

Réseaux socionumériques et campagnes électorales au Gabon

MARCY DELSIONE OVOUNDAGA

Docteur
GRESEC
Université Grenoble Alpes
France
marcyovoundaga@gmail.com



Le scénario des coupures des connexions internet, bloquant un accès aux réseaux sociaux durant les périodes électorales, est devenu très courant en Afrique subsaharienne. Plusieurs pays y ont eu recours ces dernières années. Ce fut notamment le cas au Congo Brazzaville et au Gabon (RFI : 2016) et tout récemment cette pratique fut utilisée au Cameroun et au Congo Kinshasa (2018). Si ces pratiques mettent en exergue la traditionnelle problématique des libertés fondamentales et de la liberté d'expression, il faudra également constater qu'elles démontrent les enjeux qui existent entre ces nouveaux espaces et l'activité politique. En effet, depuis les événements du printemps arabe de 2011, les réseaux sociaux numériques, en tête desquels Facebook, sont appréhendés comme des espaces d'expression citoyenne (M'rad : 2017). Ce statut d'espace public est à l'origine de sa consubstantialité avec le domaine politique. Les espaces sociaux numériques semblent devenir des espaces où se déroulent les campagnes politiques en général et les débats politiques en particulier. Dans la majorité des pays africains, le réseau social le plus usité est Facebook. L'impact de ce réseau social dans certains espaces sociaux suscite d'ailleurs plusieurs interrogations. Hatem M'Rad, s'appuyant sur la situation de la Tunisie,

**Pour citer cet article, to quote this article,
para citar este artigo :**

Marcy Delsione Ovoundaga, « Réseaux socionumériques et campagnes électorales au Gabon », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne, online], Vol 9, n° 1 - 2020, 15 juin - June 15 - 15 de junio.

URL : <http://www.surlejournalisme.com/rev>

s'est notamment posé la question de savoir si Facebook était un faiseur de politique ou un espace public ? (2017). Ce questionnement tire son essor de cette forme d'imposition de Facebook dans la société tunisienne comme un indéniable outil de participation politique et de militantisme. Il donne un rôle de catalyseur à Facebook dans le déroulement du jeu politique. Tout comme dans une perspective plus large, certains chercheurs considèrent que ce réseau social a favorisé « *l'élargissement de la notion de participation à des formes d'expression beaucoup moins exigeantes socialement et culturellement* » (Cardon : 2010 : 80). Car le plus souvent, dans des espaces traditionnels de débats comme la télévision, l'une des exigences semble être la compétence politique des invités vis-à-vis des sujets à débattre. Or, Facebook donne la possibilité à chaque acteur social de donner son point de vue. Ces notions d'élargissement d'expression et de participation citoyenne au débat sont très importantes pour les jeunes États africains où les ouvertures démocratiques de 1990 ont rapidement tourné en dérives autoritaires. Et l'avènement du pluralisme d'expression médiatique s'est soldé par un contrôle stratégique par les gouvernants (Manuel : 2011). Dans ces configurations, les réseaux sociaux numériques semblent agir comme des médias alternatifs dans lesquels s'effectue désormais le débat politique. Mais si ces réseaux sociaux participent pleinement à la liberté d'expression, à une meilleure diffusion et circulation de l'information, il faut constater qu'ils font passer ces États des contextes de rareté de l'information à des situations d'infobésité où les rumeurs et les *fake news* sont de plus en plus nombreuses. En traitant des *fake news*, nous entendons parler ici, au même titre que Walid Chaiehloudj, de cette diffusion des fausses informations qui circulent sur les réseaux sociaux (2018). Ces réseaux ont participé à l'avènement d'un journalisme citoyen¹ qui lui, émet des informations, opère des analyses qui sont le plus souvent portées sur le domaine politique.

Au Gabon, l'impact de ces réseaux sociaux numériques est de plus en plus grandissant. Ils mettent en scène un corps social très actif qui ne cesse de suivre, d'alimenter et de commenter les faits politiques internationaux mais surtout nationaux. Ainsi, durant chaque échéance électorale, aux débats classiques qui se déroulent dans les médias traditionnels se mêlent désormais ceux des médias alternatifs (Facebook, Twitter, WhatsApp...), qui sont le plus souvent dominés par des rumeurs et des *fake news* entachant, par là même, le travail du journaliste professionnel. C'est cet état de fait qui nous amène à traiter le sujet suivant : les réseaux sociaux du Web et les campagnes électorales au Gabon.

Cependant, comment pouvons-nous interpréter l'impact des réseaux sociaux numériques sur les processus électoraux d'une part, et sur l'écosystème de l'information au Gabon, d'autre part ? Autrement dit, les réseaux sociaux numériques, en tête desquels Facebook, en donnant naissance au journalisme citoyen, reconfigurent-ils réellement le champ médiatique gabonais ? Sinon, quelles en sont les conséquences pour le journaliste et pour le traitement de l'actualité politique en période électorale ?

Notre propos ici est d'apprécier comment les réseaux sociaux numériques ont donné naissance à un nouveau modèle de consommation de l'information en période électorale. Un modèle qui reste dominé par la passion de la rumeur ou « Kongossa »² au Gabon tendant ainsi à remettre en question le traitement objectif des faits d'actualité.

