

MOTIVATIONS ET TYPOLOGIE DES JEUNES USAGERS DES MÉDIAS SOCIAUX ET MOYENS DE COMMUNICATION DANS LEUR STRATÉGIE DE RÉSILIENCE CONTRE LA VIOLENCE ET L'EXCLUSION AU KIVU (RDC)

Janvier 2020, Bukavu, République démocratique du Congo



Introduction

Les jeunes représentent plus de 60 % de la population africaine. Ces dernières années, la jeunesse africaine s'est illustrée lors de plusieurs manifestations et mouvements de contestation (« *Y'en a marre* » au Sénégal, le mouvement « *Balai citoyen* » au Burkina Faso, « *La Lucha* » et « *Filimbi* » en République démocratique du Congo) en vue d'obtenir plus d'autonomie économique, un État de droit, etc. Ces jeunes ont montré qu'ils étaient capables de relever les défis qui sont les leurs en se positionnant désormais comme des « acteurs centraux des combats pour la paix, l'éthique, la citoyenneté et le développement » (Toure, 2017). Tous ces combats citoyens démontrent que les jeunes expriment une large volonté « d'assouvir leurs besoins vitaux comme les autres segments de la population » (Hibou, 2011) et explorer ainsi des « nouvelles voies d'affirmation identitaire, de revendication populaire... » (Biaya, 2000).

La popularité et l'ampleur de ces revendications sociales et économiques sont portées, en partie, par un usage prépondérant des nouvelles technologies de communication, notamment les téléphones mobiles ; l'Afrique étant d'ailleurs devenue depuis 2011 l'un des continents les plus connectés aux téléphones mobiles (GSMA Mobile Economy, 2017). En 2014, le taux d'équipement dépasse 100 % dans certains pays (Côte d'Ivoire, Ghana, Sénégal)¹. L'apparition du téléphone mobile et les réseaux sociaux qui l'accompagnent

1. Citoyenneté numérique : ce que l'Afrique prépare (Bénin, Burkina Faso, Côte d'Ivoire, République démocratique du Congo, Ghana, Madagascar, Sénégal), CFI, novembre 2016.



offrent aux jeunes la possibilité de communiquer, de partager facilement l'information et de mieux structurer leurs revendications (Sandoval-Almazan et Gil-Garcia, 2014). En effet, l'avènement des médias sociaux comme *Facebook*, *Twitter* et *YouTube* « ont renforcé l'engagement civique et politique des jeunes » (Loader, Vromen *et al*, 2014). Les jeunes profitent ainsi de l'opportunité qui leur est offerte pour collecter, diffuser, publier des messages politiques et discuter largement des questions politiques d'actualité (Valeriani et Vaccari, nd ; Kushin et Yamamoto, 2010). Par ailleurs, les médias sociaux sont largement utilisés par les jeunes marginalisés pour organiser les revendications sociales et politiques (Macafee et Simone, 2012) et faire entendre leurs voix auprès d'une large audience et obtenir ainsi des soutiens et de la compassion au-delà de leurs frontières géographiques (Bonilla et Rosa, 2015 ; Howard, Duffy *et al* ; 2011).

La présente étude s'inscrit dans un projet de recherche collaboratif intitulé « Stratégies de résistance pour contrer l'engagement des jeunes dans la violence en Afrique », élaboré et mis en œuvre conjointement par l'Institut pour la gouvernance et le développement (IGD), l'Université catholique de Bukavu (UCB) et le Groupe de recherche et d'information sur la paix et la sécurité (GRIP) de Bruxelles. La présente publication puisée de l'enquête réalisée par l'UCB dans l'est de la RDC, porte sur l'utilisation des médias sociaux et des moyens de communications traditionnels par les jeunes comme stratégie de lutte contre la violence, l'exclusion et l'injustice au Kivu.

L'importance de cette étude est dictée par trois arguments. Premièrement, les jeunes ont été au premier plan des luttes et contestations qui ont mis fin à toutes les tentatives de modification de la Constitution en RDC depuis trois ans. On a assisté à la naissance de plusieurs mouvements sociaux des jeunes dont l'objectif principal était de revendiquer l'avènement d'un État de droit mais surtout d'empêcher au président sortant (Joseph Kabila) de briguer un troisième mandat, synonyme d'un chaos politique aux conséquences désastreuses (Kanteng, 2017). Partis des provinces du Kivu, ces mouvements² (Filimbi, La Lucha) ont gagné toute la RDC. Les fondateurs et adhérents à ces mouvements ont participé à l'organisation de plusieurs marches pacifiques même si les répressions ont été souvent sanglantes entraînant, dans certains cas, la mort et l'emprisonnement de leurs leaders. Deuxièmement, les revendications des jeunes ont été relayées à partir des médias sociaux et des moyens de communication traditionnels. En effet, les « médias numériques ont démontré leur capacité à mobiliser la rue lors des manifestations contre le maintien au pouvoir du président Joseph Kabila entre 2015 et 2017. » (Kanteng, 2017). L'utilisation des médias sociaux a donné une plus grande visibilité à ces manifestations et a permis de légitimer les revendications qu'elles véhiculaient en portant leurs voix au-delà de la frontière nationale. L'utilisation des réseaux sociaux a permis surtout aux mouvements sociaux et même aux opposants de contourner la censure, la fermeture des médias publics ainsi que la manipulation de l'information par les autorités étatiques. Troisièmement, le téléphone mobile et les réseaux sociaux sont devenus des technologies qui ont été accueillies et adoptées largement par les jeunes en milieu urbain comme en milieu rural en RDC. Il n'est cependant pas certain que la majorité d'entre eux les utilise à des fins de revendications sociales et politiques.

