

Essai de radioscopie de la webosphère congolaise

Casimir ILUNGA KASAMBAYI¹

ilungakasambay@gmail.com

Hugues-Jérôme MUMBANZA KOLO²

mumbanzahuguesjrme@gmail.com

Résumé

En ce XXI^{ème} siècle, la place incontournable de l'internet n'est plus à démontrer. Cependant, depuis son introduction en R.D. Congo, quel en est le taux de pénétration et quelles en sont les utilisations efficaces ? Les sites web de la R.D. Congo sont-ils dynamiques ?

Nous nous proposons, dans cet article, d'établir la radioscopie de la webographie congolaise. A cet effet, nous passons en revue les différents sites web par catégories, avec leurs contenus thématiques.

Mots clés : Internet, sites web, radioscopie, grille d'interprétation, webographie.

Introduction

« Ne pas être connecté à Internet, ou l'être superficiellement, c'est se faire marginaliser dans le système planétaire en réseau. Se développer sans internet aujourd'hui, ce serait comme s'industrialiser sans électricité hier. C'est pourquoi les différentes déclarations qui préconisent de commencer par les « vrais problèmes du tiers-monde » - c'est-à-dire la santé, l'éducation, l'eau, l'électricité, etc., avant d'en venir à Internet traduisent une incompréhension des problèmes actuels du développement ».³

Dans ce contexte, notre problématique porte sur les interrogations suivantes : Quelle est l'importance de l'Internet ? Quels sont les nouveaux champs d'application et de communication d'Internet dans la compréhension des problèmes de développement pour les usagers ? Quel est l'historique de l'implantation de l'Internet en RD Congo ? Quelles sont les nouvelles réalités de l'internet aujourd'hui et comment l'utiliser de manière efficace ?

□ Quelle est l'importance de l'internet et quels sont ses nouveaux champs d'application et de communication pour les usagers ?

L'Internet a révolutionné le monde des ordinateurs et des communications comme rien d'autre auparavant. L'invention du télégraphe, du téléphone, de la radio et de l'ordinateur a ouvert la voie à cette intégration de capacités sans précédent. A cet effet, l'Internet couvre un champs d'application qui est à la fois une capacité de diffusion dans le monde entier, un mécanisme de distribution de l'information et un moyen de collaboration et d'interaction entre les individus et leurs ordinateurs, peu importe l'emplacement géographique.

Il représente ainsi l'un des exemples les plus réussis des avantages de l'investissement et de l'engagement soutenus dans la recherche et le développement de l'infrastructure informatique.

Dès les premières recherches sur la commutation par paquets, les gouvernements, les industries et les universités dans le monde ont été partenaires dans l'évolution et le déploiement de cette nouvelle technologie passionnante qu'est l'Internet.

Aujourd'hui, les termes tels que « bleiner@computer.org » et « <http://www.acm.org> » n'ont plus de secret pour quiconque¹.

¹ Professeur à l'Université de Kinshasa (Département des Sciences de l'Information et de la Communication).

² Collaborateur scientifique et Doctorant en Sciences de l'Information et de la communication de l'Université de Kinshasa.

³ Martial Pépin MAKANGA BALA, « *Le Gabon et la question de la société de l'information. Approche spatiale des réseaux et des enjeux géopolitiques des technologies de la communication* », Thèse de Doctorat, Université Michel de Montaigne-Bordeaux III, février 2010, p 1.

De ce qui précède, pour pouvoir bien comprendre le pourquoi d'« *un essai de radioscopie de la webosphère congolaise* », il est nécessaire de donner un bref aperçu de l'histoire de l'Internet et de ses infrastructures de télécommunications dans le monde et en Afrique noire francophone. De ce fait, avant d'entrer en profondeur dans l'histoire de l'Internet dans le monde, nous allons tout d'abord définir ce qu'on appelle « Internet ».

□ Quelle est la définition de l'Internet ?

