toxique en propageant des idées discriminatoires, diffamatoires ou incitant à la violence, nuisant ainsi à la société en général. La propagation de discours haineux en ligne peut déformer la réalité, polariser les opinions, encourager la mésinformation et fragmenter les communautés en alimentant les préjugés et les conflits.

En raison de limites méthodologiques (voir ci-dessous), il n'a pas été possible de déterminer si les messages identifiés sur les groupes WhatsApp diffusaient intentionnellement de fausses informations et quelles étaient leurs éventuelles motivations. La plupart des personnes interrogées lors des discussions de groupe ont indiqué qu'elles ne partageaient jamais ou très rarement des informations fausses ou non vérifiées en ligne, ce qui laisse penser que la plupart des contenus recueillis relèvent de la catégorie « mésinformation ». Il se peut toutefois qu'elles aient fait preuve d'un biais de désirabilité sociale, en fournissant des réponses basées sur ce qu'elles croient être socialement acceptable pour le groupe. Compte tenu de ces difficultés, le reste de l'étude utilise le terme « *més/désinformation* ».

* Méthodes

Cette étude se fonde sur deux approches méthodologiques différentes pour analyser la production et la consommation de més/désinformation et de discours haineux.

La première approche, qui porte sur la production de més/désinformation et de discours haineux, est réflexive et se fonde sur l'expérience des journalistes et sur les réalités auxquelles ils sont confrontés au quotidien. Par une description du contexte politique, social et sécuritaire, elle présente l'expérience des journalistes sur l'offre de désinformation en République démocratique du Congo.

La seconde, plus empirique et analytique, se fonde sur une démarche de terrain et examine aussi bien des occurrences de més/désinformation en circulation sur le réseau social WhatsApp, que les perceptions qu'elles génèrent auprès des consommateurs.

La saisie de ces différents aspects (offre et consommation/demande) requiert une démarche holistique autorisant le croisement d'approches, nourrie par une fine connaissance du contexte, des acteurs et des pratiques (partie 1), à des procédés plus analytiques basés sur un examen rigoureux des données méthodiquement recueillies sur terrain (parties 2 à 4).

Surveillance des groupes WhatsApp

Au total, 155 groupes (42 dans le Haut-Katanga, 72 à Kinshasa et 41 dans le Nord-Kivu) ont été sélectionnés pour cette étude à partir de la base de données existante d'Internews. Dans ces groupes sont présents des journalistes, des membres d'organisations de la société civile et des dirigeants communautaires, soit un total de 29 593 personnes (18 466 dirigeants d'organisations communautaires, 7 458 dirigeants d'organisations de la société civile, 3 347 dirigeants et membres d'organisations religieuses et 322 journalistes). Cela a des conséquences sur les résultats, car ils ne sont pas représentatifs de la société congolaise dans son ensemble. En effet, les membres du groupe WhatsApp dans les groupes sélectionnés ont, en raison de leur statut et de leur profession, en moyenne un niveau d'alphabétisation plus élevé et sont exposés et activement impliqués dans des activités liées aux médias.

Les collecteurs recrutés par Internews ont été formés pour surveiller les groupes WhatsApp dont ils étaient déjà membres et auxquels ils ont été ajoutés, le cas échéant. Chaque collecteur a surveillé en moyenne 5 à 10 groupes influents dans leur communauté (par exemple, des groupes de la société civile ou des groupes politiques), dans le but d'identifier les principaux sujets de discussion en circulation. Au sein de ces groupes, les collecteurs ont enregistré les cas de més/désinformation et de discours haineux selon un outil de catégorisation conçu par Internews.

Les données ont été collectées à partir de 520 messages au total sur une période continue de deux semaines (du 4 au 10 et du 11 au 17 décembre 2023). Les 16 collecteurs ont été formés à l'identification des contenus (mésinformation et discours haineux) à l'aide de l'application Open Data Kit et de Google Forms pour collecter toutes les informations contenant de fausses informations et des discours haineux partagés dans les groupes WhatsApp dont ils étaient membres. Les informations ont ensuite été vérifiées par l'analyste des données en recoupant les mots répétés à l'aide du logiciel Microsoft Power BI. Un deuxième processus de vérification des faits et de catégorisation a été effectué par LARSICOM, qui s'est assuré que toutes les informations étaient classées dans la catégorie appropriée et s'en est débarrassé lorsque nécessaire.

Le contenu sélectionné a fait l'objet d'une analyse comparative dans deux rapports hebdomadaires.

En outre, une analyse qualitative des messages a été réalisée afin d'identifier les thèmes clés et d'autres observations pertinentes, telles que les messages les plus fréquemment partagés dans les groupes. L'analyse des messages WhatsApp ne concernait que le contenu textuel, sans prendre en compte le contenu multimédia (contenu audio, vidéos, images).

Bien que l'échantillon ne puisse être considéré comme représentatif de la société congolaise dans son ensemble, il fournit un aperçu pertinent de la nature de la més/désinformation et du contenu qui circule au sein des communautés en ligne.

Enquête sur la més/désinformation

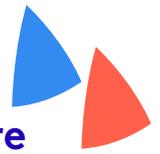
Un bref questionnaire a été présenté à tous les utilisateurs de messages de més/désinformation et de discours haineux identifiés lors de la surveillance des groupes WhatsApp (n = 622). Elle comprenait les questions suivantes :

1. Où avez-vous trouvé les informations que vous avez partagées ?
2. En quoi étaient-elles intéressantes pour vous ?
3. Pourquoi les avez-vous partagées ?

Ces résultats quantitatifs ont été complétés par une analyse qualitative de la diffusion de contenus de més/désinformation et de discours haineux au sein des mêmes groupes, puis consolidés dans un rapport d'enquête (avec les graphiques présentés dans les sections correspondantes ci-dessous).

Groupes de réflexion

Des discussions semi-structurées avec des groupes cibles ont été menées dans les trois régions (deux au Nord-Kivu, une à Kinshasa et une au Haut-Katanga) pour compléter et trianguler les informations collectées lors de la surveillance des groupes WhatsApp. Les participants ont été recrutés à dessein au sein des groupes surveillés, soit parmi les utilisateurs qui diffusaient de la més/désinformation et des discours haineux (environ 60 %), soit parmi les membres plus généraux de ces groupes. Tous les participants aux discussions des groupes de réflexion ont signé des formulaires de consentement éclairé.



Cette étude a été limitée par un certain nombre de contraintes liées au contexte politique et sécuritaire des régions. Les membres des groupes WhatsApp étaient réticents à s'identifier et à discuter de sujets sensibles liés aux élections, en particulier dans le Haut-Katanga et le Nord-Kivu, où les tensions ethniques et la militarisation limitent la volonté du public de discuter ouvertement avec des inconnus...

Cette étude a été conçue de manière à travailler à différents niveaux au sein d'un même ensemble de données. En d'autres termes, les participants aux groupes de réflexion et à l'enquête ont tous été recrutés parmi les utilisateurs qui ont partagé des messages de més/désinformation et de discours haineux dans le groupe WhatsApp. Cela nous a permis de mieux comprendre les dynamiques en jeu au sein de ces groupes et de disposer d'une base plus fiable pour l'analyse et les références croisées.

*** Limites**

Cette étude a été limitée par un certain nombre de contraintes liées au contexte politique et sécuritaire des régions. Les membres des groupes WhatsApp étaient réticents à s'identifier et à discuter de sujets sensibles liés aux élections, en particulier dans le Haut-Katanga et le Nord-Kivu, où les tensions ethniques et la militarisation limitent la volonté du public de discuter ouvertement avec des inconnus. En conséquence, le champ d'application initial a été réduit pour n'étudier que la demande et le partage de més/désinformation, en laissant de côté les questions liées à la production d'informations fausses et préjudiciables et aux intentions des créateurs de contenu.

Certaines limites ont été relevées au niveau de l'étude quantitative des groupes WhatsApp. En raison de la difficulté à déterminer l'intention des utilisateurs lorsqu'ils partagent de fausses informations, ainsi que la mesure dans laquelle ils étaient conscients de la nature incorrecte des informations partagées, l'analyse quantitative s'est appuyée sur deux catégories, « *més/désinformation* » et « *discours haineux* », pour cataloguer les messages.

Cette catégorisation générale a toutefois occulté les multiples types d'informations couverts par la mésinformation, à savoir :

- **Le contenu fabriqué ou manipulé** : contenu complètement faux ou informations ou images authentiques déformées (par exemple, piège à clics ou titre sensationnel).

Par exemple, certains messages affirmaient que « *le camp Katumbi propose des négociations avec le M23* » (groupe WhatsApp du Nord-Kivu, 7 décembre 2023) ou que « *le chef du M23 vient d'annoncer son soutien à Moïse Katumbi* » (groupe WhatsApp du Nord-Kivu, 5 décembre 2023). Cependant, les sites Web de vérification des faits montrent qu'il n'y a aucune preuve à ce jour que Moïse Katumbi soutient le M23⁴.

- **Le contenu trompeur** : informations trompeuses ou ambiguës (par exemple, un commentaire présenté comme un fait).

Par exemple, un message indiquait que, « *ayant flairé la guerre civile à venir, les observateurs de l'Union européenne ont quitté la République démocratique du Congo* » (groupe WhatsApp de Kinshasa, 6 décembre 2023). Ce fait n'est que partiellement avéré : l'Union européenne a bien annulé sa mission, mais en raison de contraintes techniques⁵. La déclaration sur la guerre civile est probablement un commentaire de l'auteur du message.

- **L'humour et la satire** : anecdotes humoristiques mais fausses que l'on fait passer pour vraies, qui n'ont aucune intention de nuire ou d'induire en erreur, mais qui peuvent tromper le lecteur.

Par exemple, un message satirique indiquait que le président rwandais Paul Kagame était candidat aux élections avec le numéro du diable (666) comme numéro d'enregistrement. « *Paul Kagame Mwira, n° 666, candidat à la députation nationale dans la ville de Goma* » (groupe WhatsApp du Nord-Kivu, 7 décembre 2023).

- **Les erreurs** : commises par les agences nouvellement établies dans leurs rapports.

La conception de l'analyse quantitative n'a pas permis d'étudier ces distinctions. Une analyse plus approfondie de cet ensemble de données pourrait mettre en évidence la proportion de chacun des types de messages susmentionnés et permettre de mieux comprendre les nuances de la diffusion de la mésinformation en ligne.

⁴ <https://balobakichck.cd/aucune-preuve-natteste-a-ce-jour-que-moise-katumbi-soutient-les-m23/>

⁵ <https://balobakichck.cd/lue-na-pas-annule-sa-mission-dobservation-electorale-en-rdc-apres-avoir-constate-la-non-volonte-dorganiser-des-elections-credibles/>



La République démocratique du Congo, un terreau pour la « *pollution informationnelle* »

Cette partie présente une analyse de l'environnement de la més/désinformation en République démocratique du Congo, en mettant l'accent sur les acteurs qui produisent des contenus faux, trompeurs ou nuisibles, ainsi que sur le contexte politique et sécuritaire de ces pratiques.

Contexte général

Le 20 décembre 2023, des millions de Congolais se sont rendus aux urnes. La République démocratique du Congo organisait ainsi, pour la première fois, quatre scrutins combinés : présidentiel et législatif, national, provincial, municipal. Ce quatrième cycle électoral post-dialogue inter-congolais a été marqué par un très grand nombre des candidats : 26 à la présidentielle, près de 25 000 aux législatives nationales, et encore plus aux provinciales et municipales. À l'issue de ces élections, Félix-Antoine Tshisekedi a été réélu président pour un second mandat de cinq ans, tandis que la coalition qui avait soutenu sa candidature semble avoir largement devancé l'opposition à toutes les autres élections (législatives, provinciales et municipales).

Malgré de graves irrégularités relevées par plusieurs observateurs et la contestation des résultats par l'opposition, l'installation des nouveaux élus s'effectue, en attendant le traitement des recours déposés auprès des instances judiciaires compétentes.

Entre-temps, la République démocratique du Congo continue d'évoluer dans un contexte politique complexe et dynamique, marqué par une combinaison de défis persistants et de développements récents.



Tout d'abord, la question de la stabilité politique demeure un défi majeur en République démocratique du Congo. Malgré les élections précédentes, l'instabilité persiste en raison de divers facteurs : fragilité des institutions, tensions ethniques, conflits armés dans certaines régions et différends liés aux ressources naturelles. Ces éléments contribuent à une gouvernance complexe et entravent le développement économique du pays.

Dans la province du Nord-Kivu, où les hostilités ont repris depuis le mois d'octobre 2023 entre les FARDC et le M23, les populations continuent à fuir les combats qui se recentrent vers la ville de Goma. La capitale provinciale, toujours sous état de siège comme le reste de la province, connaît de vives tensions et des rumeurs de prise imminente de la ville par le M23.

Accusé d'être derrière la montée en puissance du M23 par Kinshasa, le Rwanda nie tout soutien aux mouvement rebelle et accuse à son tour le gouvernement de la République démocratique du Congo d'entretenir d'anciens génocidaires.

D'un point de vue politique interne, les premiers mois de l'année 2024 sont marqués par les manœuvres relatives à la constitution de la nouvelle majorité parlementaire dont sera issu le prochain gouvernement. L'opposition, affaiblie par son faible score aux dernières élections générales, peine à mettre en place une stratégie efficace de contre-pouvoir, laissant ainsi la gestion de la guerre, tout comme de l'ensemble de la vie publique, entre les seules mains de la coalition dirigée par le président Tshisekedi.

Cette domination de la vie publique par la majorité présidentielle s'est traduit, sur le plan médiatique, par un recul du pluralisme d'opinion. Les médias et les journalistes se sentant menacés ou surveillés semblent renoncer à leur mission de vigilance et s'abstiennent d'aborder des sujets qui les mettraient en porte-à-faux avec le pouvoir. Un affaiblissement de la presse, doublé d'une restriction de l'espace public symbolique, est susceptible de favoriser la circulation d'informations (fausses ou vraies) de toutes sortes, face à une demande pourtant exacerbée par la situation de la guerre dans l'Est et la crise socio-économique qui perdure dans le pays.