Cette étude est subdivisée en quatre sections. La première est la revue de littérature. Elle offre une définition préliminaire des médias sociaux et passe en revue les théories qui expliquent l'usage des médias sociaux par les jeunes. La deuxième section présente la démarche méthodologique. La troisième section est consacrée aux résultats. Elle pré-

2. Y'en a marre, Le balai citoyen, La Lucha, Filimbi – *Une jeunesse africaine en quête de changement*, GRIP, 2017.

sente les types de médias et canaux de communication utilisés par les jeunes ainsi que leur typologie en fonction des médias utilisés. Enfin, elle analyse les différents messages qui sont véhiculés à travers les médias sociaux et les motivations qui sous-tendent leur usage. La quatrième section est consacrée à la conclusion, aux limites de l'étude ainsi qu'aux recommandations et perspectives pour les études futures.

1. Revue de la littérature

Définitions des médias sociaux

Il existe plusieurs définitions des médias sociaux. Le Conseil fédéral des managers de Web des États-Unis note qu'un média social est un terme polysémique (umbrella) qui « comprend des activités diverses qui se rapportent à la technologie, à l'interaction sociale et à la création d'un contenu audible » (Services généraux de l'administration publique des États-Unis, 2009). Le conseil précise qu'un média social utilise plusieurs technologies comme les blogs, le partage des photos et des vidéos, la connexion sociale et de mots virtuels. En prenant appui sur cette définition, Bryer et Zavattaro (2011) proposent une définition plus ou moins pratique des médias sociaux. Selon les auteurs, « les médias sociaux sont des technologies qui facilitent l'interaction sociale, rendent possible la collaboration et encouragent la création d'un contenu audible entre différentes parties prenantes... ». Maxime, Marion *et al* (2017) vont dans le même sens : « Les réseaux sociaux sont l'ensemble des modes d'interactions sociales qui facilite la création et l'échange d'informations et de contenus entre des individus ou organisations... »

Vu sous cet angle, les réseaux sociaux établissent des liens directs entre les personnes et font presque disparaître les barrières géographiques qui les séparaient jadis. En effet, les réseaux sociaux « permettent une interactivité entre leurs utilisateurs. Ils permettent des échanges au sein d'une communauté ainsi que d'en créer de nouvelles en leur sein » (Steer, 2017). Nous retiendrons donc que les médias sociaux encouragent et renforcent l'interaction sociale entre les usagers (Kaya et Bicen, 2016).

Théories qui sous-tendent l'usage des médias sociaux

Plusieurs études antérieures confirment le potentiel des réseaux sociaux dans l'organisation et le succès des revendications sociales, économiques et politiques initiées par les jeunes à travers le monde. Sandoval-Almazan et Gil-Garcia (2014) révèlent que l'apparition des médias sociaux a changé la manière de revendiquer les droits lésés chez les jeunes en permettant de passer facilement d'une protestation de rue à un activisme sur le web ; on parle de « cyberactivism ». Mohamed et Crystal (2016) et Valenzuela, Arriagada *et al* (2014) corroborent respectivement l'argument ci-dessus en démontrant que les médias sociaux (*Facebook*, *Twitter* et *YouTube*) ont été largement utilisés dans toutes les revendications et manifestations qu'il y a eu dans le monde arabe (printemps arabe) tout comme ailleurs (occupation de Wall Street aux USA, le mouvement des Indignés en Espagne). Abondant dans le même sens, Lim (2012) affirme que les médias sociaux constituent une part intégrante de « l'activisme politique en Égypte de sorte que 54 % sur les 70 % de manifestants qui ont été interviewés entre 2004 et 2011 admettent avoir participé dans un activisme en ligne ». Bref, « il est difficile de parler des crises en Afrique et dans le monde sans évoquer le rôle prépondérant que jouent les réseaux sociaux » (Sangare, 2013).

Les recherches empiriques qui portent sur **l'usage des médias sociaux par les jeunes comme stratégie de résilience** peuvent être classées en deux catégories selon le recours

à la théorie de « l'usage et bénéfices attendus » et selon la théorie de la démocratisation des médias sociaux selon laquelle l'apparition des médias sociaux a mis fin au monopole de l'information détenue par les autorités étatiques et commerciales. Les premières sont descriptives (Skoric et Poor, 2013 ; Kaya et Bicen, 2016 ; Obar, 2014) et visent à identifier les réseaux sociaux et autres canaux de communication utilisés par les jeunes ainsi que les motivations profondes qui sous-tendent cet usage. La plupart de ces études recourent à la théorie de « l'usage et bénéfices attendus » et aboutissent souvent à la conclusion selon laquelle les jeunes combinent plusieurs médias sociaux en fonction des objectifs visés de sorte qu'il n'existe aucun média qui se substitue à l'autre (Quan-Haase et Young, 2010).