L'Internet désigne le système d'information mondial qui :

- (i) est relié logiquement par un espace d'adressage unique au monde basé sur « *le protocole Internet* » (IP) ou ses extensions/suivis ultérieurs ;
- (ii) est capable de soutenir les communications utilisant la suite de protocoles « *Transmission Control Protocol/Internet Protocol* » (TCP/IP) ou ses extensions/suivis ultérieurs, et/ou d'autres protocoles compatibles IP ; et
- (iii) fournit, utilise ou rend accessible, publiquement ou en privé, des services de haut niveau basés sur les communications.⁴

Après avoir défini l'Internet, nous allons maintenant dans les lignes qui suivent nous interroger sur l'histoire et le taux de pénétration de l'Internet en R.D. Congo.

1. L'histoire de l'Internet en République Démocratique du Congo (RDC)⁵

L'étroitesse du parc informatique, l'insuffisance de la formation en Informatique, la faiblesse du pouvoir d'achat des Congolais et le réseau filaire défaillant ont constitué l'environnement dans lequel s'est introduit l'Internet en République Démocratique du Congo grâce à l'initiative privée des « Providers » ou Fournisseurs d'accès Internet « FAI ».

En effet, la technologie Internet a pénétré le sol congolais depuis 1995. C'est seulement à partir de 1998 que l'Internet a commencé à devenir accessible au grand public avec comme nom de domaine « *.zr.* » qui devient par la suite « *.cd.* » et qui fut géré par une société Congo Internet Management (CIM), agréée par le Ministère des Postes et Télécommunications (PTT).

Interconnect, une société privée des capitaux Belges est l'un des premiers Providers à fournir l'Internet à partir de 1998 d'abord à Kinshasa et Lubumbashi, puis progressivement s'est élargi dans d'autres villes secondaires telles que (Kananga, Mbuji-Mayi, Mbandaka, Matadi, Kikwit) en utilisant une connexion par câble des lignes de l'OCPT. Imitant Interconnect, plusieurs Providers tels que TéléCel qui s'étaient installés, ont dû abandonner à cause du délabrement de la connexion par câble de l'OCPT. Des nouveaux Providers se sont installés et ont développés d'autres modes de connexion à savoir les connexions sans fil grâce aux antennes VSAT et aux mallettes satellitaires. Actuellement, les sociétés de télécommunications comme (Vodacom, Airtel, Orange, etc.) fournissent l'Internet à la population congolaise.

En ce qui concerne le mode d'accès à l'Internet, le Cybercafé a demeuré longtemps l'unique modèle. Il a permis de démocratiser les différents usages de cet outil en République Démocratique du Congo et de modifier les paysages urbains du territoire.

A l'origine comme nous l'avons vu dans les lignes précédentes, les premiers cybercafés à Kinshasa et à Lubumbashi étaient l'œuvre des Petites et Moyennes Entreprises (PME) ; tandis qu'en province, ils étaient initiés par des Associations et Organisations de développement. Particulièrement dans certaines provinces, la coopération américaine via son agence USAID, à travers son projet « *Connecting Civil Society* » a initié les premiers cybercafés et permis de connecter pendant six mois, 103 de 110 organisations ciblées en fonction de la confiance sur leur capacité à payer les 100 dollars américains d'abonnement après projet. Mais la concurrence des particuliers et l'absence du courant électrique dans ces provinces ont précipité l'arrêt de fourniture de services de ces cybercafés.

Le tableau suivant liste quelques Providers Internet depuis son ouverture au public congolais :

⁴ Noble Akam, Kouméalo Anané, Roland Ducasse, « *Genèse de l'Internet dans les Universités Africaines* ».

⁵ Cezzy Kanionga Kanionga, « Les Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication : quelles perspectives pour l'entrepreneur congolais », mémoire du diplôme de Master I à l'Université de la Marne de la Vallée, 2005-2006, p 48-50.

PROVIDERS	Années d'activités	Zones couvertes	Types d'infrastructures ou Technologies
Interconnect	1997	Kinshasa, Mbuji-Mayi, Lubumbashi, Kananga, Matadi, Kikwit, Likasi et Goma	Service Internet Standards par Modem et Wireless
RAGA	1998	Kinshasa, Lubumbashi	Réseau Internet sans fil, service de passerelle par radio HF avec une capacité de 1 mbps par bande passante
BUSHNET	1999	Goma	Services de mail, Fax, ondes radio
STARNET	2002	Lubumbashi, Koluezi, Kasumbalesa, Musoshi, Likasi	
CONGO KOREAN TELECOM	2001	Kinshasa	Réseau câblé
MICROCOM Sprl	2000	Kinshasa et MbujiMayi	-
AFRINET	2000	Kinshasa	-
AFRICANUS.NET	2000	Kinshasa	
MUFF	2000	Kinshasa	Connectivité basée sur UHF Radio