Les facteurs de la pollution de l'information

Selon une observation continue de l'espace public numérique, la désinformation en République démocratique du Congo est favorisée par divers facteurs, combinant (i) des éléments socio-économiques et politiques déjà évoqués dans l'analyse contextuelle ci-dessus, et (ii) des facteurs purement technologiques. Parmi les facteurs les plus déterminants, nous pouvons citer :

- **La faiblesse des institutions médiatiques** : les organes de presse et autres institutions médiatiques congolaises évoluent dans la précarité et le manque de moyens en raison d'une situation économique difficile et d'un accès aux ressources très limité. Cette situation les expose à des influences multiples, notamment en présence de certains intérêts politiques ou économiques, et remet en cause leur indépendance. Les difficultés à mettre en œuvre un cadre réglementaire, pourtant renforcé avec la promulgation des deux ordonnances-loi, le Code du numérique et la loi sur l'exercice de la liberté de la presse, en mars 2023, renforce un environnement où la désinformation prospère sans contraintes.
- **L'accès limité à l'éducation** : la mauvaise qualité de l'éducation et de la formation académique pour la majorité de la population fait que des millions de Congolais sont plus vulnérables à la désinformation. Des niveaux d'études bas ne favorisent pas le développement d'un esprit critique et rendent les individus plus susceptibles de croire et de propager des informations non vérifiées.
- **La polarisation et les tensions politiques** : la polarisation politique peut favoriser un climat dans lequel la vérité est souvent sacrifiée au profit des opinions partisans. L'information peut alors être manipulée pour servir des intérêts politiques. Les tensions ethniques sont parfois exploitées pour diffuser délibérément des informations trompeuses dans le but de susciter la peur, la méfiance et la division entre les différentes communautés. L'objectif final est de créer une opinion publique favorable à la cause défendue.

- **L'utilisation accrue des réseaux sociaux** : leur popularité auprès du public a facilité la propagation rapide de l'information, mais cela a également ouvert la voie à la diffusion de fausses nouvelles. Les plateformes de réseaux sociaux sont utilisées pour diffuser intentionnellement de la désinformation, exploiter les divisions sociales et toucher le plus de monde possible. Cette propagation est amplifiée par la reprise et la diffusion, par les médias traditionnels, de certaines informations qui circulent sur les plateformes de réseaux sociaux, et par la culture journalistique du « scoop ».
- **L'influence extérieure** : des acteurs étrangers peuvent également jouer un rôle en favorisant la désinformation pour influencer la situation politique et sociale en République démocratique du Congo. Cela peut se manifester par des campagnes de désinformation en ligne ou d'actions plus subtiles venant des acteurs possédant des intérêts divers dans le pays.

Dans un tel contexte, la lutte contre la désinformation et la pollution de l'information exige une approche globale, impliquant l'amélioration des institutions médiatiques, la promotion de l'éducation, la réglementation des réseaux sociaux et la sensibilisation de la population. La mise en place de mécanismes de vérification des faits et la promotion de la transparence sont également des éléments clés pour contrer ce phénomène.

Les acteurs de la désinformation

Trois groupes principaux sont à l'origine de la pollution de l'information en République démocratique du Congo : les entrepreneurs politiques privés, les milices numériques et les sociétés numériques privées.

Acteurs politiques

Ce premier groupe est constitué d'individus motivés par des intérêts particuliers visant à mobiliser l'opinion publique ou à établir des réseaux d'influence pour atteindre leurs objectifs politiques. En 2020, par exemple, Facebook a supprimé une soixantaine de comptes associés à un homme politique de la coalition au pouvoir, Honoré Mvula. Le réseau social avait alors reproché audit acteur politique de diffuser de la désinformation et de la propagande politique sous l'apparence de contenus d'actualité. En tout, 66 comptes utilisateurs, 63 pages Facebook, cinq groupes, et 25 comptes Instagram ont été supprimés.

Milices numériques

D'essence militaire, le terme milice est utilisé pour désigner des troupes permanentes ou temporaires formées pour suppléer, renforcer ou remplacer l'armée régulière. Il peut aussi s'agir des organisations paramilitaires illégales effectuant des actions commando pour le compte d'un mouvement politique ou d'une autre autorité quelconque (chef d'entreprise, syndicat, etc). Ces deux dimensions sont présentes dans la constitution et les modes opératoires des groupes structurés le sont sur le Web, avec comme mission d'exercer une influence sur la société ou sur des événements spécifiques. De même que les milices armées peuvent exercer une influence sur des territoires, contrôler des zones géographiques ou mener des opérations militaires, ces milices numériques s'activent à influencer les opinions, orienter les débats publics en ligne et manipuler les perceptions à travers la diffusion de contenus d'aspect informationnel. Quatre milices numériques à connotation politique, chacune affiliée à des mouvances politiques spécifiques, se sont fait remarquer durant la période électorale :

- ↳ **« Les talibans »** : cette milice numérique se revendique du parti UDPS et défend ardemment Félix Tshisekedi. Ils ciblent systématiquement ceux qu'ils perçoivent comme une menace pour leur leader, utilisant diverses formes de pollution de l'information.
- ↳ **« Kashobwe »** : nommée d'après une localité du territoire de Kasenga, sur la rive gauche de la Lwapula, à la frontière zambienne, à moins de 20 km du lac Mweru. La milice Kashobwe est associée à Moïse Katumbi. La milice Kashobwe rassemble les partisans enthousiastes de Moïse Katumbi, notamment des influenceurs se présentant comme des journalistes ou ayant une longue expérience dans le domaine journalistique, désormais actifs dans l'influence informationnelle.
- ↳ **« Pyongyang »** : affiliée à l'homme politique Vital Kamerhe et à son parti UNC. Pyongyang s'allie souvent aux talibans pour s'attaquer à Kashobwe ou aux « pangistanais ».
- ↳ **« Les Mpangistanais »** : proches de Martin Fayulu. Ces derniers tirent leur surnom de « Mpangi », signifiant « frère » en kikongo. Le vocable a pris de l'ampleur au moment du rapprochement entre Martin Fayulu et Adolphe Muzito, tous de l'opposition, tous originaires de l'ancienne province du Bandundu.

Chacune de ces milices abrite cinq types d'acteurs :

1. Les influenceurs non revendiqués, qui exercent une influence sans s'afficher comme influenceurs, agissant de manière subtile ou sans chercher à mettre en avant leur statut d'influenceur.

2. Les militants revendiqués (parmi lesquels les communicateurs), qui affichent ouvertement leur engagement, leurs opinions politiques, sociales ou idéologiques, et qui les revendiquent publiquement. Ces acteurs prennent part activement à des actions d'influence informationnelle visant à défendre certaines causes et n'hésitent pas à afficher leurs convictions, leurs affiliations politiques ou leurs engagements dans des débats publics.
3. Les presque journalistes, qui se font passer pour des journalistes mais publient du contenu destiné à influencer ou manipuler l'opinion publique. Ces individus ne suivent pas nécessairement les principes éthiques du journalisme et peuvent prendre part à la diffusion de désinformation, de propagande ou d'autres formes de manipulation de l'information. Ils publient souvent de vraies informations pour tromper l'opinion sur leurs vraies activités.
4. Les journalistes engagés, qui se font appeler journalistes. Ils sont attachés aux rédactions qui participent aux opérations d'influence informationnelle, soit parce qu'ils travaillent pour les médias dont la couleur politique est connue soit parce qu'ils travaillent de manière « indépendante », en se basant sur leur audience sur les réseaux sociaux.
5. Les opérateurs religieux sont similaires aux entrepreneurs politiques et défendent des causes et des acteurs politiques en profitant du statut de « *dépositaire de la parole de Dieu* ».

Sociétés numériques privées

L'exemple le plus caractéristique de cette troisième catégorie d'acteurs (après les entrepreneurs politiques et les milices numériques) est celui d'Archimedes Group. Cette société israélienne avait été bannie par Facebook en mai 2019 pour avoir mené des activités d'influence informationnelle électorale par le biais de comptes et de contenus inauthentiques. Comme l'a expliqué Facebook, elle avait créé de faux comptes et diffusé de fausses informations dans le but de manipuler les élections, notamment en République démocratique du Congo.



Archimedes Group. Cette société israélienne avait été bannie par Facebook en mai 2019... Comme l'a expliqué Facebook, elle avait créé de faux comptes et diffusé de fausses informations dans le but de manipuler les élections, notamment en République démocratique du Congo...

Sans Frontières Associates (SFA) a conclu un contrat avec la présidence de la République démocratique du Congo. Ce cabinet est chargé de la rédaction de communiqués, de la gestion d'une partie des relations presse, ainsi que de la formation médiatique des équipes de Félix Tshisekedi. Fin novembre, une révélation de Jeune Afrique a mis en lumière le fait que Jonathan Lehrle, ancien cadre du Parti conservateur britannique, avait travaillé pour l'entreprise britannique d'influence Bell Pottinger jusqu'à fin 2016. Cette entreprise a été accusée d'avoir orchestré, en janvier 2016, une campagne secrète visant à exacerber les tensions ethniques en Afrique du Sud au nom de clients milliardaires, notamment les frères Gupta. Notons que la campagne électorale de Félix Tshisekedi est également marquée par une focalisation sur ce qu'il perçoit comme « *les candidats de l'étranger* ».

Le site Web de SFA présente Jonathan Lehrle comme un expert disposant d'une solide expertise dans le contrôle des messages politiques et de compétences avérées en matière de gestion des médias. Selon la même source, entre 2008 et 2016, il a dirigé de nombreux projets sensibles. Ces projets sont très variés : collaboration avec le président biélorusse Loukachenko en 2008/2009, initiatives politiques plus conventionnelles en Zambie, en Afrique du Sud, au Gabon, en Guinée, en Zambie (notamment dans le secteur minier), au Niger, en République démocratique du Congo, en République du Congo (PCT), au Kenya, à Madagascar, au Malawi, en Ukraine et au Moyen-Orient.

Le rapport de Meta de janvier 2022 a identifié et supprimé un réseau de trois comptes Facebook originaires de Saint-Petersbourg, en Russie, ciblant principalement la République démocratique du Congo ainsi que d'autres pays africains. Ce réseau utilisait de faux comptes pour créer des personnes fictives, comme des rédacteurs de médias ou des cadres arabophones basés en Europe dans des agences de relations publiques, avec des photos de profil probablement générées par intelligence artificielle. Bien que leurs tentatives pour influencer aient été largement infructueuses, le réseau a tenté de contacter des journalistes africains pour publier des articles en leur nom, articles critiquant notamment l'influence française en Afrique. Cette activité est liée à des individus associés à l'organisation russe Internet Research Agency (IRA).



Les pratiques de la pollution de l'information

Considéré comme un pionnier dans le domaine des relations publiques et de la communication stratégique au XX^{ème} siècle, Edward Bernays⁶ (1928) explore diverses techniques de manipulation de l'opinion publique dans son livre « *Propaganda* » qui depuis fait référence. L'auteur crée la notion d'influence informationnelle et montre comment elle peut servir à manipuler les perceptions et les opinions publiques. Ses idées et son travail ont grandement contribué à comprendre la manière dont l'information journalistique peut être utilisée comme un outil puissant de persuasion et de manipulation à grande échelle.

L'analyse de l'écosystème médiatique congolais montre combien la conquête de l'opinion rend possible de vastes opérations de manipulation impliquant l'influence informationnelle, tant dans le contexte électoral que dans les opérations militaires dans la province du Nord-Kivu.

Influence informationnelle électorale polluante

L'influence informationnelle électorale fait référence à l'utilisation stratégique et délibérée de l'information, souvent par le biais des médias traditionnels et des plateformes en ligne, dans le but d'influencer les opinions, les attitudes et les comportements des électeurs en période électorale. Cette influence peut être exercée par divers acteurs, notamment des partis politiques, des candidats, des groupes d'intérêt ou même des entités étrangères, et peut ou non impliquer directement des journalistes.

⁶ Edward L. Bernays, *Propaganda : Comment manipuler l'opinion en démocratie*. Paris, éditions Zones, p. 144

La « *foxification* » est un phénomène souvent employé par les médias, qui consiste à diffuser des informations délibérément erronées, afin de créer un climat d'opinion favorable à une idéologie ou à une personnalité politique en particulier. Ce processus peut être considéré comme symptomatique de l'ère post-vérité, où la véracité des faits devient secondaire par rapport à leur efficacité à soutenir une cause ou une opinion.

La foxification soulève des questions fondamentales sur le rôle des médias en tant que quatrième pouvoir censé équilibrer les autres pouvoirs de la société. De nombreuses études récentes ont mis en lumière la manière dont les médias peuvent être instrumentalisés pour servir des intérêts particuliers, au détriment de l'intérêt général et de la démocratie. Une telle dynamique est d'autant plus préoccupante dans les sociétés en transition ou en situation de conflit, où les médias sont invités à jouer un rôle crucial dans la construction de la paix et de la cohésion sociale. Elle soulève des questions sur l'éthique journalistique et sur la capacité des médias à contribuer à des élections libres et équitables et interroge le rôle des citoyens et des sociétés civiles dans le maintien de médias responsables et transparents.

Influence informationnelle militaire

De nos jours, caractérisée par la prééminence de l'information comme vecteur de pouvoir, la guerre hybride émerge comme un domaine complexe où les conflits ne se limitent plus aux champs de bataille traditionnels mais s'étendent à l'espace informationnel. La guerre hybride est conceptualisée comme un conflit multidimensionnel qui combine des moyens conventionnels et non conventionnels, y compris la manipulation de l'information et la désinformation, pour atteindre des objectifs stratégiques. Comme l'indique Vladimir Volkoff, romancier français qui a écrit sur le renseignement et la manipulation pendant la guerre froide, la guerre de l'information se définit comme l'utilisation offensive et défensive de l'information pour exploiter, corrompre et détruire les systèmes d'information de l'ennemi, tout en protégeant les siens. La désinformation est considérée comme une stratégie clé dans la guerre hybride. On l'utilise pour manipuler l'opinion publique et déstabiliser l'adversaire. Volkoff précise que la désinformation est employée principalement dans un contexte politique, avec des informations traitées par des moyens détournés. L'opération Mockingbird est un bon exemple d'une application historique de la désinformation par la CIA pour influencer les narratifs médiatiques.

En République démocratique du Congo, cette réalité se traduit le plus souvent par la manipulation des réseaux sociaux pour influencer les tendances et amplifier certains discours, créant parfois des bulles d'information favorables à une perspective particulière ou à des intérêts spécifiques. Certains acteurs ont recours aux cyberattaques pour perturber les infrastructures critiques, propager des informations fausses ou néfastes, voire manipuler les médias en ligne, avec par exemple le piratage de comptes sur les réseaux sociaux ou de sites d'information.

La création de fausses identités en ligne, ainsi que l'infiltration médiatique, sont de plus en plus utilisées. Elles consistent à placer des agents ou des propagandistes au sein des médias traditionnels pour modifier ou orienter la couverture médiatique d'événements, favorisant ainsi un certain point de vue. En République démocratique du Congo, la stratégie adoptée par la rébellion du M23 présente une approche complexe qui s'appuie sur des pratiques relevant à la fois de la pollution de l'information et de la guerre hybride pour influencer les opinions et créer la confusion.