Cette conception utilitariste justifie le fait que certains usagers continuent à utiliser presque simultanément les médias sociaux modernes et les médias traditionnels. Macafee et De Simone (2012) estiment que les jeunes utiliseraient plus les médias sociaux modernes car ils croient « y trouver des informations relatives à un évènement politique mais aussi ils utilisent ces médias en vue d'y exprimer leurs points de vue politiques et y disséminer des informations politiques ». Selon Valenzuela, Arriagada *et al* (2014), « des médias sociaux comme *Facebook* et *Twitter* permettent aux individus de créer des groupes personnalisés qui favorisent le partage d'un contenu (vidéo, information) ainsi que le monitoring des actions et activités des amis et des acteurs politiques... ».

Les jeunes n'utilisent donc pas seulement les médias sociaux pour accéder aux informations mais ils participent aussi à la création et la génération de l'information ainsi partagée. Ainsi, les médias sociaux créent une nouvelle forme de participation politique (De Zúñiga, Molyneux *et al*, 2014). En effet, grâce aux médias sociaux, les jeunes « peuvent poursuivre et atteindre leurs objectifs politiques en ligne en forwardant par exemple des emails à leurs amis et/ou en partageant leurs opinions sur l'actualité et les évènements politiques. Ils peuvent aussi exprimer leur insatisfaction à l'égard des autorités publiques en plaçant des commentaires négatifs sur les pages web officielles du gouvernement. Ils peuvent même participer à des actions collectives en ligne contre certaines politiques prônées par les gouvernements... ».

Les secondes sont plutôt causales (Loader et Mercea, 2011 ; Sandoval-Almazan et Gil-Garcia, 2014 ; Notley, 2009 ; Kushin et Yamamoto, 2010 ; Macafee et De Simone, 2012 ; Valenzuela, Arriagada *et al*, 2014) et essaient d'analyser la contribution des réseaux sociaux dans le renforcement de l'engagement civique et politique des jeunes. La plupart de ces études s'appuient sur la théorie de la démocratisation des médias sociaux selon laquelle leur apparition a mis fin au monopole de l'information originellement détenue par les autorités étatiques et commerciales qui tentent de la manipuler (Loader et Mercea, 2011). Les auteurs postulent qu'en « accédant aux médias sociaux, les citoyens ne sont plus obligés d'être des consommateurs passifs des informations issues de la propagande des partis politiques, des gouvernements et des journaux. Les citoyens sont désormais capables de remettre en cause ces informations, d'émettre des avis contraires et d'exprimer librement leurs propres opinions... ». Vu sous cet angle, les médias sociaux offrent donc aux citoyens et aux populations marginalisées de nouvelles opportunités de se passer des contrôles imposés par les États et les marchés et de développer ainsi des médias alternatifs intégratifs qui contribuent à la construction de leur identité (Mansell et Hwa, 2015).

Dahlberg (2011) offre une perspective nouvelle de cette théorie à travers quatre conceptualisations. Selon la première perspective, la « *démocratie digitale libérale individuelle*

liste », les médias sociaux sont vus comme un outil permettant aux individus d'accéder aux informations dont ils ont besoin afin de résoudre ainsi leurs problèmes politiques et arracher certains postes politiques. La deuxième est liée à « *la démocratie digitale délibérative* » qui postule que les médias sociaux transforment les citoyens en « des sujets démocratiques » mus par un bien commun, bien informés qui sont susceptibles d'analyser et de guider le processus de prise de décision des autorités publiques. La troisième est liée à la *démocratie digitale « counter-publics »*. Dans ce cas précis, les médias sociaux sont conçus comme des instruments de l'engagement politique orienté vers plus d'activisme et de contestation.

Ainsi, en poursuivant l'intérêt général, les citoyens peuvent s'engager dans des actions de revendication en ligne se rapportant par exemple à la désobéissance civile électronique, le blocage des sites internet, etc. Ces diverses actions en ligne devraient permettre d'apporter plus d'attention aux voix des exclus. La dernière conceptualisation se rapporte à la « *démocratie digitale autonomiste marxiste* » selon laquelle, les médias sociaux devraient aboutir à une forme de centralisation des moyens de production entre les mains des populations marginalisées/exclues en lieu et place des capitalistes et des États qui en sont aujourd'hui les principaux propriétaires.

2. Démarche méthodologique

Techniques de collecte des données

Les données utilisées pour cette étude ont été collectées en deux séries d'enquêtes conduites dans quatre zones, deux urbaines et deux périurbaines. Ville de Bukavu : trois communes (Ibanda, Kadutu et Bagira), Cité d'Uvira : Uvira centre, Mulongwe et Kalundu, Ville de Goma : communes de Goma et de Karisimbi, Territoire de Rutshuru : Kiwanja et Rutshuru centre.

La première est l'enquête qualitative. L'objectif de cette enquête était d'identifier les types des médias sociaux utilisés par les jeunes, les motivations qui les poussent à recourir aux réseaux sociaux ainsi que les messages qu'ils véhiculent sur ces médias sociaux. Elle a été conduite sur base d'un guide d'entretien composé de trois principales questions :

- *Quels sont les principaux canaux de communication que les jeunes utilisent le plus souvent pour faire face à la violence, à l'injustice, à l'exclusion dont ils sont victimes ?*
- *Connaissez-vous des expériences d'utilisation des NTIC à des fins de revendications politiques (dénonciation des cas d'injustice, de violence ou d'exclusion) ?*
- *Pensez-vous que les nouvelles stratégies de la communication et de l'information facilitent les stratégies de résilience développées par les jeunes pour faire face à l'injustice, à la violence et à l'exclusion dont ils sont victimes ? Si oui, comment ? Si non, pourquoi ?*