De nos jours quoique les cybercafés n'aient pas encore disparus, les internautes peuvent actuellement se connecter à Internet (sans fil, par câble ou via modem ou sims des réseaux mobiles tels qu'Orange, Vodacom, Airtel et Africel, etc.) à partir de leurs ordinateurs portables, leurs téléphones mobiles, leurs tablettes. Grâce à cet outil, ils sont devenus capables d'utiliser plusieurs supports des Nouvelles Technologies de l'Information et de la communication (NTIC) tels que l'e-mail, les sites web, les réseaux sociaux (facebook, Whatsapp, Twitter, Instagram, Skype, Viber, Messenger...) pour communiquer et échanger des informations avec leurs pairs.

C'est dans cette logique que nous allons, dans les lignes qui viennent, faire l'analyse des sites Web congolais comme un outil de communication, de publicité, de commercialisation et d'échange entre différents publics ou communautés. Analyser, d'une part, la capacité de ces sites web à communiquer leur contenu au public, et d'autre part, le mode de rétroaction de ce public face au contenu de ces sites web, tel est l'objectif de cet article.

2. Essai de radioscopie de la webosphère congolaise

L'historique de l'Internet et de ses infrastructures de télécommunication dans le monde, en Afrique noire francophone et en République Démocratique du Congo, nous a permis d'avoir un aperçu de cet outil de mondialisation (ses avantages ainsi que les obstacles à son utilisation) selon qu'on se situe dans un milieu urbain ou rural.

Dans notre étude sur la radioscopie de la webosphère congolaise, nous allons ressortir le côté communicationnel des sites web congolais et voir comment sont disposées les rubriques d'informations offertes aux différents publics. Dans cette étude, notre souci est de voir si les sites web congolais d'informations générales, d'informations locales, d'opinions et d'analyse ainsi que les sites web spécialisés offrent une possibilité d'interaction à travers les réseaux sociaux ou autres canaux de communication en ligne actuellement. Bref, nous cherchons à savoir si les sites web congolais sont dynamiques ou pas.

2.1. Présentation des sites web par catégories

Cette partie de notre travail nous a imposé d'opérer le choix des sites à analyser. Ainsi, nous avons catégorisé les sites web congolais. Il s'agit de sites web d'informations générales, d'informations locales, d'opinions et d'analyse ainsi que les sites web spécialisés.

- **Les sites web d'informations générales :** www.mediacongo.net
www.radiookapi.net
- **Les sites web d'informations locales :**
www.diocèseboma.com www.hopitaldepanzi.org
- **Les sites web d'opinion et d'analyse :**
www.lavoixdupaysancongolais.wordpress.com www.vsv-rdc.org
- **Les sites d'informations spécialisées :** www.presidence.cd
www.monusco.unmissions.org

2.2. Analyse des sites web par catégories selon la grille d'interprétation

2.2.1. Les sites web d'informations générales

a) www.mediacongo.net

1. Contenus thématiques et hiérarchiques des rubriques

Dans ce site, les rubriques sont placées à l'horizontale et à la verticale. A l'horizontal nous avons les rubriques suivantes : (**Accueil**, **Contact** et **Se connecter**). A la verticale, nous avons, la rubrique « **Menu** » qui nous donne en cliquant dessus des rubriques et leurs sous rubriques ci-après :

- **Opportunités** (Petites Annonces, Offres d'emploi, Appel d'offre et Immobilier) ;
- **Actualités** (Politique, Economie, Provinces, Femme, Santé, Culture, Science et Environnement, Religion, Musique, Société, Insolite, Sport, Diaspora, Afrique, Monde) ;
- **Publireportages** (Echos des entreprises, Stratégies, Initiatives, Talents, Ouvrages, Interview, Chroniques et Analyses) ;
- **Médias et Tendances** (Dossiers/focus, Style & Beauté, MC Geek ! Sur le net, Arrêt sur images),
- **Horeca** (Hôtels, Restaurants-Bars, Cafés-Salons-Thés).