CADRE MÉTHODOLOGIQUE

S'investir dans le rapport entre médias alternatifs (Facebook, Twitter, WhatsApp...) et politique en Afrique subsaharienne, c'est en réalité tenter de cerner le rapport entre citoyen et information d'une part et celui entre rumeurs et vérités d'autre part. Si tendre vers la reconnaissance d'un espace public accessible à tous, nous amène à considérer les réseaux sociaux numériques comme des nouvelles technologies « démocratisantes » dans la lutte pour une société juste (Kiyindou : 2016), cet état de fait ne doit pas nous faire occulter les caractéristiques d'une société africaine marquée par l'art rumoral (Agbobl : 2016). Ce faisant, le terrain des réseaux sociaux devenant le lieu de publicisation par excellence des faits socio-politiques, n'est-il pas, par cette même occasion, l'endroit où la rumeur et les *fake news* cohabitent avec les stratégies des directoires de campagne politique ?

Au regard d'une société gabonaise où « *la rumeur devient une forme non conventionnelle d'action politique* » (Ondo : 2009 : 9) et au vu de la nouvelle place des réseaux sociaux en tant que caisse de résonance de la communication politique, l'un des défis ici est de cerner les enjeux sociétaux de ces réseaux dans la lutte politique et pour les professionnels de l'information. Dans ce travail, nous nous inscrivons donc dans cette droite ligne de l'appréhension des technologies et de leurs usages dans un contexte précis : l'élection politique. Ceci nous situe naturellement entre les tenants de la sociologie des usages (Proulx : 2015) et les approches qui donnent la primauté au monde de la technique (Miège : 2007 : 23).

Pour traiter ce sujet, nous avons mobilisé deux méthodes de cueillette des données en sciences humaines et sociales en général et en sciences de l'information et de la communication en particulier. Premièrement, nous avons réalisé une veille communicationnelle sur le groupe Facebook Infos Kinguéle (officiel)³. Celle-ci a eu pour ambition d'observer les posts émis dans cette plateforme en rapport avec l'activité politique en amont et en aval des élections législatives de 2018 au Gabon. Ainsi, en se basant sur la période allant de septembre à décembre 2018, nous avons pu collecter 200 publications traitant de l'activité politique en général et des élections législatives en particulier. Avec ces publications, nous avons effectué trois analyses de catégorisations des actualités. Une première analyse a croisé les posts émis sur la plateforme Infos-Kinguélé avec l'actualité politique nationale dans des médias officiels. La seconde a croisé ces posts avec l'actualité des personnalités politiques mises en cause. Il s'agit des faits et événements qui mettent en exergue ces acteurs politiques. Le troisième niveau d'analyse s'est attelé à déterminer le statut des news et d'apprécier la lecture des interactions des internautes. Cette catégorisation nous a permis de sélectionner deux *fake news* en rapport avec l'activité politique gabonaise en général et en lien avec les élections législatives en particulier. Il s'agit notamment des affaires juridico et politico-médiatiques qui sont stratégiquement mises à l'actif du président Ali Bongo Ondimba (poursuites judiciaires des opposants politiques et sponsors de la supposée venue du célèbre footballeur français Kylian Mbappé).

Dans un second temps, nous avons croisé cette observation avec une série de dix entretiens semi-directifs que nous avons menés auprès de certains journalistes et hommes de médias gabonais⁴. Ces entretiens ont permis de recueillir leurs perceptions des réseaux sociaux numériques et du journalisme citoyen d'une part, et d'apprécier leurs avis sur les élections politiques et la floraison des *fake news* dans les médias alternatifs d'autre part.

DES MÉDIAS CLASSIQUES AUX RÉSEAUX SOCIAUX NUMÉRIQUES

Dans certains pays africains, l'expérience des médias classiques s'est faite sous l'initiative des pouvoirs publics. Au Gabon, de leur naissance en 1959 à leur libération en 1990, ils ont évolué sous un régime de monopole. Malgré la libération opérée en 1990 et la création des médias privés, le paysage médiatique gabonais peine toujours à jouer le rôle d'un espace public libre et accessible à

tous. Alors que les médias publics sont embrigadés sous le joug des considérations politiques car longtemps appréhendés comme des enjeux de pouvoir (Tudesq : 1998 : 84), les médias privés n'arrivent pas à gagner en pérennité à cause des censures et autres contrôles politiques. Un tel état de fait a contribué à la popularité des espaces où le citoyen retrouve la liberté de l'information. Dans un État marqué par la rumeur ou le « Kongossa », lorsque le corps social est privé d'informations réelles ou fiables, il en invente ou il exploite tous les faits possibles qui pourraient concourir à la manifestation de la vérité.