L'enquête qualitative a été menée via des entretiens individuels et des « focus groups ». 24 entretiens individuels et 96 focus groups (4-6 personnes) ont été réalisés auprès de huit catégories de jeunes dont l'âge varie entre 18 et 35 ans : étudiants et élèves, jeunes chômeurs, jeunes entrepreneurs et travailleurs, jeunes de la rue, jeunes engagés dans des mouvements citoyens, jeunes engagés dans des groupes de pression, jeunes engagés dans des partis politiques, jeunes vivant avec un handicap. Le choix des enquêtés a été obtenu en recourant respectivement à un tirage à choix raisonné et à boule de neige. En effet, certains jeunes ont été identifiés comme étudiants, membres d'un parti politique ou d'un mouvement citoyen par leur propre histoire (actions antérieures) et/ou par

leurs collègues antérieurement interviewés. L'enquête a été conduite pendant huit jours par 12 enquêteurs et quatre superviseurs à raison de quatre enquêteurs par site dans la période du 12 au 24 février 2018.

La deuxième est l'enquête quantitative. Elle a été conduite auprès d'un échantillon de 837 jeunes sur base d'une répartition proportionnelle, soit 200 enquêtés par localisation. L'argument sous-jacent est lié au fait que l'usage des médias sociaux et traditionnels sont indistinctement utilisés par les jeunes quelle que soit leur localisation. Le choix des enquêtés a été obtenu respectivement via des tirages en grappes à choix raisonné et par la stratification proportionnelle. En recourant au tirage en grappes, les quartiers et/ou les villages présents dans chaque localisation ont d'abord été préalablement déterminés. Ensuite, certains villages et quartiers ont été choisis de manière aléatoire pour un total minimal de 5 par localisation. Enfin, dans chaque quartier et sentier, à partir du point de départ, chaque 4^e maison a été tirée, avec un total de 3 maisons par sentier. En recourant au tirage à choix raisonné, les enquêteurs ont contacté les jeunes à leur domicile, soit un jeune pour chaque ménage. L'âge du jeune servait de question filtre. En effet, pour faire partie de l'échantillon, l'enquêté potentiel devait avoir entre 18 et 35 ans le jour de l'enquête.

En vue de respecter la répartition paritaire de l'échantillon (stratification par sexe), les enquêteurs ont systématiquement remplacé le prochain enquêté par un sexe opposé par rapport au précédent, ce qui a permis d'atteindre une proportion de 51/49 des garçons contre les filles. La faible représentation des filles par rapport aux garçons surtout en milieu rural et périurbain s'explique, en partie, par leur indisponibilité à domicile au moment de l'enquête car elles doivent souvent se livrer aux travaux dans les champs en compagnie de leurs mères.

16 enquêteurs dont 8 garçons et 8 filles ont participé à la collecte des données après avoir reçu une formation de deux jours. La formation a porté sur l'administration du questionnaire et surtout sur les erreurs à éviter durant l'enquête. L'enquête proprement dite a été précédée d'une pré-enquête du questionnaire à Bukavu. Elle a été conduite du 12 au 24 février 2018. Tous les enquêteurs ainsi recrutés appartenaient à un groupe *WhatsApp* afin de permettre une interaction rapide entre les enquêteurs, les superviseurs et la coordination du projet. Le questionnaire a été téléchargé sur des tablettes avec le module *Kobo* afin d'administrer le questionnaire de façon instantanée et de transmettre les données chaque soir sur un serveur sur lequel un droit d'accès avait été préalablement négocié. L'usage de cette nouvelle technologie a permis de minimiser la perte des questionnaires, d'éviter les erreurs matérielles et surtout la présence des questionnaires incomplets.

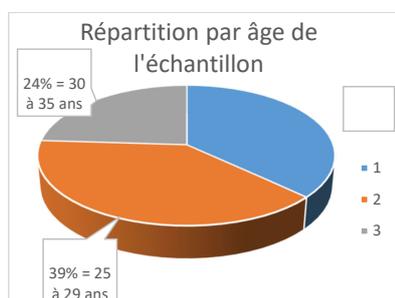
Techniques de collecte des données

Le traitement des données a été obtenu en recourant à l'analyse de contenu. Après avoir été fidèlement transmis par chaque enquêteur, les propos recueillis ont ensuite été coulés dans des matrices sous Excel. Les matrices ainsi reconstituées ont été envoyées à deux codeurs qui ont repéré les fréquences d'apparition de différents thèmes ainsi discutés.

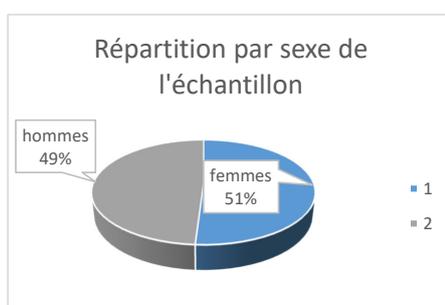
Le traitement des données quantitatives a été rendu possible en faisant recours aux analyses descriptives, factorielles exploratoire et confirmatoire ainsi qu'à l'analyse typologique (cluster analysis).

Caractéristiques sociodémographiques de l'échantillon

37 % des jeunes enquêtés sont âgés de 15 à 24 ans, 39 % âgés de 25 à 29 ans et 24 % âgés de 30 à 35 ans.