Compte tenu de la problématique de site adoptée, les rubriques privilégiées sont « *Accueil* », « *Actualité* » et « *opportunités* ».

2. Relation : activité, réactivité ou interactivité ?

Dans ce site, il y a possibilité pour les internautes d'écrire et d'interagir avec le Responsable du site à travers les rubriques « Contact » dans lesquels sont affichés des numéros de contact des produits et services ainsi que des adresses e-mails pour les villes de Kinshasa et Lubumbashi. Il y a également la rubrique « se Connecter » qui donne la possibilité à l'internaute d'écrire à support media@mediacongo.net en créant un compte, en entrant son adresse email et son mot de passe et en le validant par ok. Les internautes utilisant cette technologie sont ceux ayant entré et validé leurs adresses e-mails.

3. Arborescence

L'arborescence de la page d'accueil présente un scénario visible et chronologique. Il s'agit dans ce site d'une arborescence pyramidale puisque les rubriques sont placées par ordre d'importance (du plus

important au moins important) tout en tenant compte de la nature du site qui est un site d'informations générales.

4. Territoire du site

L'analyse des liens donne une indication sur le rapport de la ville de Kinshasa au territoire national de la République Démocratique du Congo (RDC). Certains sites personnels d'information comme (Congopress.com, Agence immo24.cd) renvoient directement vers ce site de mediacongo.net.

5. Enonciation

Le site est présenté comme une communication institutionnelle. De ce fait, ici le discours se présente comme neutre grâce aux photographies.

6. Univers, graphisme et mise en page du site

L'univers du graphisme dans ce site permet de voir la nuance entre les images et les textes renvoyant à tel ou tel autre rubrique.

La page d'accueil est construite par l'association des signes linguistiques iconiques, plastiques et auditifs qui la composent.

On fait défiler le regroupement des titres des textes sur une même page par un ascenseur, puis on passe de page en page pour accéder aux contenues intégrales. Le passage de page en page se fait par défilement.

En effet, la mise en page web privilégie des techniques pour la lecture approfondie des articles.

7. Stratégie économique.

Le site met à la disposition des internautes clients des rubriques de rentabilisation « *Opportunités* » dans lequel nous trouvons des sousrubriques comme (Offres d'emploi, Appels d'offre, Petites annonces, Annuaire, Diaspora). Les rubriques les plus actualisées sont « *Actualités* » et « *Opportunités* ».

8. Temps

La mise à jour de la page est régulière. Le temps du passé et de l'actualité coexistent parfois sur la même page. La communication sur le Web est une communication d'instantanéité et de simultanéité.

b) www.radiookapi.net

1. Contenus thématiques et hiérarchie des rubriques

Les rubriques placées à la verticale sont : « Accueil », « Actualité », « Emissions », « Journaux », « Ecouter en direct », « Société », « Sport », « Economie », « Emissions ». Et la rubrique « Offres d'emploi » est aussi placée à la verticale.

2. Relation : activité, réactivité ou Interactivité ?

L'internaute dans ce site choisit sa navigation. De ce fait, il peut réagir aux propos posté sur le site grâce aux comptes *facebook*, *Twitter*, *Whatsapp*, *Skype*, *Viber*, *G-mail Google+*, *Flux RSS* et *Tune In*.

3. Arborescence

Le visiteur du site est un professionnel averti. Le scénario est visible et chronologique. Une barre de menu permanente s'affiche sur chaque page. Cependant, l'arborescence au sein même du site est pyramidale en raison de la disposition chronologique des articles sur la page d'accueil.

4. Territoire du site

L'analyse du lien donne une indication sur le rapport des villes de la République Démocratique du Congo (Kinshasa, Bunia, Goma, Kisangani, Matadi, Lubumbashi, Mbandaka).

En effet, d'autres sites renvoient vers ce site. Il s'agit de l'USAID, MONUSCO, FONDATION HIRONDELLE, Direction du Développement et de la Coopération (DDC).

5. Enonciation

Le site est présenté comme une communication institutionnelle fondée par le soutien des Nations Unies via la MONUSCO et l'ONG Suisse Fondation Hironnelle. Le discours ici est neutre. Les photographies concernent les acteurs politiques et sociaux de toutes tendances confondues.