- 1. Création d'une fausse agence de presse :** en mettant en place des agences de presse fictives telles que Rutshuru Presse, le M23 cherche à manipuler les journalistes en diffusant des dépêches truquées. Cette pratique vise à désorienter et à propager de fausses informations dans le but de façonner une narrative favorable à leurs intérêts.
- 2. Création des faux médias :** les entités médiatiques fictives telles que Voice of Kivu ou Goma 24, créées sur les réseaux sociaux, servent à diffuser la propagande du M23. Ces faux médias servent à diffuser des contenus biaisés et partisans, et visent à influencer les perceptions et à légitimer les actions du groupe rebelle.
- 3. Création des faux activistes ou de fausses organisations de la société civile :** le M23 recrute des individus se faisant passer pour des activistes ou des organisations de la société civile sur les réseaux sociaux. Ces faux acteurs alimentent la pollution de l'information en propageant des contenus tendancieux visant à soutenir uniquement les intérêts du M23.
- 4. Utilisation des personnes fictives :** le recours à des personnes fictives ou à des profils anonymes permet au M23 de masquer l'origine de la désinformation et de répandre des discours manipulés sans révéler leur véritable source.
- 5. Utilisation des faux journalistes et de « presque journalistes » :** le groupe rebelle implique des individus se présentant comme des journalistes affiliés à des médias fictifs ou transforme d'anciens professionnels de l'information en influenceurs. Ces acteurs participent à la dissémination de la propagande en utilisant leur prétendue crédibilité pour renforcer la diffusion de contenus partisans.

En combinant ces différentes méthodes, le M23 parvient parfois à créer une dynamique sur les réseaux sociaux où une multiplicité de sources fictives ou biaisées partagent des informations similaires. Cette stratégie vise à influencer les tendances et à altérer les perceptions du public en faveur des objectifs du groupe rebelle.

La stratégie d'influence informationnelle mise en place par le gouvernement de la République démocratique du Congo pour contrer le M23 repose sur plusieurs tactiques qui empruntent aussi des principes de la pollution de l'information et de la guerre hybride :

6. **Journalistes engagés (journalistes patriotes) :** ces « professionnels » des médias sont étroitement alignés avec les positions du gouvernement. Ils utilisent leur plateforme pour diffuser des récits favorables au gouvernement, présentant souvent des perspectives unilatérales en soutien à la cause du pouvoir en place. Leur objectif est de renforcer la crédibilité des actions gouvernementales et de discréditer les adversaires politiques en mettant en avant les succès et les réalisations du régime.
7. **Milices numériques affiliées à la mouvance présidentielle :** le gouvernement mobilise différentes milices numériques qui sont actives sur les plateformes en ligne et qui partagent des contenus favorables au gouvernement. Ces groupes ont recours à des stratégies de diffusion de messages, de désinformation, voire de diffamation pour défendre les positions du gouvernement et attaquer les opposants, contribuant ainsi à façonner une opinion publique favorable.
8. **Néo-médias :** ces nouveaux médias en ligne créés récemment, entre 2022 et 2023, sont financés ou soutenus par des acteurs proches du gouvernement. Ils diffusent des informations qui sont souvent orientées en faveur du gouvernement. Ces médias s'appuient sur des ressources locales pour donner une impression de légitimité et de proximité avec la population, renforçant ainsi la crédibilité de leur contenu pro-gouvernemental.
9. **Société civile proche du gouvernement :** le gouvernement s'appuie sur des membres de la société civile qui sont en étroite relation avec le pouvoir en place. Ces acteurs de la société civile interviennent fréquemment dans les médias grand public pour exprimer des opinions et des points de vue qui convergent avec ceux des communicateurs favorables au gouvernement. Ils utilisent des termes et des messages similaires pour renforcer la cohérence du discours gouvernemental.

Ces stratégies d'influence informationnelle visent à créer une convergence narrative, où plusieurs acteurs (journalistes, médias, membres de la société civile) relayent des messages similaires et favorables au gouvernement. En combinant ces tactiques, le gouvernement cherche à consolider sa position, à affaiblir les critiques et à influencer l'opinion publique à son avantage.

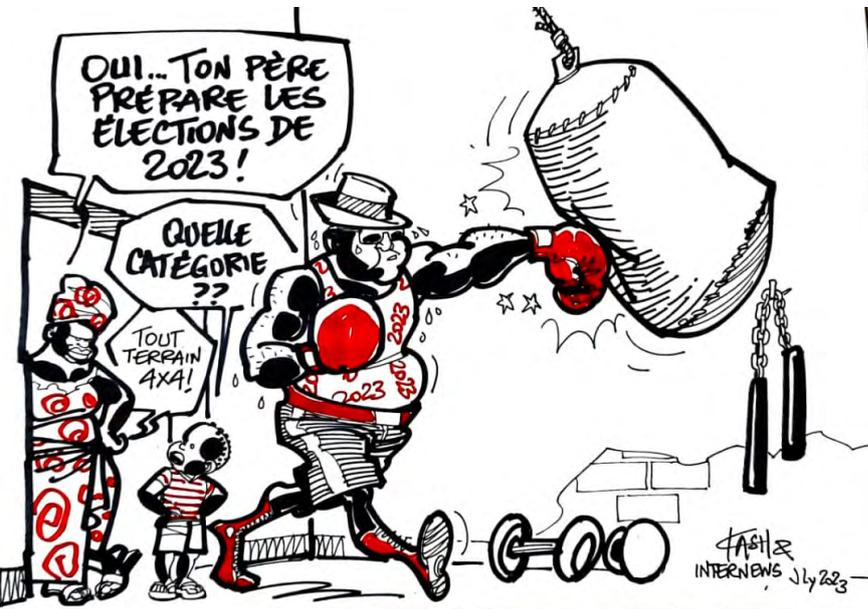
La confrontation médiatique entre le gouvernement congolais et le M23 s'inscrit dans un contexte d'utilisation de l'influence informationnelle pour influencer les territoires contestés et manipuler l'opinion publique. Les actions de restriction imposées par le M23 aux radios partenaires de Top Congo FM, les contraintes imposées aux responsables des médias en territoire de Rutshuru et l'obligation pour ces médias de consacrer une heure d'antenne quotidienne au M23 illustrent une tactique de contrôle de l'information dans les zones sous leur influence. Ces tactiques, qui vont au-delà des aspects militaires, visent à asseoir leur pouvoir et à influencer les opinions dans les régions concernées.

Les déclarations du Conseil supérieur de l'audiovisuel et de la Communication (CSAC) de la République démocratique du Congo sur l'interdiction de diffuser les chaînes de télévision rwandaises dans les bouquets Bluesat, Startimes et DSTV ont mis en exergue des accusations de manipulation de l'information et de propagande. Le CSAC accuse ces médias de propager des messages visant à déstabiliser le pays, à dénigrer ses institutions et à promouvoir les intérêts du M23, contribuant ainsi à la pollution de l'information et à la manipulation de l'opinion publique.

Le gouvernement congolais a pris un certain nombre d'initiatives diplomatiques et médiatiques pour tenter de contrer l'influence du Rwanda et du M23, notamment l'expulsion de l'ambassadeur rwandais et de la suspension d'autres accords avec ce pays voisin. Ces actions visent à contenir la propagation de messages ou d'informations jugés néfastes pour la stabilité de la République démocratique du Congo, tout en cherchant à influencer positivement l'opinion publique en faveur du gouvernement.

La guerre médiatique entre le gouvernement congolais et le M23 illustre également une compétition pour le contrôle de l'information et de l'opinion publique, où les médias sont utilisés comme des instruments de pouvoir pour influencer les zones contestées et consolider la position de chaque partie au conflit.

Typologie des messages WhatsApp



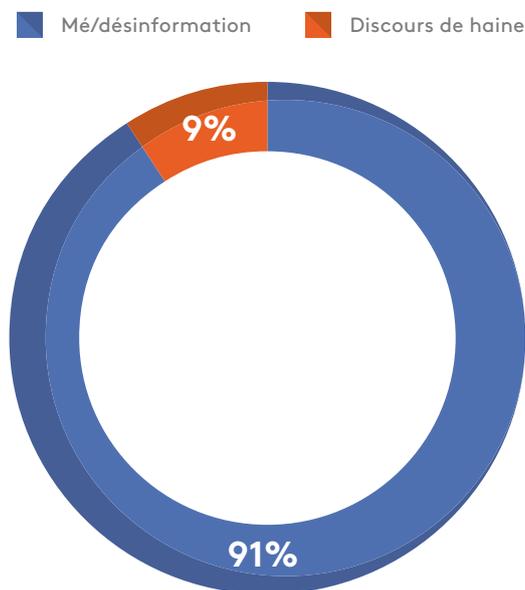
Cette section présente une analyse de la nature et des caractéristiques des messages de més/désinformation et des discours haineux diffusés dans les groupes WhatsApp surveillés dans le cadre de cette étude.

Pendant l'étude, 520 messages de més/désinformation et discours haineux ont été enregistrés, dont 170 la première semaine et 350 la deuxième semaine. On remarque donc une nette augmentation de la diffusion d'informations fausses ou nuisibles dans les semaines précédant les élections.

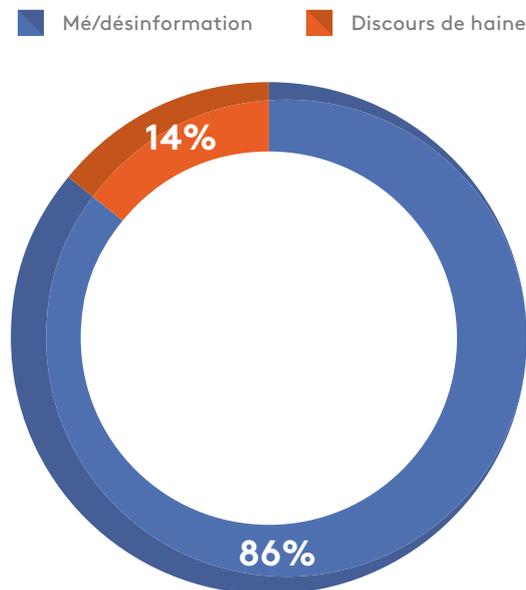
Globalement, l'analyse quantitative laisse penser qu'une moyenne médiane de 3,5 messages a circulé dans chacun des groupes au cours de la période de deux semaines. Il n'a pas été possible de déterminer si certains groupes présentaient une concentration plus élevée de més/désinformation et de discours haineux que d'autres.

Dans l'ensemble, et sur l'ensemble de la période de l'étude, la grande majorité des messages documentés étaient des messages de més/désinformation, avec une plus petite proportion de discours haineux.

Types de message par catégorie
(première semaine)



Types de message par catégorie
(deuxième semaine)



Les centres urbains sont des points névralgiques pour la diffusion de més/désinformation et de discours haineux

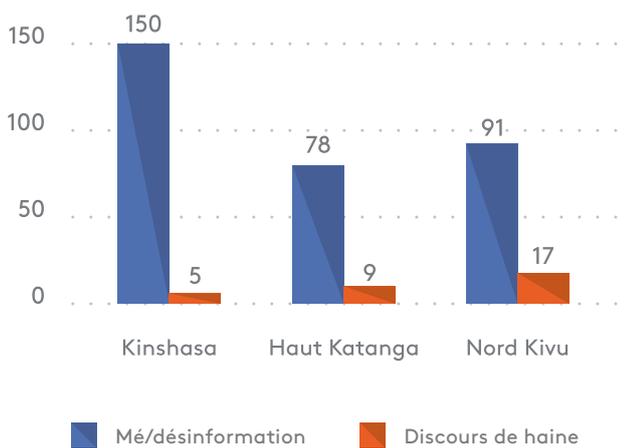
La capitale, Kinshasa, a été le principal point névralgique de la circulation de més/désinformation, le nombre de messages augmentant à mesure que la date des élections se rapprochait (66 messages la première semaine et 150 la deuxième). Dans le Nord-Kivu et le Haut-Katanga, les capitales provinciales de Goma et Lubumbashi sont les zones où la més/désinformation et les discours haineux sont les plus répandus. À Goma, un total de 140 messages de més/désinformation a été répertorié au cours des deux semaines, avec seulement quelques messages pour les villes provinciales de Butembo (9), Rutshuru (5), Lubero (3), Beni (3) et Walikale (1). De même, à Lubumbashi, un total de 52 messages a été enregistré au cours des deux semaines, contre seulement 35 à Likasi et 1 à Sakania. La répartition des messages est similaire pour les discours haineux.

Cette prévalence de la més/désinformation et des discours haineux dans les zones urbaines peut s'expliquer par le fait que les habitants des villes sont probablement plus exposés aux campagnes politiques et à leur diffusion sur les réseaux sociaux.

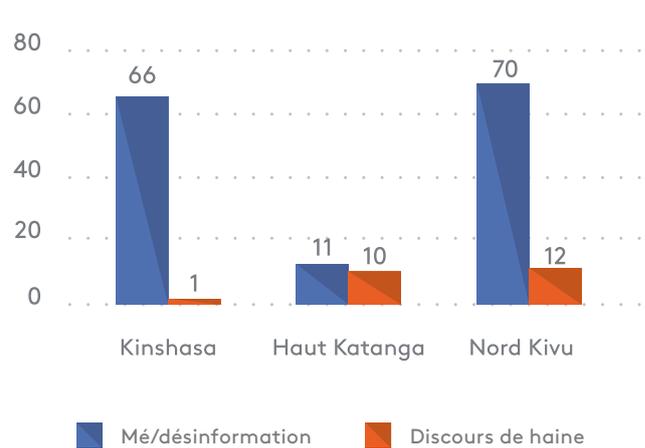
Les discours haineux plus répandus dans les provinces du Haut-Katanga et du Nord-Kivu

Les discours haineux ont été diffusés principalement dans les provinces du Nord-Kivu (29) et du Haut-Katanga (19). Au Nord-Kivu, si l'analyse a montré une légère augmentation des nombres absolus enregistrés entre la première (12) et la deuxième semaine (17), elle a indiqué que la proportion de discours haineux par rapport au nombre de més/désinformation est restée stable (environ 15 %). Dans le Haut-Katanga, cependant, la proportion de discours haineux a grandement diminué, passant de 52 % la première semaine à 10 % la deuxième.

Répartition selon les provinces
(première semaine)



Répartition selon les provinces
(deuxième semaine)



La diffusion en ligne de discours haineux dans ces deux provinces peut s'expliquer par les contextes sécuritaire et politique ainsi que par des discours forts ancrés dans la politique identitaire. Dans le sillage des élections, le Haut Commissaire des Nations Unies aux droits de l'homme a exprimé son inquiétude face à « l'augmentation des discours haineux et d'incitation à la violence fondés sur l'appartenance ethnique en République démocratique du Congo », en particulier dans les régions des Kivus, du Katanga et du Kasai⁷.