Au Gabon, les médias et les journalistes ont toujours eu le monopole sur la définition de l'agenda public. Ils ont été responsables de la production de l'information et de sa diffusion à l'échelle nationale. Cette tâche permettait aux autorités politiques d'avoir une place de choix dans la production de la matière informative, ceci notamment avec le contrôle stratégique sur les principaux lieux de communication (presse, radio et télévision). Mais l'avènement d'internet et des réseaux sociaux numériques a permis l'émergence d'une nouvelle sphère de communication. Celle-ci, en mettant le citoyen au centre de son fonctionnement, a entraîné la perte du monopole médiatique et journalistique dans le traitement des faits d'actualité. En effet, le travail effectué par les médias gabonais a longtemps été décrié par les citoyens. Ces derniers trouvent que l'information diffusée, le plus souvent politisée, ne reflète pas la réalité. Cela a d'ailleurs valu l'attribution de l'acronyme « RTPDG » (Radio Télévision du Parti Démocratique Gabonais)⁵ à la Radiodiffusion Télévision Gabonaise (RTG). Les dénonciations sur le manque d'indépendance des médias se sont généralisées. Car les liens entre Hommes politiques et médias sont très perceptibles (les acteurs politiques sont propriétaires de maisons de presse, de télévisions ou de radios privés). D'ailleurs, dans une enquête sur l'accès des acteurs politiques à la tribune du journal télévisé de Gabon Télévision réalisée en 2014, les chiffres ont montré que celle-ci faisait la part belle aux acteurs politiques du parti au pouvoir, PDG, alors que les acteurs politiques de l'opposition sont quasi inexistantes (Ovoundaga, 2017). Le tableau ci-dessous expose mieux cette réalité.

LES INVITÉS POLITIQUES SUR LE PLATEAU DU JT

Dans le schéma ci-dessus, on fait la constatation que la tribune du journal télévisé de la télévision publique est presque monocolore. Car elle donne plus de visibilité aux leaders politiques du parti au pouvoir (Parti Démocratique Gabonais). C'est

assurément cette tendance qui donne de la vitalité aux espaces publics oppositionnels au sens que le développe Oscar Negt (2007). C'est dans cette perspective que les tribunes d'expression offertes par le web ont gagné du terrain auprès des leaders d'opinions et des masses populaires. Ne dit-on pas que « *le cyberspace est devenu un champ de bataille sur lequel les États et les citoyens se battent pour déterminer les règles qui les régissent* » (Manrique : 2011).

Dans le champ social gabonais, l'espace numérique met désormais en scène un citoyen qui s'informe et qui informe également à son tour. Il agit dorénavant comme un contrepoids à la parole du pouvoir politique (Kiyindou : 2016). Ainsi, avec l'arrivée du réseau social Facebook, il se développe un nouveau rapport du citoyen à l'information. Cette popularité de Facebook au Gabon est liée à la combinaison de plusieurs facteurs. En premier, il y a lieu de citer la généralisation d'Internet et de la téléphonie mobile : le taux de pénétration d'internet mobile s'est chiffré à 114,05% au troisième trimestre 2019⁶. L'internet mobile facilite l'accès aux réseaux sociaux comme WhatsApp, Twitter et Facebook. Le second facteur est socio-technique. Il est surtout marqué par la part active de la population jeune dans la popularité de ces plateformes numériques. Le citoyen n'est plus simple consommateur, il devient également producteur des informations dans cette « plateforme qu'il considère comme une vitrine politique et sociale » (Ovoundaga : 2018). L'activité de diffuser des informations sur un compte, de les mettre en ligne sur une page, de développer des interactions, donnerait aux citoyens le statut de « journalisme citoyen ». Tout comme pour les internautes tunisiens en 2011 où les informations étaient tournées vers le domaine politique (M'Rad : 2017 : 23), ce nouveau rapport à l'information est essentiellement axé sur l'activité politique. Bien qu'il expose, en toile de fond, la problématique du militantisme en ligne, il semble également faire fonctionner le couple communication et démocratie en exposant les facettes d'un citoyen gabonais en quête de justice sociale et d'État de droit.

DE LA VITALITÉ DU « KONGOSSA » EN PÉRIODE ÉLECTORALE

L'avènement du journalisme citoyen sur Facebook et sa focalisation sur l'activité politique n'est pas sans conséquence pour le champ médiatique et l'activité électorale. Si cette participation active du citoyen dans la circulation de l'infor-

mation est salubre pour la liberté d'expression, elle expose néanmoins la société gabonaise à quelques dangers. Ces derniers peuvent bien s'expliquer par la prégnance de la rumeur dans les sociétés africaines. En effet, depuis l'arrivée des réseaux sociaux, de nombreux chercheurs africains font état de la diffusion des contenus issus de la doxa populaire, qu'ils expliquent à travers le déploiement d'un art rumorale pour rendre compte de la manière dont la rumeur intervient dans le jeu politique (Agboblí : 2016). Au Gabon, on explique ce phénomène sous le terme du « Kongossa ».

Ce phénomène, loin d'être uniquement de la doxa, a reçu une légitimité politique notamment avec cette phrase de l'ex président Bongo (1967-2009) : « *le Gabon est comme une maison de verre où tout se sait* » et le plus souvent « *la bonne information, c'est la rumeur* » (Ondo : 2009 : 75), l'information et la communication étant de véritables vecteurs de pouvoirs (Compiègne : 2011 : 45), cette assertion rend légitime le « Kongossa » politique. Ce faisant, dans le contexte socio-politique gabonais, le « Kongossa » est devenu à chaque échéance électorale :

« *un moyen d'affrontement entre les membres de la classe politique. Il cesse d'être l'apanage des masses populaires pour devenir une trame commune aux imaginaires partagés par la classe politique et la population* » (Ondo : 2009 : 78).