En effet, « *Radio okapi* » est un nom plus ou moins court, explicite et simple permettant de miser sur la mémoire de l'internaute.

6. Univers, graphisme et mise en page du site

L'univers du graphisme et de la mise en page du site sont d'une importance incommensurable, car ils permettent de contextualiser la mission du site de Radiookapi.net.

7. Stratégie économique

Le site a une stratégie de fidéliser les internautes par la rubrique « Offres d'emploi » ainsi que les possibilités offertes par ces derniers de réagir aux propos tenus à l'aide de *Facebook*, *Twitter*, *Google+*, *Fil RSS*, *Tune In*.

8. Temps

Le temps de lecture dès l'ouverture de la page d'accueil est assez suffisant. La mise à jour de la page est régulière. Les temps du passé et de l'actualité coexistent sur une même page. La communication web est une communication d'instantanéité, de simultanéité et aussi une communication écrite, posée et différée.

2.2.2. Les Sites Web d'informations locales

c) www.diocèseboma.com

1. Contenus thématiques et hiérarchiques des rubriques

Dans ce site, la plupart des rubriques sont placées à la verticale. Il s'agit des rubriques ci-après « *Notre identité* », « *Nos engagements* », « *Du Bureau de l'évêque* », « *De la chancellerie* », « *Congrégations religieuse* », « *Eglises confessions religieuses* », « *Hôpitaux et centre de santé* », « *Associations ONG-NGO* », « *Hôtels* », « *Sociétés et Entreprises* », « *Nos appels à la solidarité* ». Il y a aussi une rubrique placée à l'horizontale « *ACTUALITÉS LOCALES ET ETRANGERES* » contenant plusieurs sous-rubriques telles que (*Messe catholique*, *Chorale*, etc.).

2. Relation : activité, réactivité ou interactivité ?

Ici l'internaute participe activement au contenu du site, car la page d'accueil prévoit une rubrique « *Envoyer vos nouvelles, commentaires et photos* (cliquer sur le texte) ». Tous les internautes peuvent utiliser cette possibilité. Cependant, il est impossible d'écrire au Responsable du site.

3. Arborescence

Le visiteur dans ce site est un promeneur. Le scénario est visible, livresque et chronologique. L'arborescence du site est pyramidale en raison de la hiérarchisation d'information chronologique.

4. Territoire du site

L'analyse du lien donne l'indication sur le rapport de la *ville de Boma* au territoire de la République Démocratique du Congo (RDC).

5. Enonciation

Le site est présenté comme une communication institutionnelle et religieuse appartenant au Diocèse de Boma de l'église catholique romaine en République Démocratique du Congo (RDC).

En effet, le discours dans ce site se présente comme un discours engagé vers la foi catholique (photos des prêtres, Kisitos et Annuarites, etc.). A première vue les pages ne sont pas signées et une responsabilité auctoriale de l'institution catholique semble être engagée.

6. Univers, graphisme et mise en page du site

L'importance accordée au graphisme, image et texte est grande. Les images de ce site décrivent les évènements et complètent les informations.

En effet, le texte dans ce site défile par ascenseur. La page d'accueil est caractérisée par une titraille est en gras. La mise en page web privilégie la lecture approfondie des articles.

7. Stratégie économique

Le site a une stratégie de capter les internautes à l'aide de la rubrique « *Envoyer vos nouvelles, commentaires et photos (cliquer sur le texte)* ». Cependant l'une des rubriques les plus actualisées semblent être « *Actualités locales* et *Etrangères* ». L'adresse du site n'apparaît dans aucuns liens « sponsorisés » achetés par enchères aux principaux moteurs de recherche.

8. Temps

La page d'accueil suggère des temps de lecture très large. Les temps du passé et de l'actualité coexistent sur une même page. La communication sur le web est à la fois une communication d'instantanéité, de simultanéité. Et aussi une communication plus écrite, posée et différée.