⁷ <https://www.voanews.com/a/un-sounds-alarm-at-rising-hate-speech-in-drc/7429794.html>

Au Nord-Kivu, le conflit avec le M23 a suscité un fort sentiment anti-rwandais⁸, ainsi que des appels à la violence contre les Congolais de l'ethnie tutsie. Selon un participant à l'étude, « plusieurs groupes WhatsApp diffusent des messages haineux. Récemment, un message a été diffusé par un officier de police incitant la population à se munir de machettes pour se protéger. Ce message a été repris par un militant des droits de l'homme, Il a à son tour ajouté, en dessous du même message, que tous les Tutsis devraient être tués parce qu'ils sont des gens dangereux » (FG Goma1).

Voici d'autres exemples de messages :

« Depuis une dizaine de jours, la campagne électorale en cours a également vu la montée en puissance et la généralisation d'une rhétorique extrémiste, avec des appels à la violence et au meurtre, tandis que des centaines de milliers de machettes ont été ostensiblement distribuées aux talibans de l'UDPS et aux partisans de Katumbi » (groupe WhatsApp du Nord-Kivu, 10 décembre 2023).

« Les wazalendo sont des Hutus qui viennent de changer leur nom hutu en munyamulenge. À ce propos, tout Congolais qui dira que les Tutsis rwandais sont des banyamulenges sera retrouvé et battu pour cela » (groupe WhatsApp du Nord-Kivu, 8 décembre 2023).

Dans le Haut-Katanga, les tensions historiques entre Katangais de souche et immigrants du Kasaï ont été ravivées avant les élections⁹, le président sortant Félix Tshisekedi étant originaire du Kasaï et Moïse Katumbi, l'un de ses principaux rivaux, du Katanga.

⁸ <https://www.france24.com/en/africa/20220615-anti-rwanda-tensions-boil-over-in-eastern-dr-congo-city-of-goma>

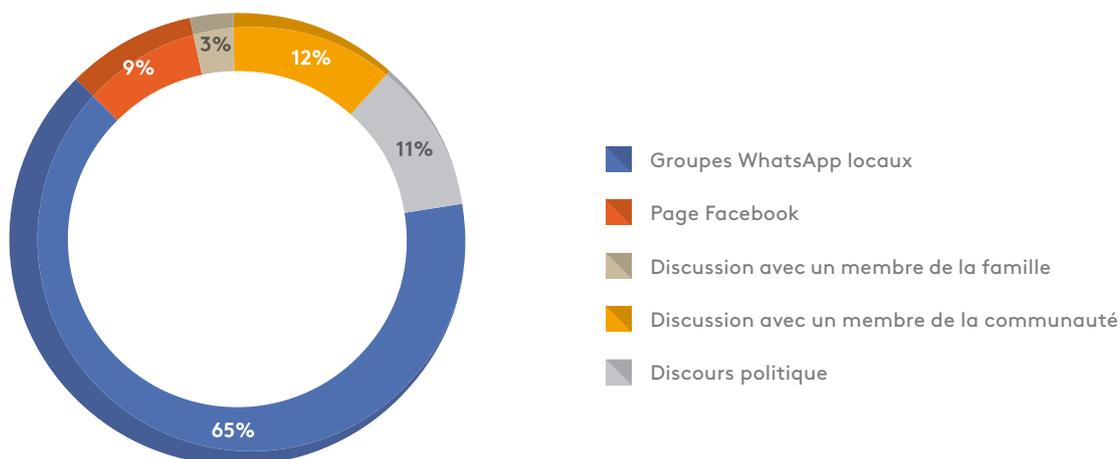
⁹ <https://www.crisisgroup.org/africa/central-africa/democratic-republic-congo/katanga-tensions-drcs-mineral-heartland>

« Félix Tshisekedi n'a pas été bien accueilli à Kolwezi, car la population a compris que le président sortant était là pour leur retirer leurs concessions minières et donner du travail à ses frères kasaiens au détriment des autochtones, d'où la nécessité de ne pas voter pour lui. [...] Si ses frères kasaiens osent dire un mot, nous le poursuivrons dans tout le Katanga, à l'instar de nos frères de Malemba Nkulu » (groupe WhatsApp du Haut Katanga, 7 décembre 2023)..

« J'ai quitté plusieurs groupes [à cause de la més/désinformation et des discours haineux], mais ici je vais parler du groupe appelé "Debout Katangais". Selon sa vision, seuls les Katangais pouvaient rejoindre ce groupe. Les administrateurs avaient prévu que le but de ce groupe serait de partager toutes les informations relatives à tout ce qui concerne notre province. Malheureusement, alors que nous étions membres de ce groupe, nous avons constaté que de nombreux messages haineux y circulaient, insultant d'autres tribus, comme les Kasaiens. Plusieurs infiltrés n'étaient pas katangais, ce qui donnait lieu à des échanges d'insultes. Ne me sentant pas à ma place dans ce genre de discussions, j'ai été contraint de quitter le groupe sans demander l'avis de l'administrateur. Lorsqu'il m'a ajouté à nouveau, je l'ai appelé en privé pour lui dire que je ne voulais plus faire partie du groupe, même si je suis un Katangais » (FG Lubumbashi).

Certains utilisateurs encouragés par des personnalités ou entrepreneurs politiques à partager de fausses informations

D'où avez-vous reçu l'information (désinformation ou discours de haine) que vous venez de repartager ?



Dans le Haut-Katanga, des utilisateurs de groupes WhatsApp ont déclaré avoir été encouragés, parfois sous la pression, à partager des messages politiques sur les groupes.

« Nous, les jeunes, sommes parfois utilisés. Je vais prendre un exemple de la campagne électorale. Je comprends bien qu'il ne s'agit pas d'un bon message. Mais parce que je soutiens un dirigeant qui m'a donné beaucoup de [données en ligne] et un peu d'argent, et qui m'a demandé de partager ce message dans plusieurs groupes WhatsApp, je le fais. Cela ne représente pas mon opinion si un dirigeant m'a poussé à le faire » (FG Lubumbashi).

« Parfois, nous publions des choses à la suite de menaces. Ils vous disent, par exemple, que si vous ne publiez pas, ils viendront vous attaquer chez vous, qu'ils brûleront quelque chose dans votre maison. Dans une telle situation, vous êtes obligé de publier ces messages » (FG Lubumbashi).

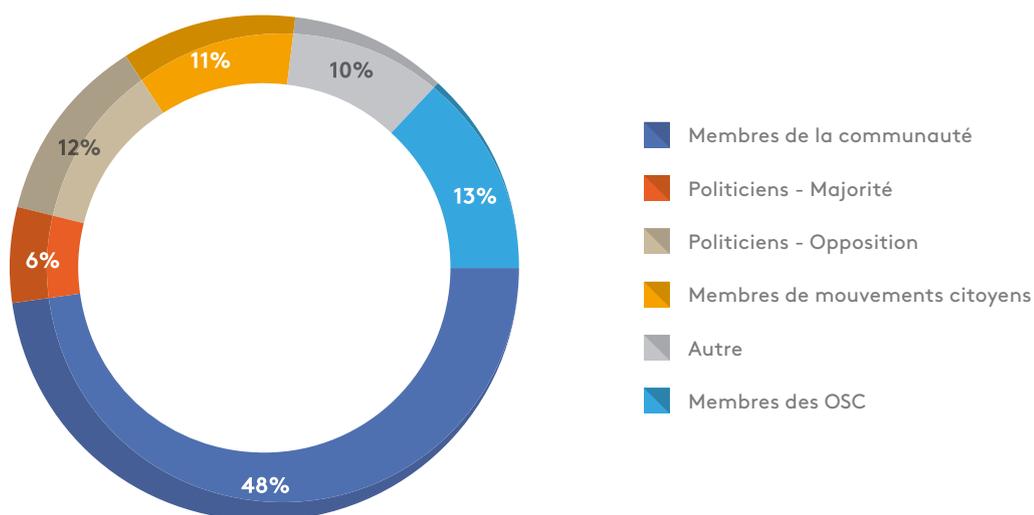
« Un de mes amis travaille avec un organisme provincial [nom supprimé]. Cet organisme, qui est dans le camp de la majorité, lui a dit ceci : "si vous voulez que nous continuions à travailler avec vous, je vous demanderai de publier ce message contre l'opposition". Mon ami savait qu'il ne fallait pas publier ce message. Mais voyant que s'il refusait de le faire, il perdrait son emploi, et qu'il est difficile d'en trouver un autre, il l'a publié et a fait des captures d'écran, parce que son patron l'y a obligé » (FG Lubumbashi).

Bien que les informations recueillies dans le cadre de cette étude soient anecdotiques et insuffisantes pour établir une tendance, elles mettent en lumière un phénomène qui pourrait nécessiter des recherches plus approfondies. Le recours à des incitations monétaires et non monétaires ainsi qu'à des menaces pour encourager la diffusion de contenus politiques est lié à la participation active en ligne des personnalités politiques de la majorité et de l'opposition. En effet, comme indiqué ailleurs¹⁰, les entrepreneurs politiques peuvent être motivés par des intérêts particuliers et chercher à mobiliser l'opinion publique, à façonner la politique ou à établir des réseaux d'influence pour atteindre leurs objectifs politiques.

¹⁰ Ligodi, Patient. Pollution de l'information : Fake News et journalisme dans le monde et en République Démocratique du Congo. Bruxelles, Wavre, Kinshasa, éditions Mabiki, 2024

Les données recueillies pour cette étude montrent que la mobilisation des acteurs politiques (y compris les mouvements de citoyens politisés) a augmenté au cours des semaines précédant les élections, jusqu'à atteindre un tiers (29 %) des contenus de més/désinformation partagés dans les groupes WhatsApp surveillés.

Typologie des acteurs partageant des messages de mé/désinformation



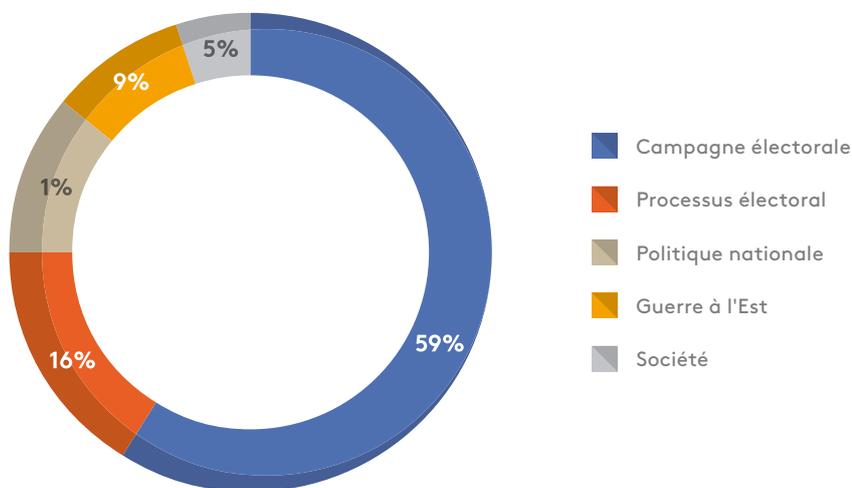
La diffusion de més/désinformation sur la campagne électorale a légèrement augmenté dans les semaines précédant le scrutin

Les données recueillies dans les groupes WhatsApp surveillés laissent penser que le nombre combiné de messages de més/désinformation partagés par les utilisateurs au sujet de la campagne électorale, du processus électoral et de la politique nationale a légèrement augmenté au cours de la période précédant le scrutin. En comparaison, la més/désinformation sur le conflit dans le Nord-Kivu, ainsi que sur les questions de société en général, ont légèrement diminué au cours de la même période.

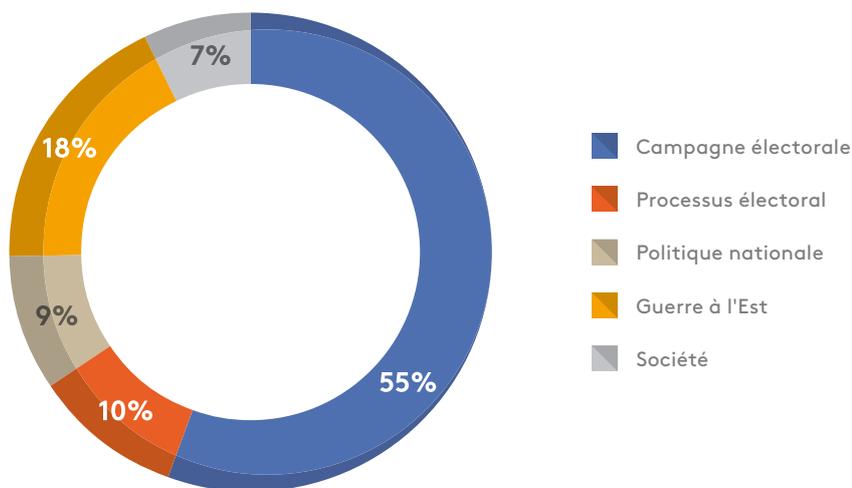


Les données recueillies dans les groupes WhatsApp surveillés laissent penser que le nombre combiné de messages de més/désinformation partagés par les utilisateurs au sujet de la campagne électorale, du processus électoral et de la politique nationale a légèrement augmenté au cours de la période précédant le scrutin...

Analyse thématique de la mé/désinformation et du discours de haine (première semaine)



Analyse thématique de la mé/désinformation et du discours de haine (deuxième semaine)



De manière générale, concernant la campagne électorale, les types les plus fréquents de contenus de més/désinformations partagés dans les groupes concernent des problèmes supposés dans l'organisation du scrutin. Les données recueillies dans les groupes montrent que des messages identiques ou similaires circulent dans plusieurs groupes en même temps.

« En Afrique du Sud, l'imprimeur a fait savoir à Denis KADIMA que les bulletins de vote ne pourraient pas être prêts en deux semaines. Par conséquent, la CENI est techniquement dans l'incapacité d'organiser les élections dans les délais prévus par la Constitution » (groupe WhatsApp du Nord-Kivu, 5 décembre 2023).

« Le président Felix [Tshisekedi] offre 20 Go de données internet gratuites à ses partisans. Martin Fayulu offre 20 Go de données gratuites et 5 000 FC pour le rassemblement et la campagne pour les élections présidentielles » (groupe WhatsApp du Nord-Kivu, 5 décembre 2023).

« Goma : à 15h30, la mairie déploie ses agents dans les rues du centre-ville pour arracher toutes les affiches de campagne du candidat Denis Mukwege. Sollicitée, la mairie a répondu que c'était sur instruction du président, étant donné que Félix Tshisekedi voulait venir faire campagne à Goma... Message reçu comme tel. Dans quel pays vivons-nous ? » (groupe WhatsApp du Nord-Kivu, 7 décembre 2023).