Les hommes représentent 49 % des enquêtés, les femmes 51 % du total. Les statistiques liées au lieu des enquêtés indiquent que 24 % ont été enquêtés à Bukavu, 24 autres à Goma. 25 % des jeunes des enquêtés sont de Rutshuru et 27 % d'Uvira.



Les informations relatives au niveau d'étude montrent que le plus grand nombre d'entre eux ont atteint un niveau d'étude universitaire (53 %). Ils sont suivis par ceux qui ont obtenu un diplôme secondaire (37 %). Les jeunes qui ont un niveau d'étude primaire ne représentent que 5 % de l'effectif total. Par contre, les analphabètes et ceux qui ne détiennent juste qu'une formation professionnelle représentent 2 et 3 % respectivement du total.

La majeure partie des enquêtés sont sans emploi (21 %) et étudiants (22 %). Ils sont suivis par ceux qui œuvrent dans le commerce (12 %), l'enseignement (7 %) et ceux qui travaillent dans les ONG ou agences des Nations unies (7 %). Les agents de l'État (4 %), les agriculteurs (4 %), les artisans (2 %) et ceux qui ont une profession libérale (3 %) représentent une proportion moins significative dans le total des enquêtés.

Enfin, 50 % des jeunes enquêtés ont un revenu inférieur à 50 \$ par mois. 25 % ont un revenu compris entre 50 et 100 \$. 10 % des jeunes ont un revenu compris entre 100 et 200 \$, pendant que 7 % d'entre eux touchent entre 200 et 400 \$. Ceux qui accèdent aux revenus mensuels importants (compris entre 400 et 600 \$, et de plus de 600 \$) ne représentent que 3 et 5 % des effectifs totaux.

3. Présentation et interprétation des résultats

Médias et canaux de communication utilisés au Kivu dans les stratégies de lutte contre la violence, l'exclusion et l'injustice

Les jeunes ont recours aux médias et réseaux sociaux modernes et aux autres canaux de communication plus traditionnels. Ces résultats confirment que les différents canaux ne substituent donc pas les uns aux autres mais ils se complètent plutôt (Quan-Haase et Young, 2010) sans jamais les remplacer définitivement. Ainsi les activités culturelles

restent des canaux d'expression et de communication pour les jeunes afin de faire face à l'exclusion et la violence. Parmi ces activités culturelles, le théâtre participatif et la musique, notamment au travers des chansons engagées (rap/reggae) sont privilégiés par les jeunes pour s'exprimer.

La radio et la télévision restent également d'actualité car ils répondent à l'ambition des jeunes de couvrir une large audience et donc sensibiliser un plus public élargi. La création et la généralisation des télévisions et radios privées et communautaires renforcent cet usage car ces médias sont peu et/ou pas censurés comparativement aux médias publics. À cela s'ajoute le fait que plusieurs jeunes, aujourd'hui membres de la société civile et/ou de partis, ont commencé par être des activistes à la radio et/ou à la télévision.

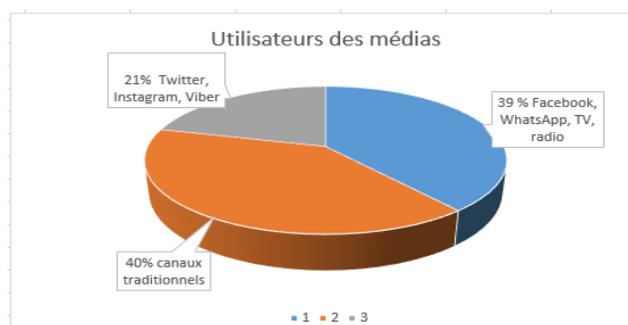
Le téléphone mobile est devenu, quant à lui, un instrument majeur permettant de relayer les revendications et de mobiliser les jeunes contre tous les maux auxquels ils sont confrontés au quotidien. Les messages instantanés via *WhatsApp* ou *Facebook* offrent aux jeunes en milieu urbain comme en milieu rural la possibilité de communiquer et de diffuser instantanément des informations de manière directe et interactive. *Twitter*, *Instagram* et *Viber* permettant le partage de vidéos, de photos et de messages sont fort utilisés par les jeunes au Kivu. L'usage de ces médias modernes permet de porter les messages au-delà de la communauté géographique et obtenir de l'aide. Les médias sociaux « permettent de retrouver et créer des liens aux quatre coins du monde ... » (Maxime, Marion *et al*, 2017).

Répartition et profils des utilisateurs des canaux de communication

39 % de l'échantillon total est composé des jeunes « accrochés aux réseaux sociaux modernes et aux médias audiovisuels » et qui recourent régulièrement à *Facebook*, *WhatsApp*, la télévision et la *radio*. Les jeunes membres de ce premier groupe jouissent d'un niveau d'étude élevé (universitaire), habitent en ville (Bukavu et Goma) et ont un âge compris entre 20 et 25 ans. Ce groupe utilise tous les médias modernes à leur disposition afin de partager facilement l'information et d'augmenter la portée de leurs revendications (Steer, 2017). L'usage accru de ces médias permet ainsi aux jeunes de « créer et de renforcer des liens avec leurs amis et/ou avec le monde entier » (Masse, Kiné *et al*, 2017).