Il est dès lors devenu une forme de participation et de stratégie politique. En campagne électorale, il joue donc sur les éloges, la satire ou encore il peut verser dans la dérision. Mais des « Kongossa » sont surtout lancés dans le but de discréditer certains concurrents politiques. Ce cas de figure peut s'illustrer par cette affaire sur la situation administrative et/ou la nationalité du président Ali Bongo Ondimba qui a défrayé la chronique sur les réseaux sociaux avant les élections présidentielles de 2016. Faisant suite à un ouvrage de l'essayiste français Pierre Péan⁷, la toile gabonaise n'a pas cessé de verser dans la diffusion de la rumeur selon laquelle Ali Bongo serait un orphelin de guerre du Biafra (sud-est du Nigeria) et aurait été adopté par Omar Bongo et son ex-épouse la chanteuse Patience Dabany (Jeune Afrique : 2016).

De notre veille communicationnelle effectuée sur le groupe Facebook Infos Kingué (officiel), durant la période des élections législatives 2018, il ressort que plusieurs rumeurs ont été émises stratégiquement pour alimenter le débat public. Cela

se vérifie à travers des versions parallèles aux versions officielles qui sont livrées sur certains faits par des acteurs politiques de l'opposition ou au pouvoir : « *Après Jean Ping, Ali Bongo s'attaque désormais à Jean François Ntoutoume Émane avant peut-être Jean Eyeghe Ndong et qui sais-je encore ?* » (Extrait Facebook Infos Kinguéle : 2018). Ici, les citoyens mettent en cause le leader de la majorité républicaine (Ali Bongo Ondimba) pour une affaire judiciaire qu'il tente de tourner en coup politique⁸. Il y a également dans ce contexte électoral, une façon de mettre les autorités au pouvoir face à leur bilan en les rattachant sciemment à tous les faits sociaux : « *ils disent que c'est Ali Bongo qui les a envoyés pour venir me casser la maison demain* » (Extrait Facebook Infos Kinguéle : 2018). Telle est la réaction d'un internaute suite à l'interpellation de Jean Eyeghe Ndong par les forces de l'ordre. Parfois, le citoyen tente de tourner en dérision le pouvoir en place en véhiculant sur la toile des « kongossa » qui tendent à discréditer les dirigeants au pouvoir : « *Kylian Mbappé⁹ à Libreville en septembre, Ali Bongo recommence avec ses gamineries* » (Extrait Facebook Infos Kinguéle : 2018).

Le « Kongossa » politique devient vital sur les réseaux sociaux en période électorale parce qu'il s'associe désormais aux stratégies des partis politiques. Il se présente comme l'outil efficace d'influence de l'opinion. De notre observation, il ressort que les informations mises en ligne sur la page Infos Kinguéle visent à mettre en avant la discorde dans les camps politiques adverses : « *Cafouillage au PDG avant les Législatives* » ; « *RHM : Où est passé Issani Bouanga ?* » ; « *Séraphin Ndaot roulé dans la farine par ses alliés PDGistes* » (Extrait Facebook Infos Kinguéle : 2018). Mieux encore, avec les réseaux sociaux numériques, certains internautes ont la possibilité de réaliser des montages vidéo ou photo pour rapidement attiser des polémiques sur leurs adversaires politiques. Cela est le cas de la photo ci-dessous diffusée dans le groupe Infos Kinguéle durant les législatives de 2018 au Gabon. Dans cette image, on voit une voiture de campagne d'un membre du gouvernement qui est accusé d'utiliser du matériel de fonction pour des fins politiques. Elle est illustrative du « Kongossa » car aucun élément ne peut prouver que c'est un véhicule de fonction.

En somme, nous retenons que le contexte électoral au Gabon met en scène un « Kongossa » politique qui n'est pas uniquement l'apanage du citoyen lambda mais avec lequel ce dernier est devenu un producteur de la matière informative. Il est dorénavant un journaliste citoyen qui se confond réellement avec le militant en ligne. Ce

« Kongossa » peut également être le fait des partis politiques. Ainsi, entre faits réels, détournements et inventions d'actualités, le « Kongossa » politique apparaît comme une stratégie politique dans un environnement où la rumeur est une caractéristique sociale.

Illustration du «Kongossa » politique en ligne



Source : Extrait Facebook Infos Kinguéle 2018

JOURNALISME CITOYEN EN LIGNE ET LES JOURNALISTES PROFESSIONNELS

Dans un contexte national où la place du citoyen dans l'information a longtemps été biaisée, les réseaux sociaux numériques et la libéralisation de l'expression qu'ils ont drainés, ne peuvent pas être considérés uniquement comme des espaces de liberté. Le journalisme citoyen sur Facebook masque les dangers qu'il présente pour le champ médiatique en général et pour les espaces sociaux dans lesquels il s'exerce. En effet, il s'avère que ce journalisme citoyen en ligne se transforme en une course effrénée vers les fausses nouvelles et les polémiques de tout genre. Certains auteurs ne mettent-ils pas en évidence des techniques d'influence de l'opinion offertes par ces réseaux et leur utilisation par des esprits malintentionnés (Faillet : 2018 : 11). Car s'il faut saluer les avantages offerts au corps social dans la production de l'information et la mobilisation des masses, il serait également judicieux de constater les dérives occasionnées dans ces exercices surtout en période électorale. Certains auteurs avancent l'idée selon laquelle le web et les réseaux sociaux ont basculé le monde

dans une ère de post-vérité dans laquelle les faits objectifs ont moins d'influence pour modeler l'opinion publique que les appels à l'émotion et aux opinions personnelles (Faillet : 2018 : 13). D'aucuns se sont même très tôt alarmés en disant que l'arrivée du journalisme citoyen ou du journalisme participatif pourrait ainsi conduire à la disparition du journalisme professionnel (Etienne : 2007 : 206).