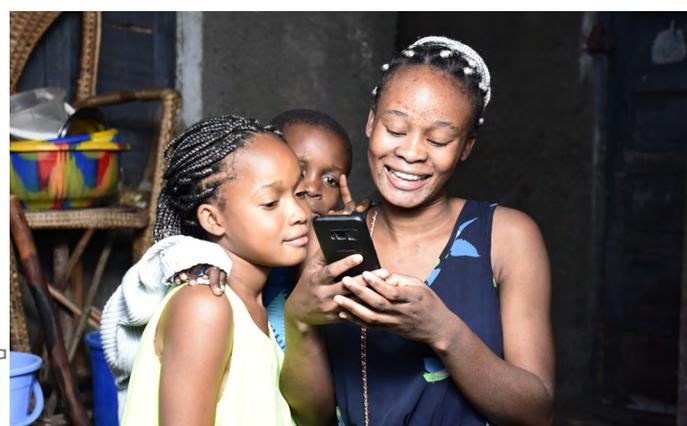
D'autres messages contiennent de fausses informations sur d'autres candidats, à des fins de diffamation. Notons que des accusations de défense des communautés LGBTQIA+ ont été utilisées à plusieurs reprises pour positionner les candidats ciblés en opposition aux normes socioculturelles congolaises. Si l'homosexualité ne constitue pas une infraction pénale dans le code pénal congolais, l'article 172 précise que tout acte ou infraction « contre nature » peut être puni, ce qui laisse une marge de manœuvre pour les actions judiciaires à l'encontre des communautés LGBTQIA+. Plus généralement, la société congolaise reste fortement conservatrice en ce qui concerne les SOGIESC (acronyme désignant l'orientation sexuelle, l'identité ou expression de genre et les caractéristiques sexuelles).

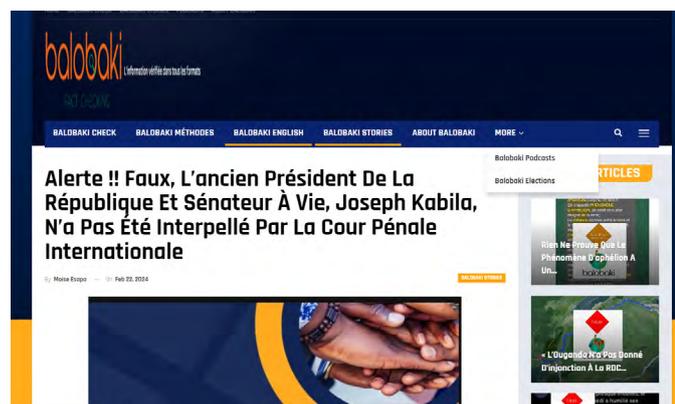
« Denis Mukwege, candidat des homosexuels » (groupe WhatsApp de Kinshasa, 11 décembre 2023).

« Le président Fatshi [Félix Tshisekedi] a légalisé l'homosexualité et la transsexualité en République démocratique du Congo depuis le 11 septembre 2023, voir bulletin d'opinion n° 004-06/12/2023 » (groupe WhatsApp de Goma, 8 décembre 2023).



The screenshot shows the website 'LOKUTAMABE' with a navigation bar containing 'Accueil', 'Articles', and 'À propos de nous', along with a search bar. The main content area features a large image of hands stacked together, with the text 'Bulletin_sango_ya_bomoko' overlaid. To the right, there is a text block titled 'Articles' with the sub-heading 'Lutte contre la désinformation et les discours de haine en RDC : bulletin Sango ya bomoko n°36'. Below this, a short paragraph of text is visible, followed by a yellow button labeled 'Lire plus'.





« Kasaiens, ne votez pas pour Mukwege. Il est formaté par l'Occident. Une fois que vous aurez voté pour lui, il intégrera le genre dans les instances de décision et légalisera le mariage gay en République démocratique du Congo » (groupe WhatsApp du Haut-Katanga, 9 décembre 2023).

« Denis Mukwege n'est pas autorisé à faire campagne à Goma parce qu'il promeut l'homosexualité et cela ne sera pas accepté à Goma » (groupe WhatsApp du Nord-Kivu, 8 décembre 2023).

Les politiques identitaires influencent fortement le type de contenus de més/désinformation diffusés sur les groupes WhatsApp

Dans toutes les provinces surveillées dans le cadre de l'étude, le message le plus fréquemment partagé (catégorisé tantôt comme de la més/désinformation, tantôt comme discours haineux) est lié à l'origine du candidat de l'opposition Moïse Katumbi.

« Dans son meeting de campagne électorale au soir du 5 décembre 2023 à Lubumbashi, le candidat à la présidence Antoine Félix TSHISEKEDI a demandé au peuple katangais de ne pas voter pour un étranger, Moïse KATUMBI » (groupe WhatsApp du Haut-Katanga, 6 décembre).

« Aucun des neuf enfants de Moïse Katumbi n'est né d'une mère congolaise. Personne de sang congolais ne vit chez Moïse Katumbi. Il est lui-même né d'un père israélo-italien et d'une mère zambienne, et sa femme est une Tutsie burundaise naturalisée belge. Il a 9 enfants au total : 4 avec sa femme tutsie Carine, 2 avec une Zambienne, 1 avec une Tanzanienne, 1 avec une Juive centrafricaine et 1 avec une Italienne » (groupe WhatsApp du Nord-Kivu, 5 décembre 2023).

« Olive Lembe Kabila s'oppose à Moïse Katumbi car, selon elle, pour devenir chef du pays, il faut être congolais de père et de mère et avoir une épouse congolaise » (groupe WhatsApp du Nord-Kivu, 7 décembre 2023).

« Tous les patriotes veulent que Katumbi cesse sa campagne et soit arrêté afin qu'il puisse s'expliquer en bonne et due forme. Il n'est pas possible pour un étranger vivant dans le pays de pouvoir se présenter à la présidence. Autre chose : n'oublions pas le président de la CENI et le président de la Cour suprême du pays. Ce ne sont pas des patriotes, car ce sont eux qui ont permis que Katumbi soit accepté comme citoyen congolais » (groupe WhatsApp du Nord-Kivu, 8 décembre 2023).

Ces messages sont liés à des débats politiques plus larges dans la société congolaise autour de la notion de « congolité ». Ce concept, qui fait référence à une personne uniquement « congolaise » en raison de l'identité nationale de ses deux parents, est devenu un concept politique de plus en plus évoqué dans la société et a été présenté par certains groupes politiques comme un critère de légitimité politique. Si la constitution congolaise stipule que le président de la République doit « posséder la nationalité congolaise d'origine »¹¹, des tentatives récentes ont été faites pour restreindre cette définition.

En 2021, les législateurs ont proposé un projet de loi sur la « congolité » visant à réserver certains postes gouvernementaux, y compris celui de président de la République, aux citoyens nés d'un père et d'une mère congolais. Le projet de loi a été rejeté mais « les idées sur lesquelles il repose menacent la cohésion nationale en renforçant les tensions dans un pays touché par l'instabilité depuis les années 1990. Elle cherche à créer des citoyens de seconde zone, excluant de facto un grand nombre d'entre eux du processus politique et de la société congolaise. Dans un pays qui compte plus de 200 groupes ethniques, il n'est pas difficile de voir ces idées utilisées comme armes avant l'élection présidentielle de 2023 » (Adegbidi 2021)¹².

La politique identitaire a également été un thème commun dans la més/désinformation et les discours haineux relevés au Haut-Katanga, et les exemples ci-dessous laissent penser que les tensions ethniques de longue date au Katanga ont été instrumentalisées pendant les élections pour influencer les résultats.

¹¹ Dans l'article 10, l'origine congolaise est définie comme suit : « Est Congolais d'origine, toute personne appartenant aux groupes ethniques dont les personnes et le territoire constituaient ce qui est devenu le Congo (présentement la République démocratique du Congo) à l'indépendance ».

¹² <https://blogs.lse.ac.uk/africaatlse/2021/12/29/the-next-drc-elections-could-weaponise-congolite-identity/>

« Jacques KYABULA¹³ et Sama LUKONDE¹⁴ financent les jeunes Miswa (Kasaïens) pour mobiliser beaucoup de monde et insulter leur frère de sang katangais » (groupe WhatsApp du Haut-Katanga, 9 décembre 2023).

« Kasaïens, votez pour des Kasaïens. Si nous perdons le pouvoir, les BaSwahili nous chasseront de leurs provinces » (groupe WhatsApp du Haut-Katanga, 9 décembre 2023).

« Katangais, votez pour des Katangais pour protéger et mieux garantir nos ressources et rétablir le respect des Kasaïens » (groupe WhatsApp du Haut-Katanga, 9 décembre 2023).

« 90% des candidats qui se sont présentés dans la province du Haut-Katanga sont des Kasaïens au niveau national, provincial et municipal, avec pour mission de neutraliser le pouvoir katangais. Chers Katangais, ouvrez grand les yeux. Voter pour un Kasaïen, c'est voter pour souffrir » (groupe WhatsApp du Haut-Katanga, 9 décembre 2023).

Au Nord-Kivu, la peur et l'insécurité engendrées par le conflit à l'Est sont utilisées pour façonner le débat électoral et diffuser de la més/désinformation sur les candidats à la présidence

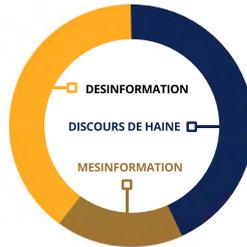
Les données présentées ci-dessus ont montré que le conflit dans les provinces orientales de la République démocratique du Congo constituait une part importante (31 % la première semaine et 9 % la deuxième) des messages de més/désinformation partagés sur les groupes WhatsApp. De nombreux messages contenaient de fausses informations sur l'évolution des opérations militaires (telles que des fausses nouvelles sur la prise de Goma par les rebelles du M23 ou la mort de chefs militaires importants), sans lien direct avec la campagne électorale. Un nombre tout aussi important de messages affirmait cependant que certains candidats (en particulier le candidat de l'opposition Moïse Katumbi) entretenaient des liens avec le M23 et/ou le Rwanda, ou étaient liés à des programmes de balkanisation.

¹³ Gouverneur de la province du Haut-Katanga avant les élections générales

¹⁴ Le Premier ministre de la République démocratique du Congo avant les élections générales appartient à une ethnie de l'ancienne province du Katanga



ANALYSE DES CATÉGORIES DES COMMENTAIRES COLLECTÉS DANS LA COMMUNAUTÉ



ZONE DE COLLECTE



- Kinshasa
- Tshopo
- Kasai-Oriental
- Nord-Kivu
- Lualaba

A PROPOS DU BULLETIN

Produit par Kinshasa News Lab, Next Corps, Actualité.cd, Balobaki, Congo Check, Lokuta Mabe, 7sur7.cd et ZoomEco, ce bulletin répond aux rumeurs qui circulent au sein de la communauté et qui peuvent être porteurs des discours de haine, des

« Le chef du M23 annonce son soutien à Moïse Katumbi » (groupe WhatsApp du Nord-Kivu, 5 décembre 2023)

« Imaginez Moïse Katumbi président : nous aurions plein de Rwandais au pouvoir » (groupe WhatsApp du Nord-Kivu, 6 décembre 2023).

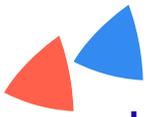
« Felix Tshisekedi à Bukavu : parmi les 26 candidats, certains sont l'œuvre du Rwanda » (groupe WhatsApp de Goma, 9 décembre 2023).

Les difficultés du président sortant à stabiliser la région malgré deux années d'état d'urgence militaire et de multiples remaniements des forces étrangères dans le Nord-Kivu et l'Ituri¹⁵ ont alimenté un grand nombre de messages de més/désinformation. En effet, les craintes et les angoisses liées aux avancées du M23 et au soutien du groupe par le Rwanda¹⁶ sont largement apparues dans les messages recueillis. Avant les élections, les candidats ont utilisé une rhétorique nationaliste puissante, Tshisekedi utilisant le langage le plus extrême, comparant le président rwandais Paul Kagame à Adolf Hitler : « Félix Tshisekedi à Bukavu : "Je voudrais dire ceci au président rwandais, Paul Kagame. Puisqu'il a voulu se comporter comme Adolf Hitler en ayant des visées expansionnistes, je lui promets qu'il finira comme Adolf Hitler" » (groupe WhatsApp du Nord-Kivu, 9 décembre 2023)¹⁷.

¹⁵ <https://www.rfi.fr/en/africa/20231204-east-africa-force-starts-withdrawal-from-drcongo>

¹⁶ <https://www.hrw.org/news/2023/02/06/dr-congo-atrocities-rwanda-backed-m23-rebels> ; <https://www.telegraph.co.uk/world-news/2024/03/17/congo-rwanda-genocide-anniversary-war-world-forgot/>

¹⁷ <https://www.bbc.co.uk/news/world-africa-67669187>



La diffusion de més/désinformations sur la crise à l'Est est enracinée dans les débats historiques et nationaux plus larges autour de la balkanisation de la RDC, que les élites politiques mettent généralement en lumière en période de crise. Les frustrations liées à la persistance de l'insécurité, à la stagnation du processus de décentralisation et à la fragmentation continue de l'État se mêlent aux théories du complot et aux rumeurs concernant le projet du Rwanda d'établir un « empire Hima-Tutsi » dans l'est du pays, avec le soutien de l'Occident...

« Chers Congolais, ne votez pas pour le candidat Mukwege. C'est un candidat entretenu par l'Occident dans un objectif de balkanisation. Attention, une fois que vous aurez voté pour cet homme, il laissera entièrement la gestion aux Occidentaux » (groupe WhatsApp du Haut-Katanga, 11 décembre 2023).

« Le plan d'occupation du Congo et de l'Afrique centrale par les Tutsis est en cours. C'est une guerre entre les Bantous et les Tutsis. Ces élections sont organisées pour les aider à finaliser leur processus de création de l'empire Hima, soutenu par la cabale occidentale. L'objectif est le même : la balkanisation » (groupe WhatsApp du Nord-Kivu, 17 décembre 2023).

« Ce groupe est rempli de "Tutsis rwandais" et ils sont tous derrière Katumbi. Un bon Congolais est censé comprendre facilement. Souveraineté nationale ou balkanisation. Le choix est clair, sauvons le pays avec "FATSHI BÉTON" et ne vendons pas notre souveraineté nationale à un étranger » (groupe WhatsApp du Nord-Kivu, 7 décembre 2023).

Comme le montrent les exemples ci-dessus, la diffusion de més/désinformations sur la crise à l'Est est enracinée dans les débats historiques et nationaux plus larges autour de la balkanisation de la République démocratique du Congo, que les élites politiques mettent généralement en lumière en période de crise. Les frustrations liées à la persistance de l'insécurité, à la stagnation du processus de décentralisation et à la fragmentation continue de l'État se mêlent aux théories du complot et aux rumeurs concernant le projet du Rwanda d'établir un « empire Hima-Tutsi » dans l'est du pays, avec le soutien de l'Occident¹⁸.