Un autre groupe, soit **21 % est composé des jeunes qui utilisent fréquemment *Twitter*, *Instagram* et *Viber***, est formé principalement des garçons de milieu urbain et qui ont fréquenté l'université.

Le troisième groupe, **40 % de l'échantillon, sont des jeunes qui ne recourent qu'exclusivement aux canaux traditionnels de communication.** Issus de régions périphériques (Uvira et Rutshuru), ces jeunes continuent à valoriser principalement les médias traditionnels : activités culturelles, musique, théâtre, lettres et correspondances, appels et messages téléphoniques.



Cette prépondérance de l'usage des canaux de communication traditionnels par les jeunes peut s'expliquer par la nécessité d'avoir une connexion internet – donc un coût plus élevé – pour l'utilisation des médias modernes tels que Facebook, Twitter, etc. et d'une connaissance de leur utilisation. En outre, ces nouvelles technologies requièrent des Smartphones, tandis que les appels et messages téléphoniques sont déjà accessibles avec de simples téléphones mobiles.

Messages et informations partagées

Les résultats indiquent que **les informations sécuritaires et économiques constituent les premiers³ (40 %) types de messages diffusés par les jeunes sur les réseaux sociaux**. Cela reflète les problèmes majeurs auxquels les jeunes sont confrontés : l'exclusion politique et le manque d'emploi. Les médias sociaux ouvrent ainsi une nouvelle fenêtre sur le monde et offrent la possibilité de dénicher les opportunités économiques et des bourses via son téléphone mobile (Marzouki, 2017). Cette fonction des médias sociaux est davantage prononcée dans les milieux ruraux et péri-urbains où les jeunes vivent dans un enclavement géographique qui les place à l'écart de toutes les réalités mondiales.

Ainsi, les médias sociaux viennent réduire la carence d'informations sur la situation politique et économique. Les médias sociaux contribuent donc à la résilience des jeunes en permettant de partager et d'accéder à des informations qui étaient jadis inaccessibles. Bref, les médias sociaux favorisent « la discussion, le partage d'opinion, le débat et parfois même la mise en mouvement : mouvement de solidarité ou mouvement d'opposition et de révolte... » (Delefosse, 2016 ; Gallant, 2017).

En outre, les résultats montrent qu'il existe une différence significative entre les informations économiques diffusées à travers les médias sociaux et la résidence des jeunes. En effet, ceux habitant dans les zones périphériques (Uvira et Ruthuru) diffusent à travers les médias sociaux plus d'informations économiques que ceux qui vivent dans les villes (Goma et Bukavu). Ces résultats sont expliqués, en partie, par l'absence des sources d'informations économiques dans ces périphéries. En effet, la plupart de ces zones sont éloignées des villes où les affiches et autres offres d'emplois sont publiées. Cette conclusion rime avec les résultats d'une enquête conduite par War Child (2015) et dont les principales conclusions confirment que les jeunes des milieux ruraux étaient plus touchés par le chômage lié partiellement au manque d'accès à l'information économique. Dans ce cas, les médias sociaux peuvent réduire l'asymétrie d'information entre les villages et les campagnes.

Les motivations des jeunes à utiliser les médias sociaux

Les résultats montrent que **« la mobilisation et la sensibilisation citoyennes » constitue la motivation principale⁴ (37 %) pour laquelle les jeunes recourent aux réseaux sociaux et canaux de communication traditionnels**. Pareils résultats confirment que les médias sociaux sont devenus des canaux par excellence pour resserrer les liens entre les jeunes et revendiquer ainsi les droits bafoués. Pittman et Reich (2016) corroborent cet argument quand ils affirment que l'interaction sociale résultant de l'usage des médias sociaux permet de combattre l'isolement et la solitude. Les jeunes utilisent les médias sociaux pour se mobiliser et se remobiliser autour d'un idéal commun, d'un droit violé, d'une injustice sociale dont ils sont victimes. Ces médias sociaux permettent aussi de sensibiliser les

3. Le partage d'informations ludiques et religieuses arrive en second (29 %).

4. Les motivations d'amusement et de divertissement viennent en second lieu (27%).

jeunes sur le sort qui frappe certains d'entre eux et atteindre ainsi une masse critique des adhérents et faire entendre leurs voix.

Quelques variables intéressantes :

Les résultats indiquent en outre que **les jeunes filles recourent davantage aux médias sociaux que les jeunes garçons en vue de la mobilisation citoyenne**. L'inclinaison des femmes à recourir aux médias sociaux au motif de mobilisation sociale est liée au contexte particulier qu'elles affrontent en RDC. En effet, les jeunes filles et les femmes sont victimes de violences sexuelles et de discrimination. En vue de lutter contre ces actes de violence (notamment les viols), certaines organisations locales (*Femmes de médias*) et internationales (Banque mondiale) ont développé des applications informatiques et téléphoniques pour dénoncer tout acte de violence à l'égard des femmes. Celles-ci considèrent donc les médias sociaux comme des outils d'émancipation et de lutte contre les discriminations.

Un autre élément relevé est qu'il existe une relation positive entre le niveau d'étude et l'usage des médias sociaux aux motifs de mobilisation citoyenne : les jeunes bénéficiant d'un niveau d'étude secondaire, universitaire ou d'un niveau de formation professionnelle recourent plus aux médias sociaux que les analphabètes.