C'est au regard de ces dangers que les journalistes professionnels gabonais¹⁰, comme les journalistes de différents pays dans le monde, restent partagés quant à cette forme de journalisme. Au Gabon, c'est donc un sentiment d'inquiétude qui traverse le champ médiatique et les journalistes professionnels. En effet, de l'ensemble des journalistes gabonais que nous avons interrogés, il ressort qu'ils vivent péniblement cette intrusion du citoyen dans la production et la diffusion de l'information.

Par exemple, bien que le « kongossa » soit une stratégie politique et que cette pratique s'opère sur l'exploitation des failles des adversaires, il y a une autre pratique du journalisme citoyen qui tend à diffuser des contenus nuisibles pour le vivre ensemble. Ce fut le cas durant les élections présidentielles de 2009 où certains slogans politiques en ligne disaient « *Tout Sauf un fang* »¹¹ (Debain : 2009 : 33). Ce slogan politique, longuement repris et partagé par certains internautes, tendait à remettre en cause la légitimité d'un acteur politique à tenir les rênes du pays en faisant appel au vote ethnique. Ce genre de *fake news* qui met en scène le repli identitaire est dangereux. Il sème le trouble dans un climat politique tendu. Il peut avoir des répercussions énormes pour un corps social qui recherche toujours son unité politique et son intégration nationale depuis 1960.

Bien sûr, l'ensemble des avis des journalistes salue les prouesses techniques d'Internet pour la liberté de l'information mais ils ne cessent de souligner les dangers occasionnés dans le traitement de la matière informative. L'extrait d'entretien ci-dessous résume au mieux leurs opinions :

« *les réseaux sociaux numériques ont permis aux citoyens de faire une large diffusion de l'information. Mais ils ont également entraîné la prolifération des fake news et surtout un traitement de l'information qui ne respecte pas les règles* » (J3).

Si certains journalistes interrogés ont tenu à souligner qu'« *on ne peut dissocier internet du journalisme citoyen* » (J5), d'autres par contre s'interrogent autour des risques encourus pour

le journaliste professionnel « *qui se sent noyé dans sa profession* » (J1&J2). En période électorale, il se pose, pour eux, le problème de crédibilité et de légitimité dans le traitement des faits. Car les journalistes travaillant dans les médias publics sont accusés d'être à la solde du pouvoir et ceux exerçant au privé sont accusés d'être de connivence avec des personnalités politiques. Ce faisant, les professionnels constatent qu'ils ont du mal à faire écho dans de telles circonstances vu que le corps social préfère désormais des discours parallèles et surtout ceux émanant des réseaux sociaux du web. Il en découle donc que « *tout ce qui est dit sur les réseaux sociaux est plus pris en compte* » (J4,6 et 7).

De plus, dans le traitement des informations, le travail du journalisme citoyen en ligne semble mettre en lumière la problématique de la source fiable. Les journalistes évoquent ce problème en se posant la question suivante :

« *quelle est la valeur de l'information du journaliste professionnel en période électorale lorsque les proches d'un candidat en relayant l'information en ligne brandissent l'argument de source sûre au nom de cette proximité ?* » (J1, 2, 8, 9 et 10).

Selon eux, il s'opère là, une crise de légitimité qui puise son fondement dans le rapport à la vérité du corps social gabonais qui, depuis la diffusion de l'information en ligne, tend à remettre en cause le travail objectif effectué par les professionnels en lieu et place des vues partisans. Il faut également noter que les considérations partisans qui pèsent sur la corporation des journalistes professionnels n'ont pas aidé à améliorer les choses, tout comme le contexte socio-politique qui prône le changement n'a fait que renforcer l'hostilité à l'égard des médias officiels et de leurs journalistes.

En somme, nous retenons que les journalistes professionnels gabonais dénoncent non seulement les effets induits par l'environnement socio-politique (la non croyance aux médias officiels) mais également une forme d'accoutumance du corps social aux formats de présentation des faits et événements dans les réseaux sociaux en général et par le journaliste citoyen en particulier. Cette situation tend à populariser le « kongossa » politique dans un contexte où les dénonciations et le contrepoids au pouvoir en place sont appréciés. Ces critiques semblent rejoindre les observations faites par Yannick Etienne sur les fonctions du journalisme exploitées par les citoyens : « *porte-voix des sans voix* » et « *des gens en lutte* » en laissant de côté les rôles de « *pédagogues et de filtres intermédiaires* » (2007 : 206).