En effet, les différences d'objectifs, d'ambitions des sites municipaux se traduisent concrètement dans les rubriques mises en avant par les types d'informations religieuses du Diocèse de Boma ainsi que le type d'énonciation revendiquée par la foi catholique.

d) www.hopitaldepanzi.org

1. Contenus thématiques et hiérarchies des rubriques

Dans ce site, les rubriques sont placées à la verticale. Il s'agit des rubriques suivantes : « *ACCUEIL* », « *L'HOPITAL* », « *SERVICES* », « *DR MUKWEGE* », « *FAIRE UN DON* », « *CONTACT* », « *LA FAMILLE PANZI* », « *ACTUALITES* », « *LE PANZI NEWZS* ».

Compte tenu de la problématique du site adopté, toutes les rubriques semblent être privilégiées. Cependant la rubrique la plus privilégiée est l'« *ACCUEIL* » avec les sous-rubriques « *visiter l'hôpital* et *faire un don* ». De ce fait, la page d'accueil énonce en quelque sortes les autres informations que l'on doit dérouler dans l'icone du menu qui contiennent toutes les rubriques.

2. Relation : activité, réactivité ou interactivité

Dans ce site, l'internaute ne peut que choisir sa navigation, car il ne participe pas activement au contenu du site. Cependant, il est possible de prendre rendez-vous dans la rubrique « **CONTACT** » en s'enregistrant dans une sorte de messagerie prévu à cet effet en entrant son (nom, adresse e-mail et en écrivant un message). Il est également possible d'appeler le numéro de téléphone prévu à cet effet ou encore d'appeler le numéro de la clinique mobile en cas de manque de mobilité.

3. Arborescence

L'idée que se fait le visiteur du site est celle d'un promeneur car le scénario est visible. De ce fait, un icône de menu permanente s'affiche sur chaque page. En ce qui concerne l'arborescence au sein même du site, elle est en profondeur afin de permettre à l'internaute de voir en un temps record les informations de façon générale.

4. Territoire du site

L'analyse des liens donne une indication sur le rapport de l'Hôpital Général de Référence de Panzi à la ville de Bukavu de la province du Sud-Kivu au territoire de la République Démocratique du Congo. D'autres sites sociaux (Facebook, Twitter, Instagram) renvoi vers ce site. Il s'agit des liens se trouvant à la rubrique « **ACTUALITES** » se trouvant au fond de la page d'accueil. Ces liens sont choisis comme métaphores de relations sociales, médicales et idéologiques revendiquées par le Responsable du site.

5. Enonciation

Le site est présenté comme une **communication institutionnelle** de l'Hôpital Général de Référence de Panzi de la ville de Bukavu de la province du Sud-Kivu en République Démocratique du Congo. Le discours se présente comme engagé dans le domaine de la santé. Cette identité passe par des photos de l'Hôpital et des personnels soignants (Médecins et Infirmiers). Les pages ne sont pas signées et l'anonymat prime. Le nom et le logos du site construisent l'identité de la santé. Le nom « **Hôpital Général de Référence de Panzi** » est long. Néanmoins il mise sur la mémoire de l'internaute.

6. Univers, graphisme et mise en page du site

Tout cet univers (images, textes...) situe les internautes dans le genre d'activités que le site réalise par des photos, des informations spécifiques et spécialisées ayant trait au domaine de la santé. En effet, sur la page d'accueil, on fait défiler le texte par l'ascenseur. Cependant, pour accéder au contenu complet, il faut cliquer sur chaque rubrique située au-dessus de la page d'accueil. La titraille quant elle, est en majuscule sur la page d'accueil. La typographie comprend quelques caractères en gras. Les articles sont en police simple de 12 points.

7. Stratégie économique

Le site cherche une stratégie pour capter l'internaute en présentant par des photos le genre de service rendu dans la rubrique « **SERVICES** ». Il cherche également à capter l'internaute à partir du numéro de contact des urgences situé en haut de la page d'accueil.

8. Temps

Le temps de lecture suggéré dès l'ouverture de la page d'accueil est long. La mise à jour de la page d'accueil est plus ou moins régulière. Le temps du passé et de l'actualité coexistent sur la même page. La communication sur le web est une communication posée, plus écrite, différée sur la rubrique « **ACTUALITES** ». Elle est instantanée à la rubrique « **LE PANZI NEWZS** ».