Autre constat, en termes de profession, **les jeunes motards et les jeunes agriculteurs sont plus enclins à utiliser les médias sociaux en vue d'actions de mobilisation**. Les motards sont très mobiles et partagent de longues distances. À cet égard, ils constituent des canaux de communication entre espaces éloignés. Quant aux agriculteurs, outre les catastrophes naturelles et autres difficultés qui entravent leurs activités, ils souffrent d'une asymétrie d'information avec les différents intermédiaires qui leur imposent les prix de leurs produits agricoles. Les agriculteurs utilisent fréquemment les médias sociaux pour dénoncer les maux dont ils sont victimes mais surtout pour accéder à l'information se rapportant au prix de leurs spéculations agricoles en vue de maximiser le revenu agricole commercialisé.

Les résultats confirment qu'il existe **une relation positive significative entre le revenu et l'usage des médias au motif de mobilisation citoyenne**. En effet, les jeunes dont les revenus varient à la fois entre 100 et 200 USD et 201 et 400 USD sont plus enclins à recourir aux médias sociaux pour la mobilisation citoyenne comparativement à ceux dont les revenus sont situés en dessous de 50 USD. Ce qui confirme que la fracture numérique est subsidiaire à la fracture sociale et signifie que les médias sociaux peuvent renforcer les inégalités existantes entre les jeunes.

Enfin, les résultats montrent qu'il existe **une relation positive significative entre l'âge et le recours aux médias sociaux pour la mobilisation citoyenne**. En effet, les jeunes dont l'âge varie entre 25 et 30 ans sont plus prédisposés à recourir aux médias sociaux pour la mobilisation citoyenne que ceux ayant moins de 18 ans. Dans le cas particulier de la RDC, tous les mouvements citoyens (ex. La Lucha) ont été créés et portés par les jeunes adultes en mobilisant largement les médias sociaux (Kateng, 2017). Holt, Shehata *et al* (2013) corroborent simultanément l'argument ci-dessus quand ils affirment que « les jeunes adultes sont plus prédisposés à recourir aux médias sociaux que les anciennes générations ». Le contexte de l'étude tend à confirmer ce constat. En effet, dans les villes comme dans les villages du Kivu, le téléphone et les réseaux sociaux sont tacitement interdits aux mineurs qui n'ont pas encore atteint la majorité.

Conclusion

Les résultats montrent que les médias sociaux modernes tendent à se généraliser en RDC. Ces médias cohabitent avec les médias traditionnels et participent tous ensemble à la mobilisation citoyenne et au divertissement de la jeunesse. L'utilisation des médias sociaux par les filles et les garçons de façon presque indistincte prouve que ces derniers peuvent participer à renforcer l'égalité entre les hommes et les femmes. L'utilisation des médias par des jeunes ruraux démontre qu'un effort doit être fourni pour favoriser l'accès à ces médias aux jeunes ruraux en investissant davantage dans les infrastructures sociales de base qui permettraient de diminuer les coûts de transaction liés à l'usage des médias sociaux. Le fait qu'il y ait une relation positive entre l'usage des médias sociaux et la situation économique des jeunes appelle aussi à des initiatives courageuses en matière de création d'emplois pour eux.

Bien que cette étude aboutisse à des résultats probants sur le plan scientifique, elle souffre d'une limite qui pourrait être comblée dans les études futures. La présente étude a été conduite uniquement dans les villes et quelques périphéries des villes du Kivu. Le choix de ces périphéries pourrait créer un biais de sélection car les jeunes de ces milieux étaient presque des utilisateurs certains des médias sociaux modernes, étant donné leur exposition à la culture urbaine. Dans les études futures, il s'agira donc de généraliser les investigations en collectant les informations dans les villages éloignés et maximiser les possibilités de rencontrer plus de jeunes analphabètes et peu/pas exposés à la culture urbaine. Pareil ciblage permettrait également de prouver ou non qu'il existe une cassure réelle entre les milieux urbains et ruraux dans l'accès et l'utilisation des médias sociaux.

Bibliographie

- Alava S, Frau-Meigs D, Hassan G, Hussein H et Wei Y, Les jeunes et l'extrémisme violent sur les médias sociaux : cartographie de la recherche, Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture
- Balleys C (2017), Rapport d'étude, injepr-2017/04, Socialisation adolescente et usages du numérique, Revue de littérature
- Biaya TK (2000), Jeunes et culture de la rue en Afrique urbaine (Addis-Abeba, Dakar et Kinshasa), *Politique africaine*, 4 (80) : 12-31
- Bryer TB et Zavattaro M (2011), Social Media and Public Administration Theoretical Dimensions and Introduction to the Symposium, *Administrative Theory & Praxis*, 33 (3) : 325-340
- Chéneau-Loquay A (2012), « La téléphonie mobile dans les villes africaines. Une adaptation réussie au contexte local », *L'Espace géographique*, 2012/1 (41) : 82-92
- Dahlberg, D (2011), Re-constructing digital democracy: An outline of four 'positions', *New media & society*, 13(6) : 855-872
- Delefosse, M-S, (2016), Jeunes et médias sociaux, Quels enjeux ? Centre Permanent pour la citoyenneté et la participation (CPCP), *Médias et actions citoyennes*, Étude n°22
- De Zúñiga H, Molyneux L et Zheng P (2014), Social Media, Political Expression, and Political Participation: Panel Analysis of Lagged and Concurrent Relationships, *Journal of Communication*, 64 (2014) : 612-634
- Gallant N (2017), Comprendre les pratiques politiques en ligne des jeunes pour mieux les entendre : Quatre grands types de pratiques politiques, en ligne comme hors ligne, Bulletin d'information, vol. 14, n° 2
- GSMA Mobile Economy (2017), <http://www.gsma.com/mobileeconomy/#techmigration>