¹⁸ https://www.gicnetwork.be/wp-content/uploads/2022/12/16_GIC_The-Balkanization-of-the-Democratic-Republic-of-the-Congo.pdf



Motivations et pratiques en matière de partage

Cette section fournit une analyse des motivations qui poussent les utilisateurs à partager de la més/désinformation et des discours de haine sur les groupes WhatsApp, ainsi qu'un aperçu des stratégies qu'ils utilisent pour identifier la més/désinformation, vérifier les informations et corriger les autres utilisateurs en ligne.

Les informations partagées sont obtenues à parts égales auprès de sources officielles et informelles

Une large part des messages diffusés par les utilisateurs sur les groupes WhatsApp proviennent d'autres groupes WhatsApp (65,5%) ainsi que des réseaux sociaux, notamment Facebook (8,5%), X, TikTok et YouTube. Les utilisateurs ont déclaré partager des liens et des captures d'écran de contenus qu'ils trouvaient intéressants.

Les informations de première ou seconde main partagées sur les groupes WhatsApp proviennent également de la communauté (12,5 %). Les utilisateurs partagent des informations provenant de leur famille, de leurs amis, de leur église et de leurs contacts au sein du quartier, en particulier pour avertir ou informer à propos d'événements récents ou en cours tels que des rassemblements ou des incidents liés à la sécurité.

Dans une moindre mesure, les informations sont également partagées à partir de sources officielles, notamment les médias en ligne (par ex. actualités.cd, 7/7.cd, Radio Okapi), les sites Internet d'institutions, les communiqués de presse officiels (par ex. de la CENI ou des ministères), ainsi que les discours et événements politiques (11,1 %).



Les utilisateurs sont assez sélectifs lorsqu'il s'agit de rejoindre ou de quitter des groupes qui diffusent des informations fausses ou néfastes

Les utilisateurs s'informent parfois à propos des objectifs et du contenu des groupes qu'ils rejoignent ou auxquels ils sont ajoutés, mais pas systématiquement. Pour ce faire, ils vérifient la description du groupe, surveillent les discussions pour voir si elles reflètent leurs opinions et leurs intérêts, ou interrogent directement l'administrateur. Dans le contexte des élections, mais aussi de manière générale, ils indiquent avoir été ajoutés à un grand nombre de groupes sans y avoir été invités ou sans rien savoir à propos de ces groupes et des autres participants. Dans ces cas, ils se montrent particulièrement proactifs pour vérifier la nature de ces groupes.

« Il n'est pas rare de se retrouver membre d'un groupe WhatsApp sans l'avoir souhaité, ce qui peut limiter notre capacité à analyser les tenants et les aboutissants d'une telle participation. Je ne pense pas que nous ayons le temps d'analyser les paramètres et les dangers potentiels, c'est pourquoi nous ne savons pas quoi faire avant de rejoindre un groupe WhatsApp » (FG Goma 1).

« Oui, j'ai interrogé les administrateurs à ce sujet car il existe également des groupes d'espionnage qui traquent les membres dont les opinions diffèrent des leurs, c'est pourquoi il était important pour moi de comprendre les paramètres liés à la crédibilité¹⁹. » (FG Lubumbashi).

¹⁹ Groupe de réflexion

« Je vérifie la crédibilité ou la fiabilité des informations dans un groupe lorsque j'ai l'impression de ne connaître personne, car il arrive parfois qu'une personne que je ne connais pas m'envoie un lien m'invitant à rejoindre un groupe WhatsApp. Dans ce cas, je demande quel est l'objectif du groupe. Mais si c'est un proche ou un ami qui m'invite à rejoindre un groupe, j'ai déjà confiance en cette personne et c'est facile pour moi d'accepter l'invitation sans savoir si le groupe est crédible ou non. » (FG Lubumbashi).

Les utilisateurs ont indiqué qu'ils quittaient ou qu'ils mettaient en sourdine les groupes qui, selon eux, ne leur apportaient pas d'informations intéressantes ou exactes. Certains ont confié qu'ils avaient quitté des groupes qui diffusaient un grand nombre d'images explicites de personnes blessées ou décédées (probablement en lien avec le conflit à l'Est), qui faisaient la promotion des programmes de candidats auxquels ils n'adhéraient pas ou, plus généralement, lorsque les discussions et les contenus partagés sur le groupe ne correspondaient plus à ses objectifs énoncés.

« Je ne quitte pas les groupes tout simplement parce que je n'apprécie pas lorsque les gens quittent des groupes que j'ai créés. Mais c'est juste mon avis. Même lorsque je vois que des fausses actualités sont publiées, je reste dans le groupe parce que les rumeurs peuvent aussi déboucher sur de vraies informations ». (Kinshasa).

« Durant la campagne, j'étais membre d'au moins 76 groupes. Alors après les élections, j'ai décidé de les quitter car le contenu ne m'intéressait plus ». (FG Goma 1).

« Si un groupe ne contient pas d'informations importantes pour moi, je ne le quitte pas mais je le mets en sourdine. Et je ne le consulte plus » (FG Goma 1).

Bien que les utilisateurs comprennent l'intérêt de vérifier les faits avant de les partager, ils ne le font pas systématiquement

La majorité des utilisateurs consultés lors des discussions au sein des groupes de réflexion ont affirmé qu'ils vérifiaient toujours la validité des informations qu'ils partageaient sur les groupes WhatsApp. Toutefois, ils ont été recrutés pour l'étude parce qu'ils avaient partagé de la més/désinformation et/ou des discours haineux. Cela signifie que leurs déclarations sont susceptibles d'avoir été influencées par un biais de désirabilité et qu'elles ne reflètent pas forcément leurs pratiques et capacités réelles.



Une précédente étude menée par Internews a montré que seuls 14,79 % des personnes interrogées avaient une bonne compréhension de ce que représente une information fiable, et que seuls 16,93 % étaient capables d'identifier les cas de désinformation, ce qui indique donc des compétences très faibles en matière de vérification des faits, même parmi les membres de clubs de radio qui sont plus susceptibles de maîtriser le domaine des médias²⁰.

Néanmoins, les personnes interrogées dans le cadre de cette étude se sont montrées très conscientes des risques posés par la diffusion généralisée de més/désinformation et de l'importance de la vérification des messages et des liens avant de les partager. Pour ce faire, elles font appel à différentes stratégies, comme le fait de vérifier si ces informations ont été publiées sur plusieurs médias grand public (sites d'actualités en ligne²¹, radio, TV), de vérifier les communiqués de presse sur les sites Internet officiels et institutionnels et de contacter des personnes susceptibles de disposer d'informations de première main pour vérifier les faits (par ex. des témoins d'événements).

« Imaginons que quelqu'un nous dise qu'à partir de 20 heures, il ne faut plus aller dans le quartier de Kalebuka car au niveau du pont se trouve un groupe d'individus non identifiés qui détroussent les gens et sèment le désordre. Si je connais des gens qui résident dans cette zone, je vais leur en parler pour connaître la vérité. Si l'information est confirmée, je la publie dans un groupe. » (FG Lubumbashi).

« Un groupe d'amis m'a appelé avec insistance pour m'annoncer que le candidat Katumbi avait été élu Président de la République. Ils ont insisté pour que je publie cette information de toute urgence car je suis l'administrateur du groupe. Je leur ai demandé d'attendre que je consulte les sites d'information fiables. Après vérification, j'ai découvert qu'il s'agissait d'une fausse information et que j'avais eu raison de ne pas la publier. » (FG Lubumbashi).

« Les fausses informations représentent un danger pour la communauté. C'est pourquoi je vérifie en comparant les sources ou en appelant des personnes ressources. L'exemple fourni ci-dessus concerne l'interdiction des motos par le maire de la ville de Goma. J'ai vérifié les informations auprès du service communication de la mairie. » (FG Goma 1).

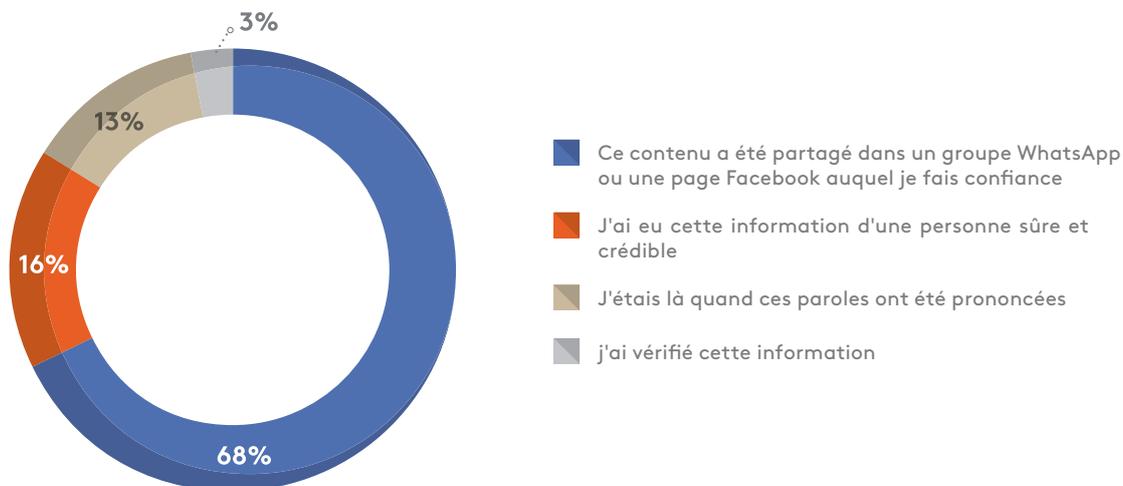
²⁰ Enquête sur 33 radios menée en 2023 auprès de 2386 membres de clubs de radio

²¹ Notamment Actualités.cd, Radio Okapi, RFI, TV5, CongoCheck, recherche par image inversée sur Google



Comme suggéré par la citation ci-dessus, les utilisateurs ne vérifient pas toujours les informations qu'ils partagent. Cela ressort également dans l'enquête (graphique ci-dessous), où seule une minorité de répondants a indiqué vérifier les informations (en vert).

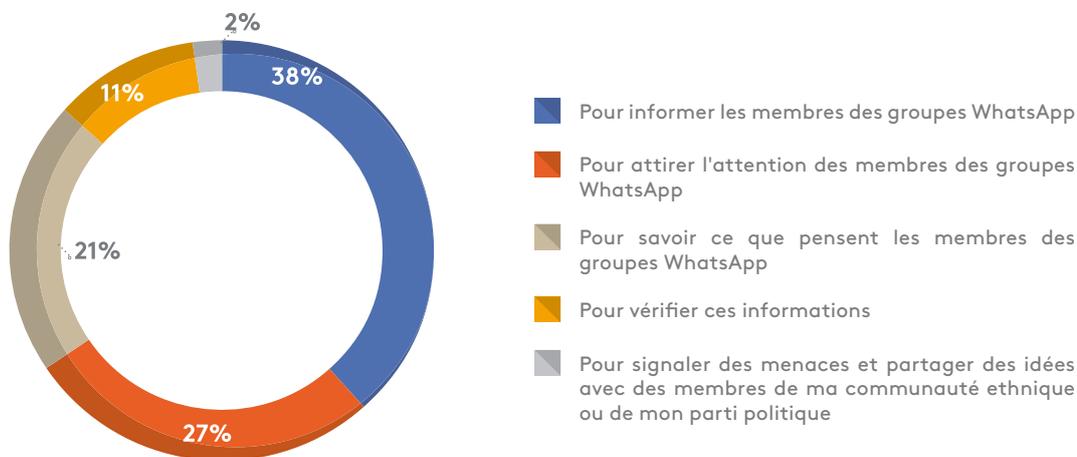
Qu'est ce qui vous a semblé intéressant dans l'information (désinformation ou discours de haine) que vous venez de partager ?



Dans un contexte de méfiance à l'égard des sources d'informations officielles, les utilisateurs partagent délibérément des informations non vérifiées afin de les contrôler

Comme suggéré dans le graphique ci-dessous, seul un tiers (38 %) des utilisateurs ont pour motivation d'informer les autres à propos d'événements lorsqu'ils partagent des informations. À l'inverse, seuls 11 % des utilisateurs partagent de la més/désinformation spécifiquement dans le but de la vérifier et 21 % le font pour connaître l'avis des autres.

Pourquoi avez-vous repartager cette information (désinformation ou discours de haine) ?



« Parfois, nous publions des informations que nous pensons fausses afin d'obtenir une version véridique, car en publiant des informations que nous soupçonnons d'être erronées, il y a une chance que quelqu'un possède la vraie version de l'information et puisse également nous informer » (FG Lubumbashi).

« En cas de doute concernant la véracité des informations, je les partage mais j'écris en-dessous 'à vérifier'. » (FG Goma 2).

« Oui, il m'arrive de publier de fausses informations dans le but de les vérifier. Mais si j'ai suffisamment de preuves qu'elles sont fausses, je pense qu'il ne faut pas les partager. » (FG Lubumbashi).

Le recours aux communautés en ligne pour rechercher des informations peut s'expliquer par la faiblesse des institutions médiatiques congolaises et par la forte méfiance à l'égard des chaînes d'information officielles. En effet, les organes de presse et autres institutions médiatiques en RDC doivent fonctionner dans un contexte précaire en raison d'une situation économique difficile et d'un accès limité aux ressources. Cet état de fait les expose à de multiples influences, notamment de la part de certains intérêts politiques ou économiques, ce qui remet en cause leur indépendance et compromet ainsi la véracité des informations diffusées. Les difficultés à mettre en œuvre un cadre réglementaire, pourtant renforcé par la promulgation de deux ordonnances (le code du numérique et la loi sur la liberté de la presse en mars 2023) favorisent un environnement très propice au développement de la désinformation.

En l'absence d'un cadre juridique robuste (et de sa mise en place) pour dissuader les acteurs malveillants et garantir la responsabilité, la confiance dans les sources officielles reste faible. En outre, les structures de vérification des faits, même si elles se développent, demeurent limitées.

Par conséquent, les utilisateurs se tournent vers les communautés en ligne comme les groupes WhatsApp pour vérifier les informations. Cette mise en commun informelle des connaissances permet aux membres du groupe de recevoir rapidement des réactions et des retours de la part des autres concernant les informations partagées. Ce phénomène est étroitement lié à la dépendance à l'égard des rumeurs propagées en personne (radio trottoir) ou en ligne en tant que source d'information essentielle²².