CONCLUSION

Au terme de notre analyse, nous disons que l'avènement des réseaux sociaux numériques au Gabon met en exergue la problématique des usages des nouvelles technologies de l'information et de la communication. Ces réseaux ont bouleversé le fonctionnement du champ médiatique gabonais et ont transformé les modes de consommation de l'information du citoyen. Désormais, le citoyen n'est plus un consommateur passif, il devient un acteur dans la production de la matière informative. En réalité, ces réseaux ont fait émerger un nouveau rapport du citoyen à l'information qui s'est peu à peu transformé en journalisme citoyen. Si cet apport technique a rimé avec la liberté d'expression et son ouverture au grand nombre, il reste que les

contenus diffusés ne cessent de révéler les usages transgressifs du web : prolifération des rumeurs, des *fake news*, intox et autres pratiques en rapport surtout avec le champ politique. Dans un corps social où la rumeur est une donnée sociologique, l'espace du Web est devenu un champ de lutte politique. Ainsi, en période électorale, le « kongossa » politique s'est affirmé comme mode de participation du citoyen en ligne en mêlant rumeurs et stratégies des partis politique. Mais ce nouveau cadre informationnel pose problème aux journalistes professionnels gabonais. Ils dénoncent les dangers de cette forme de journalisme qui se confond non seulement avec du militantisme mais s'accompagne aussi de la montée en puissance des *fake news*.

Réception de l'article le 15 février 2019

Acceptation le 18 février 2020

NOTES

^{1.} Selon Yannick Etienne (2007 : 311), le journalisme citoyen tire son essor du lets do it yourself journalism, s'alimentant ainsi de la croyance dans les apports des NTIC à la vie démocratique, croyance qui ne cesse d'être renforcée par le processus continu d'innovation technique. Pour Etienne, journalisme collaboratif, journalisme participatif ou journalisme citoyen, ces expressions désignent bien souvent le même phénomène : l'association jugée féconde des journalistes avec les contributeurs occasionnels et simples lecteurs, ou un glissement subreptice vers une conception du journalisme dans laquelle les journalistes professionnels ne sont plus nécessaires.

^{2.} Le «Kongossa» tire son essor de la place de la rumeur dans la société gabonaise. Selon Placide Ondo, il est né des rumeurs qui se disent dans la rue pour accompagner les salutations. Il sert de support de marchandage au marché, circule à la maison dans les conversations familiales ou au travail pour commenter les actes et décisions des dirigeants. Cet échange d'informations est nommé «Kongossa» (Ondo : 2009 : 75).

^{3.} Le groupe Facebook Infos Kinguéle est un groupe public qui permet à tous ses adhérents de publier et de commenter les faits d'actualité politique, économique et social. Il compte plus de 350.000 membres. Il donne donc à chaque internaute gabonais un pouvoir de production et de diffusion de l'information. Lien : <https://www.facebook.com/groups/infoskinguele/>

^{4.} Pour cette étude, nous nous sommes entretenus avec dix journalistes gabonais exerçant dans des médias publics et privés et surtout étant usagers des réseaux sociaux et de Facebook en particulier. Le choix a été fait principalement sur les critères de journaliste et usager de Facebook. Nous avons ainsi sélectionné ceux qui traitent souvent l'actualité sur Facebook et qui sont très populaires. Pour rester sur le principe d'anonymat, nous présenterons leurs propos dans le corps de texte avec les codes J1, J2, J3, J4, J5, etc. Il faut noter qu'il est très difficile d'avoir des professionnels qui acceptent des entrevues quand bien même il s'agit des professionnels des médias. Ceci rend la recherche scientifique complexe en contexte gabonais.

^{5.} PDG (Parti Démocratique Gabonais) est un parti politique fondé en 1968 par Omar Bongo Ondimba (1935-2009). C'est le parti au pouvoir depuis sa création et il est actuellement géré par Ali Bongo Ondimba, fils du fondateur et président de la république Gabonaise depuis 2009.

^{6.} Les taux de pénétration sont calculés sur la base d'une population de 1 802 728 habitants conformément à la Décision n° 291/CC du 26 novembre 2014 de la Cour Constitutionnelle, relative à la requête du Premier Ministre aux fins d'homologation des résultats du Recensement général de la Population et des logements 2013. (Autorités de Régulations des communi-

cations électroniques et des postes fournissent un tableau de bord semestriel du marché d'internet au Gabon en s'appuyant sur les différents opérateurs et en mesurant le taux de pénétration d'internet par abonnés. ARCEP, Marché de l'Internet au Gabon, 3e trimestre 2019, lien <https://www.arcep.ga/documents/Internet2019-T3.pdf>)

^{7.} Pierre Péan, auteur français, dans son ouvrage intitulé, Nouvelles Affaires Africaines : Mensonges et pillages, paru en 2014 aux éditions Fayard, fait une analyse sur l'accession au pouvoir d'Ali Bongo Ondimba en 2009. Il émet l'hypothèse d'une élection truquée avec la complicité de Paris. Il analyse sa gestion politico-administrative de l'État en parlant de détournement de fonds publics, de « biens mal acquis » et d'assassinats. Le point focal dans son ouvrage est la question sur la filiation d'Ali Bongo Ondimba, en se rapportant à plusieurs témoignages et rumeurs recueillis au sein de la famille Bongo et de ses amis. Il stipule qu'Ali Bongo serait le fils adoptif d'Albert Bongo Ondimba et de Patience Dabany née Kama Joséphine. Ce problème de filiation fut rapidement porté par les leaders de l'opposition gabonaise car la constitution gabonaise interdit à un fils adoptif de briguer la fonction présidentielle, donc cela conduirait à l'impossibilité pour Ali Bongo Ondimba d'être président et de se présenter à l'élection présidentielle de 2016. Cette actualité a été marquée par une grosse vague de mouvements d'humeurs à Libreville et surtout sur les réseaux sociaux numériques.