- Hargittai E et Hinnant A (2008), Digital inequality: differences in young adults' use of the Internet. *Communication Research*, 35(5) : 602-621
- Hibou, B (2011), Introduction au thème Tunisie. Économie politique et morale d'un mouvement social, *Politique africaine*, 1 (121) : 5-22
- Holt K, Shehata A, Strömbäck J, Ljungberg E (2013), Age and the effects of news media attention and social media use on political interest and participation: Do social media function as leveller? *European Journal of Communication*, 28(1) : 19-34
- Howard P, Duffy A, Freelon D, Hussain M, Mari W, Mazaid M (2011), Opening Closed Regimes: What Was the Role of Social Media During the Arab Spring?, Working Paper 2011.1, Projet of Information Technology and Political Islam
- Kanteng D (2017), De l'utilisation d'Internet en République démocratique du Congo : Un outil de mobilisation politique et religieuse, *Émulations-Revue de sciences sociales*, 105-123
- Kaya T et Bicen H (2016), The effects of social media on students' behaviors; Facebook as a case study, *Computer in Human Behavior* (59) : 374-379
- Kushin MJ et Yamamoto M (2010), Did Social Media Really Matter? College Students' Use of Online Media and Political Decision Making in the 2008 Election, *Mass Communication and Society*, 13: 608-630
- Lim M (2012), Clicks, Cabs, and Coffee Houses: Social Media and Oppositional Movements in Egypt, 2004–2011, *Journal of Communication*, 62 (2012)
- Loader B, Vromen A, Xenos M (2014), The networked young citizen: social media, political participation and civic engagement, *Information, Communication & Society*, 17 (2) : 143-150
- Loader, B.D. & Mercea, D. (2011). Networking democracy? Social media innovations in participatory politics", *Information, Communication and Society*, 14(6) : 757-769.
- Macafee M et De Simone J.J. (2012), Killing the Bill Online? Pathways to Young People's Protest Engagement via Social Media, *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 15 (11)
- Mansell R, Hwa P (2015), *The International Encyclopedia of Digital Communication and Society*. Oxford, UK : Wiley-Blackwell, 2015, p. 1027-1034
- Marzouki Y (2017), Le rôle des réseaux sociaux dans le développement de la radicalisation, Chapter, janvier 2017
- Maxime A, Marion G, Julien J, Valérie L, Juliette J (2017), Jeunes, réseaux sociaux et radicalisation, Formation Aide-Soignant
- Mohamed A et Crystal A (2016), Facebook to Mobilize, Twitter to Coordinate Protests, and You Tube to Tell the World: New Media, Cyberactivism and the Arab Spring, *Journal of Global Initiatives: Policy, Pedagogy, Perspective*, 10 (1)
- Notley T (2009), Young People, Online Networks and Social Inclusion, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14 (2009) : 1208-1227
- Pittman M et Reich B (2016), Social media and loneliness: Why an Instagram picture may be worth more than a thousand Twitter words. *Computers in Human Behavior*, 62, 155-167, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.084>
- Quan-Haase A et Young A (2010), Uses and Gratifications of Social Media: A Comparison of Facebook and Instant Messaging, *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(5) : 350-361
- Sandoval-Almazan R et Gil-Garcia JR (2014), Towards cyberactivism 2.0? Understanding the use of social media and other information technologies for political activism and social movements, *Government Information Quarterly*, 31 (2014) : 365-378
- Sangare B (2013), réseaux sociaux et communication en temps de crises au Mali : l'exemple des groupes de discussion sur Facebook, ECAS 2013 5th European Conference on African Studies, African Dynamics in a Multipolar World, juin, 27-29
- Skoric M et PooR N (2013), Youth Engagement in Singapore: The Interplay of Social and Traditional Media, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(2) : 187-204
- Steer S (2017), Jeunes et réseaux sociaux des espaces de liberté sous de multiples surveillances, Paternité-Partage à l'identique, Creative Commons

Touré I (2017), Jeunesse, mobilisations sociales et citoyenneté en Afrique de l’Ouest : étude comparée des mouvements de contestation « Y’en a marre » au Sénégal et « Balai citoyen » au Burkina Faso, *Afrique et développement*, XLII (2) : 57-82

Valenzuela S, Arriagada A et Andrés Scherman (2014), Facebook, Twitter, and Youth Engagement: A Quasi-experimental Study of Social Media Use and Protest Behavior Using Propensity Score Matching, *International Journal of Communication*: 8 (2014) : 2046-2070

War Child (2015), Rapport de l’étude sur le chômage des jeunes au Kivu

Pour en savoir plus :

Contactez Dr. Paterne Murhula Batumike (UCB) : murhula.batumike@ucbukavu.ac.cd

Pour consulter les autres publications de recherche, visitez le site www.grip.org.

Ce projet collaboratif fait partie d’un vaste programme intitulé « Comprendre et surmonter l’exposition des jeunes à la violence, l’exclusion et l’injustice » financé par le Canada.



International Development Research Centre
Centre de recherches pour le développement international