Les utilisateurs qui diffusent des informations fausses ou néfastes sont également motivés par la volonté de susciter des réactions plutôt que d'informer

L'une des raisons de ce manque de vérification systématique décrit ci-dessus peut s'expliquer par le fait que l'une des principales motivations des utilisateurs pour partager des messages repose sur la volonté de provoquer des réactions. En effet, le graphique de l'enquête ci-dessus montre que 27 % des personnes qui ont partagé de la més/désinformation sur des groupes WhatsApp cherchaient à provoquer des réactions/et ou attirer l'attention des autres.

« Parfois, nous trouvons des informations qui nous intéressent, mais nous n'avons pas la volonté de chercher la vérité. Le but est simplement de les partager et d'observer les réactions des autres utilisateurs sans pour autant penser à vérifier leur véracité » (FG Goma 2).

« Nous avons tous déjà partagé délibérément des informations douteuses ou même fausses, simplement parce qu'elles se voulaient drôles ou divertissantes. Nous relayons ces informations pour nous moquer de quelqu'un ou pour nuire à son image ». (FG Kinshasa).

« Il s'agissait d'informations d'intérêt général. Je les ai publiées sans vérifier les faits, car je voulais être la première personne à les partager. » (FG Goma 1).

²² Voir les études d'Internews sur les rumeurs durant les crises sanitaires d'Ebola et du Covid-19

Comme expliqué dans l'introduction, l'un des principaux défis pour identifier la més/désinformation repose sur l'identification de la véracité des faits exposés mais aussi des intentions de la personne qui les partage. Toutefois, sur les groupes en ligne au sein desquels l'objectif de la communauté n'est pas toujours clair, il n'est pas aisé de faire la distinction entre des informations partagées dans le but d'informer les autres (par ex. des mises à jour liées à la sécurité) et des informations partagées dans le but de les influencer (par ex. campagnes politiques). En conséquence, les informations partagées à des fins politiques ou de divertissement peuvent être mal comprises par les autres et partagées comme des faits.

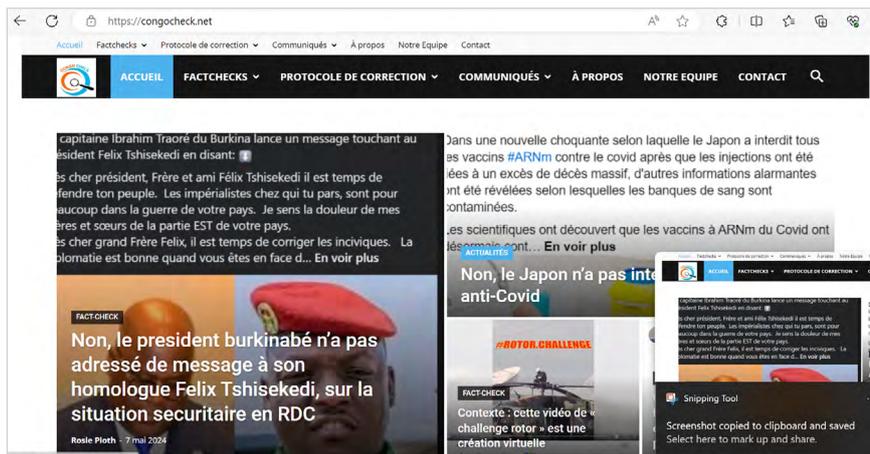
Certains messages humoristiques sont manifestement faux et n'ont pas pour but de se faire passer pour des faits. Par exemple, un message satirique indiquait que le président rwandais Paul Kagame était candidat aux élections avec le numéro du diable (666) comme numéro d'enregistrement. « *Paul Kagame Mwira, n° 666, candidat à la députation nationale dans la ville de Goma* » (groupe WhatsApp du Nord-Kivu, 7 décembre 2023). Mais la distinction n'est pas toujours facile à faire.

Toutefois, dans de nombreux cas, les opinions sur les campagnes électorales ont été classées dans la catégorie « *més/désinformation* » par les personnes chargées de la collecte des données, ce qui suggère que les opinions ou les croyances personnelles sont partagées comme des informations factuelles au sein des groupes. Voici quelques exemples :

« *Dans un cycle électoral sérieux et un pays régi par l'État de droit, M. "TSHILOMBO" devrait être déclaré invalide.* » (groupe WhatsApp ♦, 6 décembre 2023).

« *Bonjour, chaque candidat doit présenter sa vision de la société et c'est sur la base de cette vision de la société que les gens prendront leur décision. Cessez de nous distraire avec vos fameux jeux puérils. Si vous n'êtes pas capable de proposer un projet de société, taisez-vous et attendez votre échec. Le débat intellectuel est basé sur des idées.* » (groupe WhatsApp Kinshasa, 7 décembre 2023).

« *Congolité : terme péjoratif lié à l'intoxication distillée par les médias officiels français, qui maîtrisent l'auto-suggestion, le tout dans le but de préserver les acquisitions du fameux pré carré français parmi les moins fortunés qu'eux, sans lesquels leur économie stagnerait. En fin de compte, il faut appeler un chat un chat.* » (groupe WhatsApp Kinshasa, 8 décembre 2023).



« Si l'on annonce par erreur que les élections sont reportées, ne serait-ce que d'une journée, nous irons tous à la CENI pour y passer la nuit afin d'exiger la tenue des élections. » (Haut-Katanga WhatsApp Group, 12 décembre 2023).

Les utilisateurs sont proactifs pour corriger la més/désinformation

Même si certains utilisateurs ont déclaré ne pas intervenir lorsqu'ils constataient de la més/désinformation sur des groupes WhatsApp, bon nombre d'entre eux ont indiqué avoir déjà pris des mesures pour corriger des informations fausses ou trompeuses. À l'échelle la plus basique, ils réagissent en répondant aux auteurs des messages et en demandant les sources ou des clarifications. Dans d'autres cas, ils recherchent les informations correctes de manière proactive et les partagent sur le groupe, dans le but de corriger la situation de façon constructive.

« À la veille des élections du 20 décembre 2023, de nombreux messages sont apparus sur nos groupes WhatsApp disant qu'il n'y aurait pas d'élections à cette date. (...) Pour réfuter ces fausses informations, nous avons pris des photos de personnes se rendant dans les centres de vote et nous les avons publiées pour confirmer que les élections avaient bien lieu et que les gens devaient aller voter. » (FG Lubumbashi).

« Il y a peu, après les élections du 20 décembre 2023, la CENI a publié la liste des candidats qui ont été invalidés suite à certaines irrégularités électorales. Parmi ces candidats, un faux message circulait selon lequel Fifi MASUKA, gouverneure du Lualaba, en faisait partie. En réalité, son nom ne figurait pas sur la liste. Pour corriger cette mésinformation, nous avons récupéré la liste authentique des candidats invalidés et l'avons publiée sur les différents canaux WhatsApp. » (FG Lubumbashi).

« Lorsque je vois circuler des fausses informations, je n'hésite pas à les remettre en question et à interroger les auteurs pour éclairer les autres membres du groupe. Par exemple, j'ai constaté une fausse information à propos de l'interdiction des motos par le maire après 17 heures dans la ville de Goma. J'ai pris le temps de vérifier l'information et de corriger l'erreur avec les membres du groupe car l'interdiction mentionnait 18 heures, et non 17 heures. » (FG Goma 1).

Certains utilisateurs ont indiqué qu'ils préféraient contacter les auteurs de més/désinformation en privé plutôt que de les exposer en public. Cette approche peut s'expliquer par des préférences socio-culturelles en faveur d'attitudes non conflictuelles.

« Un jour, j'ai dû corriger de fausses informations envoyées sur le groupe. La personne qui les relayait faisait croire à tout le monde que le message était véridique. Je ne l'ai pas corrigé publiquement, je lui ai écrit en privé en lui demandant de retirer le message et en lui apportant des preuves. » (FG Goma 1).

« Je n'aime pas remettre en question les membres sur le groupe car c'est un peu humiliant. Ils pourraient se sentir blessés et mal réagir. Je préfère agir en privé. Je lui ai donc dit que les informations que vous lui aviez données étaient erronées et je lui ai envoyées les bonnes, la vraie photo de Patrick Muyaya » (FG Kinshasa).

Les utilisateurs sont moins enclins à confronter les auteurs de discours haineux

Les participants aux groupes de réflexion ont indiqué être fréquemment exposés à des discours haineux ou des messages à caractère discriminatoire, les visant directement ou visant d'autres communautés. Ces messages comprennent des stéréotypes ethniques (par ex. « X sont fainéants et naïfs »), une discrimination basée sur le genre (par ex. « les femmes ne devraient pas occuper de tels postes » ; « les femmes sont faibles »), des insultes à l'encontre des personnes en situation de handicap (par ex. « cette personne est un demi-homme » ; « cette personne est inférieure »). Dans les contextes de tensions dans le Haut Katanga et dans l'Est de la RDC, les messages comprenaient également des insultes à l'encontre des Kasaiens, des Rwandais et des étrangers en général, ainsi que des vidéos mettant en scène de la violence.

« Chaque jour, si ce n'est chaque minute, les discours haineux se répandent sur les groupes WhatsApp dans le but de créer des tensions et des divisions. Par exemple, un message a fait le tour de WhatsApp, demandant aux habitants de Goma d'arrêter de manger de la viande d'origine rwandaise car celle-ci était empoisonnée. Ce type de messages est très dangereux car ils sont capables de créer des conflits inutiles avec le pays voisin » (FG Goma 1).

Dans ces cas, certains utilisateurs interviennent et pointent du doigt le message néfaste. Toutefois, la plupart des utilisateurs ne réagissent pas ou quittent les groupes, principalement par crainte d'une réaction violente.

« Dans un groupe politique, certains participants ont déclaré que les Wazalendo étaient assimilés aux rebelles M23 et qu'ils devaient également être renvoyés chez eux. Lorsque j'ai lu cela, j'ai immédiatement arrêté de participer. » (FG Goma 2).

« Pour éviter d'être impliqué dans les discussions, je préfère rester silencieux au lieu d'entrer dans ce débat. (...) Je préfère garder le silence pour ne pas être traité d'une façon ou d'une autre. » (FG Kinshasa).

« Je me méfie des gens qui relaient ou qui publient des messages de haine. Je préfère ne pas m'impliquer dans des discussions qui risqueraient de me mettre en danger. C'est pourquoi je ne commente jamais les messages haineux. » (FG Goma 2).

« Quand je lis un message de haine ou de discrimination sur un groupe dont je suis l'administrateur, je le supprime. Et si je ne suis pas administrateur, je garde le silence. » (FG Lubumbashi).



Confiance et préférences

Cette section apporte une analyse du format, du langage et des types de contenu auxquels les utilisateurs des groupes WhatsApp font le plus confiance, ce qui révèle leurs préférences en matière d'informations.

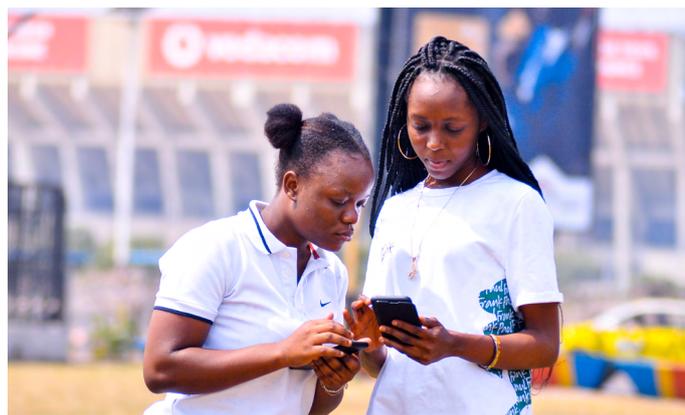
Les utilisateurs sont moins enclins à vérifier les informations lorsque celles-ci sont partagées par des personnes ou des sources en qui ils ont confiance

La confiance représente un facteur fondamental dans la volonté des utilisateurs à vérifier les informations reçues. Dans les cas où ils sont ajoutés à des groupes par des personnes qu'ils connaissent et auxquelles ils font confiance, ils sont souvent moins enclins à vérifier la nature du groupe. De même, la confiance en l'auteur ou l'expéditeur des messages est un facteur déterminant du niveau d'efforts mis en œuvre pour vérifier les informations avant de les partager sur d'autres plateformes.

« Durant la campagne électorale de 2023, j'ai vu passer un message annonçant que Martin Fayulu offrait 10 Go d'Internet à la population congolaise. Au vu de la source de l'information et du contexte de la campagne, j'y ai cru. Toutefois, j'ai ensuite pris le temps de vérifier l'information et j'ai découvert que c'était faux. » (FG Goma 1).

« Personnellement, je m'appuie sur la crédibilité de la personne qui partage l'information comme critère de fiabilité de l'information elle-même. (...) si l'auteur m'inspire confiance, je peux alors facilement partager l'information. » (FG Goma 1).

« Je ne me suis pas non plus renseigné avant de rejoindre le groupe car nous nous connaissons déjà par le biais d'amis qui étaient déjà membres. » (FG Kinshasa).



Même si la source de l'information compte plus que son format, les utilisateurs ont tendance à faire davantage confiance aux vidéos qu'aux informations sous forme de texte ou d'images, qu'ils trouvent plus faciles à manipuler

De manière générale, l'ensemble des participants aux groupes de discussion faisait preuve d'une conscience aigüe des défis posés par la fabrication de fausses informations. Ils comprenaient bien que tous les types de médias (texte, audio, photo et vidéo) étaient facilement manipulables ou entièrement créables à l'aide de logiciels numériques et de l'intelligence artificielle. Il n'y avait aucun consensus parmi les participants quant au type de format auquel ils feraient le plus confiance. Au lieu de cela, comme mentionné ci-dessus, ils ont indiqué que la source de l'information (par ex. une communication officielle ou une connaissance) risquait davantage de déterminer leur niveau de confiance envers le contenu.

« Je ne fais pas confiance à ces formats. Avec la technologie, on se fait facilement berner. Je fais confiance à la personne qui a publié l'information ou au groupe dans lequel je l'ai trouvée. » (FG Goma 1).

« J'ai confiance en tous les formats dans la mesure où la source de l'information est officielle, certifiée et fiable. J'évalue l'information en fonction de sa source, pas de son format. » (FG Goma 2).

Parmi les utilisateurs ayant exprimé une préférence, les habitants de Kinshasa étaient davantage susceptibles de faire confiance aux vidéos qui, selon eux, offrent par nature un reflet plus fidèle de la réalité et sont plus difficiles à manipuler que le texte ou les images. À l'inverse, les utilisateurs résidant à Goma et Lubumbashi étaient davantage susceptibles de préférer les formats texte.