^{8.} Jean Eyeghe Ndong, actuellement opposant politique à Ali Bongo Ondimba, était premier ministre du gouvernement de Bongo Ondimba père en 2008 et ministre délégué aux finances chargé de la privatisation en 2007. Il est cité dans une malversation financière en 2018 au sujet de la privatisation de la Société d'Eau et d'Energie du Gabon (SEEG). Pour les internautes, ces accusations sont fallacieusement montées par Ali Bongo pour arrêter ses opposants politiques.

^{9.} Kylian Mbappé est le célèbre jeune joueur de football français champion de la coupe du monde 2018.

^{10.} Une étude réalisée par l'UNESCO en 2014 a révélé que 80% de journalistes qui exercent dans les principaux médias du Gabon n'ont pas une formation en journalisme. Il y a donc environ 20% de journalistes professionnels dans l'ensemble des rédactions des médias que compte le pays. Sur l'ensemble, on peut totaliser environ 500 journalistes au pays (UNESCO 2014)

^{11.} Le Gabon compte plus d'une cinquantaine de groupes ethnolinguistiques parmi lesquels on retrouve la communauté Fang, majoritaire, et que l'on trouve également au Cameroun et en Guinée Equatoriale.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Agboblé C, 2016, « Démocratie, communication et changement en Afrique subsaharienne francophone », *REFSICOM DOSSIER : Communication et changement*. Lien: <http://www.refsicom.org/135>
- Autorités de Régulation des Communications Électronique et des Postes (ARCEP), 2019, « Marché de l'Internet au Gabon », ARCEP. Lien <https://www.arcep.ga/documents/Internet2019-T3.pdf>
- Assala Boyomo C et Mbede E, 2013, *Étude sur le développement des médias au Gabon : basée sur les indicateurs de développement des médias de l'UNESCO*, Paris, UNESCO.
- Bernault F et Tonda J, 2009, « Le Gabon : une dystopie tropicale », in *Revue Politique Africaine* n° 115, pp.7-27.
- Cardon D, 2010, *La démocratie Internet*, Paris, Promesses et limites, Seuil, coll.
- Compiègne I, 2011, *La société numérique en question(s)*, Paris, Editions Sciences humaines.
- Chaiehloudj W, 2018, « Fake news et droit de la concurrence : réflexions au prisme des cas Facebook et Google », *Revue internationale de droit économique*, pp. 17-40.
- Debain M, 2009, « Chronique d'une victoire assurée. Retour sur la campagne présidentielle de 2009 au Gabon », in *Revue politique africaine*, n° 115, pp. 27-47.
- Estienne Y, 2007, *le journaliste après Internet*, Paris, L'Harmattan.
- Faillet C, 2018, *Décoder l'Info : comment décrypter les fake news*, Paris, Editions Bréal.
- Jeune Afrique, 2016, « la nationalité d'Ali Bongo mise en doute » Lien <https://www.jeuneafrique.com/158242/politique/pr-sidentielle-la-nationalit-d-ali-bongo-mise-en-doute/>
- Kiyindou A, 2016, « Technologies de l'information et de la communication, développement et démocratie en Afrique », *REFSICOM : Communication et changement*, Lien: <http://www.refsicom.org/129>
- M'rad H (dir), 2017, *Facebook en Tunisie : faiseur de politique ou espace public ?*, Tunis, la Konrad Adenauer Stiftung (KAS).
- Manrique Manuel, « Réseaux sociaux et médias d'information », *Confluences Méditerranée*, 2011/4 (N° 79), p. 81-92. DOI: 10.3917/come.079.0081. URL : <https://www.cairn.info/revue-confluences-mediterranee-2011-4-page-81.htm>
- Mejri K, 2017, « Facebook : quel espace public ? », in M'rad H (dir), *Facebook en Tunisie : faiseur de politique ou espace public ?*, Tunis, la Konrad Adenauer Stiftung (KAS).
- Miège B, 1997, *La société conquise par la communication, tome 2 : la communication entre l'industrie et l'espace public*, Grenoble, PUG.
- Negt O, 2007, *L'espace public oppositionnel*, Payot, Paris.
- Ondo P, 2009, « Le Kongossa politique ou la passion de la rumeur à Libreville : un mode de participation politique » in *politique africaine*, N° 115.
- Ovoundaga M, 2018, « Les réseaux sociaux du web et les nouvelles formes d'engagement politique au Gabon : le cas de Facebook », in *French Journal for Media Research*, Lien : <http://frenchjournalformediaresearch.com/lodel/index.php?id=1678>.
- Ovoundaga M, 2017, *La télévision publique Gabonaise et les enjeux de construction d'une communauté nationale de 1963 à 2014*, Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, Université Grenoble Alpes.
- Proulx S, 2015, « La sociologie des usages, et après ? », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, N°6.
- Tudesq A, 1998, *L'espoir et l'illusion : actions positives et effets pervers des médias en Afrique subsaharienne*, Paris, Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine.