« Je préfère largement la vidéo car c'est le format le plus facile pour traiter ou vérifier l'information. Lorsque vous regardez une vidéo, vous disposez de tous les éléments dont vous avez besoin pour vérifier l'information par rapport à d'autres formats. Dans la vidéo, on voit quelqu'un qui parle, on voit le lieu, les gestes... » (FG Kinshasa).

« Sur ce sujet, le format texte. Je peux extraire des informations textuelles de n'importe quel site Internet et essayer de me rassurer quant à leur authenticité, faute de quoi je ne les prends pas en compte. » (FG Goma 2).

« Je fais davantage confiance au format texte parce que je pense qu'avec les vidéos ou les images, je ne parviendrais pas à distinguer si elles sont fiables ou non. Il existe aujourd'hui des applications d'édition et avec ces images, il est difficile de détecter la source de l'information. Avec le texte, c'est facile de voir qui l'a signé. » (FG Lubumbashi).

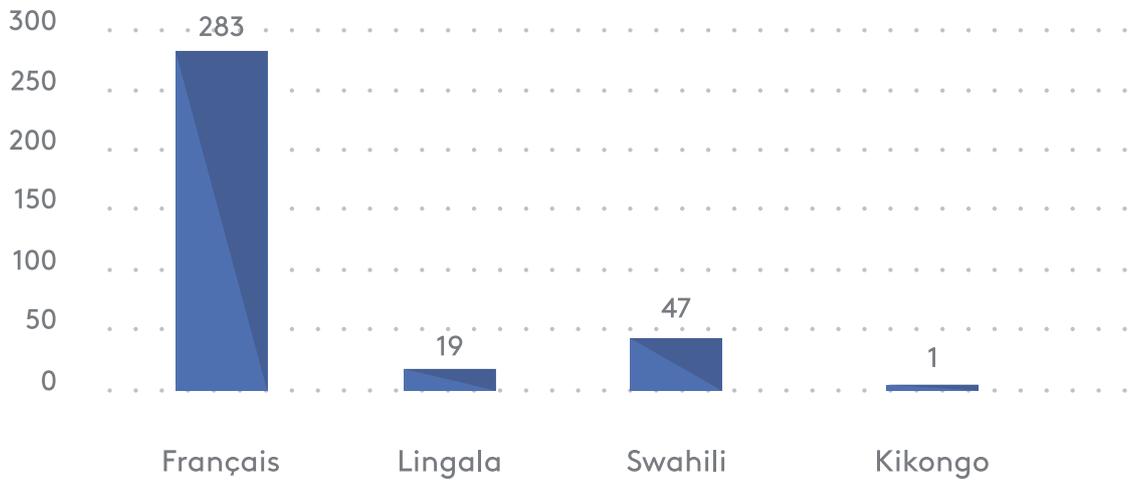
La majeure partie de la més/désinformation est partagée en français par les utilisateurs car c'est une langue largement comprise et utilisée dans les médias

Le français est privilégié par rapport aux autres langues nationales comme moyen de diffuser de la més/désinformation et des discours de haine, utilisée dans 88 % des messages en semaine 1 et 81 % en semaine 2. Si l'on regarde de plus près les langues nationales, on constate que le swahili est la plus utilisée, suivi par le lingala (principalement à Kinshasa), le kikongo (qui apparaît seulement deux fois dans un groupe à Kinshasa) et le tshiluba (apparu une fois dans un groupe dans le Haut Katanga).

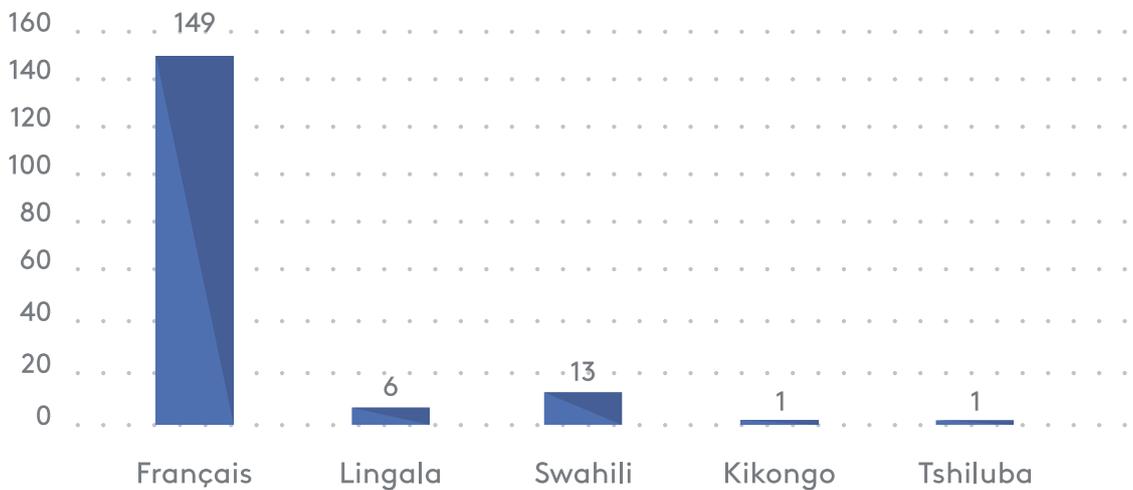


Le français est privilégié par rapport aux autres langues nationales comme moyen de diffuser de la més/désinformation et des discours de haine, utilisée dans 88 % des messages en semaine 1 et 81 % en semaine 2...

Langue utilisées dans la propagation de la mé/désinformation (première semaine)



Langue utilisées dans la propagation de la mé/désinformation (deuxième semaine)



Dans la semaine la plus proche des élections, les données suggèrent une légère augmentation de l'utilisation des langues nationales pour diffuser de la més/désinformation et des discours de haine, le swahili passant de 8 % à 13 % des messages et le lingala de 3,5 % à 5 % des messages.

Tandis que d'autres études ont montré que les communautés ont tendance à privilégier les informations partagées dans leur langue locale²³, les utilisateurs des groupes de réflexion ont exprimé une préférence pour le français, le swahili et le lingala, qui sont les langues les plus largement usitées en RDC. Ils préfèrent le français, en particulier, car c'est la langue utilisée par les sources officielles ainsi que par les plateformes médiatiques grand public, ce qui rend les informations plus facilement vérifiables. En outre, dans le contexte électoral, les préférences pour le français peuvent s'expliquer par le désir de la société civile et des groupes à vocation politique de toucher des publics nationaux.

« Je fais davantage confiance aux informations diffusées en français car c'est la langue officielle du pays. Celle utilisée par les autorités pour transmettre un message. À l'inverse, les rumeurs peuvent facilement circuler en swahili car cette langue est seulement comprise par une partie de la population. » (FG Goma 2).

« Je fais confiance aux informations dans les langues que je connais, comme le français et le lingala. » (FG Kinshasa).

« Selon moi, il faut adapter le message à la langue avec laquelle tout le monde est à l'aise. (...) Il est vrai que nous avons de nombreuses langues nationales, mais je préfère vraiment parler ou recevoir des informations dans les langues que je maîtrise, comme mon prédécesseur l'a dit, à savoir le français et le swahili, car je ne suis pas à l'aise avec des informations diffusées dans des langues que je ne connais pas ou que je ne comprends pas bien. » (FG Lubumbashi).

²³ Voir par exemple Posada, A. Lopez Inigo, R. and Majid, B. (2023) Inequity driven mistrust: Its impact to infodemic management and health response and what to do about it. *Internews*. ; Translators Without Borders (2019) 'Assessment: effective Ebola communication requires respect and transparency' https://translatorswithoutborders.org/wp-content/uploads/2019/12/CR_DRC_BeniAssessment_EN_FINAL.pdf



Conclusion

La tenue simultanée de multiples élections (présidentielles, et législatives nationales, provinciales et municipales) en décembre 2023 a mis en évidence la propagation et l'impact préjudiciable de la més/désinformation et des discours haineux au sein des communautés en ligne. La faiblesse des institutions médiatiques, la polarisation du paysage politique, l'utilisation accrue des réseaux sociaux et les connaissances limitées de la population en matière de médias représentent des facteurs clés qui renforcent la diffusion d'informations fausses et néfastes en ligne, avec de graves conséquences sur les relations ethniques et l'organisation d'élections pacifiques et transparentes. Dans ce contexte, une solide compréhension des écosystèmes d'information est nécessaire pour élaborer des solutions et soutenir le travail ascendant avec les producteurs et les consommateurs de més/désinformation et de discours haineux en ligne.

Ce document vise à combler certaines des lacunes liées à la connaissance de la nature même de la més/désinformation et des discours de haine sur les groupes WhatsApp, ainsi que des mécanismes par lesquels ces messages sont identifiés, perçus et relayés par les utilisateurs. Grâce à une étude quantitative et qualitative des activités sur 155 groupes WhatsApp à l'approche des élections, les résultats de la recherche ont permis d'identifier les principales dynamiques suivantes :

- À l'approche des élections, le partage de més/désinformation a augmenté dans les groupes WhatsApp sélectionnés, en particulier dans les zones urbaines. Cette tendance a coïncidé avec la hausse des discours haineux dans le Haut Katanga et le Nord-Kivu, où les campagnes électorales ont alimenté les tensions et les insécurités existantes autour des politiques identitaires en particulier.

- ↳ Bien que les utilisateurs soient parfaitement conscients de la vaste propagation de contenu médiatique faux et manipulé et de l'importance de vérifier les informations, ils ne le font pas systématiquement. En outre, la frontière entre opinion politique, publications humoristiques et més/désinformation est ténue et les utilisateurs peuvent avoir des difficultés à identifier les informations qui ont besoin d'être vérifiées. Néanmoins, certains utilisateurs ont indiqué avoir partagé délibérément des informations fausses ou néfastes auprès des communautés en ligne. Leur comportement était en partie motivé par le désir de provoquer des réactions ou de divertir. Ils ont également utilisé les groupes WhatsApp comme outil de vérification des informations, partageant ainsi délibérément des actualités non vérifiées ou trompeuses afin que d'autres les confirment ou les réfutent.
- ↳ Les utilisateurs se montrent souvent proactifs pour attirer l'attention sur la més/désinformation qui circule sur les groupes, et partagent fréquemment des liens ou des sources témoins pour corriger des informations fausses ou inexactes. Toutefois, ils sont moins à l'aise pour confronter les auteurs de discours haineux, préférant rester silencieux ou quitter les groupes.

Bien que cette étude mette en évidence les pratiques des utilisateurs des groupes WhatsApp en matière de partage des informations, elle reconnaît également ses limites. L'étude a été menée sur un échantillon non statistiquement représentatif et n'a pas été en mesure de déterminer clairement dans quelle mesure les utilisateurs partagent délibérément de fausses informations. D'autres études seraient nécessaires pour explorer les motivations qui poussent à créer et partager des informations fausses et néfastes en ligne, ainsi que la mesure dans laquelle les utilisateurs s'appuient sur celles-ci pour façonner leurs préférences et leurs comportements électoraux.

Adegbidi, A. (2021) The next DRC elections could weaponize 'Congolité' identity. London School of Economics. <https://blogs.lse.ac.uk/africaatlse/2021/12/29/the-next-drc-elections-could-weaponise-congolite-identity/>

Agence France Presse (2024) UN Sounds Alarm at Rising Hate Speech in DRC. <https://www.voanews.com/a/un-sounds-alarm-at-rising-hate-speech-in-drc/7429794.html>

BBC News (2023) DR Congo President Tshisekedi compares Rwanda counterpart Kagame to Hitler. <https://www.bbc.co.uk/news/world-africa-67669187>

Cunningham, H. (2024) The war the world forgot – displacing seven million and counting. The Telegraph Magazine. <https://www.telegraph.co.uk/world-news/2024/03/17/congo-rwanda-genocide-anniversary-war-world-forgot/>.

Esapa, M. (2024) Aucune preuve n'atteste à ce Jour que Moïse Katumbi soutient les M23. Balobaki Fact-checking. <https://balobakicheck.cd/aucune-preuve-natteste-a-ce-jour-que-moise-katumbi-soutient-les-m23/>.

Gakou, S.E. (2023) RD Congo : les menaces des fausses informations sur la démocratie. TV5 Monde. <https://information.tv5monde.com/afrique/video/rd-congo-les-menaces-des-fausses-informations-sur-la-democratie-2683918>.

Human Rights Watch (2023) DR Congo : Atrocities by Rwanda-Backed M23 Rebels. <https://www.hrw.org/news/2023/02/06/dr-congo-atrocities-rwanda-backed-m23-rebels>.

International Crisis Group (2016) Katanga : Tensions in DRC's Mineral Heartland. Report No. 239. <https://www.crisisgroup.org/africa/central-africa/democratic-republic-congo/katanga-tensions-drcs-mineral-heartland>.

France 24 (2022) Anti-Rwanda tensions boil over in eastern DR Congo city of Goma. News Wires. <https://www.france24.com/en/africa/20220615-anti-rwanda-tensions-boil-over-in-eastern-dr-congo-city-of-goma>.

Kasongo, Ange (2023) La Démocratie congolaise à l'heure des réseaux sociaux, fake news et de la manipulation, L'Harmattan.

Ligodi, P. (2024) Pollution de l'information : Fake News et journalisme dans le monde et en République Démocratique du Congo. Bruxelles, Wavre, Kinshasa, Editions Mabiki.

Muzalia, G. and Rukata, T. (2022) The "Balkanization" of the Democratic Republic of the Congo. Conflict Research Group. https://www.gicnetwork.be/wp-content/uploads/2022/12/16_GIC_The-Balkanization-of-the-Democratic-Republic-of-the-Congo.pdf.

Posada, A. Lopez Inigo, R. and Majid, B. (2023) Inequity driven mistrust : Its impact to infodemic management and health response and what to do about it, Internews.

Radio France International (2023) East Africa force starts withdrawal from DR Congo. <https://www.rfi.fr/en/africa/20231204-east-africa-force-starts-withdrawal-from-drcongo>.

Balobaki (2023) L'UE n'a pas annulé sa mission d'observation électorale en RDC après avoir constaté la non volonté d'organiser des élections crédibles. Balobaki Fact-checking. <https://balobakicheck.cd/lue-na-pas-annule-sa-mission-dobservation-electorale-en-rdc-apres-avoir-constate-la-non-volonte-dorganiser-des-elections-credibles/>.

Target (2023) "Media habits of Congolese", print publication, septembre 2023

Translators Without Borders (2019) "Assessment : effective Ebola communication requires respect and transparency" https://translatorswithoutborders.org/wp-content/uploads/2019/12/CR_DRC_BeniAssessment_EN_FINAL.pdf.

Cette étude a été financée par l'USAID dans le cadre du programme **Media Sector Development Activity (MSDA)**. Conduite par des experts indépendants, elle ne saurait refléter l'opinion et les vues de l'USAID ni du gouvernement américain.