Réseaux socionumériques et campagnes électorales au Gabon

Online Social Networks and Election Campaigns in Gabon

As redes sociais na web e as campanhas eleitorais no Gabão

Fr. En Afrique en général et au Gabon en particulier, les réseaux sociaux numériques du Web ont participé à l'émergence des espaces publics oppositionnels. Ces nouveaux espaces semblent s'imposer comme des lieux d'expression de la citoyenneté démocratique. Car ils facilitent la production et la circulation de l'information, et ils permettent la liberté d'expression. Dans plusieurs Etats africains, ils ont redéfini les relations et les contrats d'informations entre gouvernants et gouvernés en laissant apparaître désormais des formes d'horizontalités des rapports. Ils semblent avoir donné plus de vitalité au regard citoyen sur la gestion de la chose publique. Ces réseaux sociaux numériques, en tête desquels Facebook, ont permis aux citoyens d'être acteurs dans la production de la matière informative en faisant d'eux des journalistes citoyens. Un exercice de l'activité journalistique qui n'est pas sans conséquence pour le champ médiatique. Dans cet article, nous analysons les impacts de ce journalisme citoyen dans le champ médiatique gabonais avec la montée en puissance des fake news et le problème de crédibilité qu'il pose aux journalistes d'une part. Puis, nous traitons, d'autre part, des modes de consommation de l'information en période électorale dans cet environnement numérique gabonais qui reste marqué par la prégnance de la rumeur. Deux facteurs restent déterminants dans ces nouvelles configurations sociales et politiques. D'abord, la place du citoyen dans le débat politique. Ensuite, son intronisation dans les champs de la communication et de l'information en général et dans l'espace médiatique en particulier. Pour mener cette étude, nous nous sommes appuyés sur une série d'entretiens semi-directifs réalisée auprès des journalistes et des leaders d'opinion. Et nous avons effectué une veille communicationnelle sur la page Facebook Infos Kinguéle en amont et en aval des élections législatives de 2018.

Mots-clés : réseaux-sociaux, communication, élection, journalisme, Gabon

En. In Africa in general, and in Gabon in particular, online social networks have contributed to the emergence of oppositional public spaces. These new spaces appear to be establishing themselves as places for the expression of democratic citizenship in that they facilitate the production and circulation of information and allow freedom of expression. In several African states, they have redefined relations and information agreements between governments and citizens and allow forms of horizontal relations to emerge. They seem to have given more vitality to citizens' views on the management of public affairs. These online social networks, led by Facebook, have enabled citizens to be actors in the production of news by giving them the forum to act as citizen journalists. This exercise of journalistic activity is not without consequences for the field of media. In this article, we analyze the impacts of this citizen journalism on Gabonese media with the rise of fake news and the credibility problem it poses for journalists. We also discuss the modalities of news consumption within this Gabonese online environment during the election period, which exhibited a marked prevalence of rumor propagation. Two factors are key in this new social and political configuration: first, the citizen's place in the political debate, and second, its effect on the fields of communication and news in general, and on the media space in particular. To carry out this study, we conducted a series of semi-structured interviews with journalists and opinion leaders and undertook a communication watch on the Facebook page "Infos Kinguéle" before and after the legislative elections of 2018.

Keywords: social networks, communication, elections, journalism, Gabon

Pt. Na África em geral, e no Gabão em particular, as redes sociais digitais da Web têm contribuído para a emergência de espaços públicos polarizados. Esses novos espaços parecem estar se estabelecendo como lugares de expressão da cidadania democrática, pois facilitam a produção e a circulação de informações, e permitem a liberdade de expressão. Em vários estados africanos, redefiniram as relações e contratos de informação entre governantes e governados, e agora permitem o surgimento de formas de horizontalidade das relações. Eles parecem ter dado mais vitalidade ao olhar cidadão sobre a gestão da coisa pública. Essas redes sociais digitais, lideradas pelo Facebook, têm permitido aos cidadãos serem atores na produção da matéria informativa, transformando-os em jornalistas cidadãos, um exercício da atividade jornalística não isento de consequências para o campo da mídia. Nesse artigo, analisamos, por um lado, os impactos desse jornalismo cidadão no campo da mídia gabonesa com o surgimento de fake news e o problema de credibilidade que ele representa para os jornalistas. Em seguida, discutimos, por outro lado, os modos de consumo da informação durante o período eleitoral nesse ambiente digital gabonês que permanece marcado pela prevalência de boatos. Dois fatores continuam sendo decisivos nessas novas configurações sociais e políticas. Primeiro, o lugar do cidadão no debate político. Depois, sua entronização nos campos da comunicação e da informação em geral e no espaço midiático em particular. Para conduzir esse estudo, partimos de uma série de entrevistas semiabertas com jornalistas e formadores de opinião. Além disso, realizamos um monitoramento da página do Facebook Infos Kinguéle antes e depois das eleições legislativas de 2018.

Palavras-chave: redes sociais, comunicação, eleição, jornalismo, Gabão