En effet, la différence d'objectifs et d'ambitions de ce site municipal se traduit concrètement par les activités de l'Hôpital Général de Référence de Panzi de la ville de Bukavu de la province du Sud-Kivu en République Démocratique du Congo dans le domaine de la santé.

2.2.3. Les Sites Web d'opinion et d'analyse

e) www.lavoixdupaysancongolais.wordpress.com

1. Contenus thématiques et hiérarchies des rubriques

Toutes les rubriques de ce site sont placées à l'horizontale. Il s'agit de : « Accueil », « Nos offres et Services », « Journal », « Archives du journal », « CENADEP », « Dossier Elections 2018 », « FAT 2019 ». Compte tenu de la problématique du site adopté, toutes les rubriques paraissent être importantes.

2. Relation : activité, réactivité ou interactivité

Dans ce site, il est possible d'interagir avec le Responsable du site en entrant son adresse e-mail à la sous rubrique « Partager merci » via Google+, Twitter, Facebook, LinkedIn et RSS.

3. Arborescence

La page d'accueil fait du visiteur un promeneur car le scénario est visible. Une barre de menu s'affiche sur chaque page. L'arborescence du site est pyramidale car les informations les plus récentes sont placées au premier niveau et les moins récentes en dessous.

4. Territoire du site

L'analyse des liens donne une indication des villes sur l'étendue du territoire de la République Démocratique du Congo.

5. Enonciation

Le site est présenté comme une page institutionnelle appartenant au Mouvement des Paysans congolais. Le discours ici se présente comme engagé vers les activités paysannes de la RD. Congo. L'identité revendiquée est celle des activités paysannes rurales et environnementales en RD. Congo. Cette identité passe par des photographies des femmes à côtés des produits agricoles ainsi que par des articles sur « *le Festival des Films : Alimentaire* ».

Dans ce site les pages des articles sont signés par le collectif « *La voix du Paysan Congolais* ». Ainsi le nom et le logo du site « *lavoixdupaysancongolais* » est très long. Cependant il est explicite et mise sur la mémoire de l'internaute.

6. Univers, graphisme et mise en page du site

Tout l'univers graphique et linguistique met en valeur l'identité du site qui concerne le domaine d'information rurale et environnementale en RD. Congo. Dans ce site, on fait défiler le texte par ascenseur sur la page d'accueil. En effet, pour une lecture approfondie des articles (qui occupent le ¾ de la page) on est obligé de passer de page en page. Cela est aussi le cas pour passer d'une rubrique à une autre. Concernant la titraille et la typographie, elles contiennent des caractères simples très lisibles pour les articles. La titraille est en gras avec une police variant entre 10 et 18 points.

7. Stratégie économique

Le site a prévu une stratégie pour fidéliser l'internaute en lui offrant la possibilité d'abonnement par e-mail, de laisser un commentaire et de partager les informations par Google+, Twitter, Facebook et In LinkedIn après la lecture de chaque article de la page d'accueil.

8. Temps

Le temps de lecture de l'ouverture de la page d'accueil est assez large. Le temps de l'actualité et du passé coexiste sur une même page. Dans ce site, la communication sur le web est plus écrite, posée et différée.

f) www.vsv-rdc.org

1. Contenus thématiques et hiérarchies des rubriques

Les principales rubriques sont placées à la verticale dans l'icone de la barre de menu. Il s'agit de : « Accueil », « Présentation », « Publication » avec ses sous-rubriques (*Communiqué de Presse, Conférence de presse, Bulletin d'information, Archives communiquées et Publication*), « Rubriques connexes » avec ses sous-rubriques (*Assistance juridique et Assistance aux victimes*), « Gallery » et « Rapports spéciaux ». Cependant à l'horizontale sur la page d'accueil, nous avons comme rubrique « Contacter-nous » avec des numéros de téléphone et une adresse e-mail.

2. Relation : activité, réactivité ou interactivité ?

Dans ce site l'internaute ne peut que choisir sa navigation. Cependant, il peut écrire au responsable du site par l'adresse e-mail « *vsv_ongdh@yahoo.fr* » à partir de la rubrique « **Contacteur-nous** » ou appeler les numéros sur la bannière rouge affichée à la page d'accueil».

3. Arborescence

La page d'accueil fait du visiteur du site un promeneur car le scénario est visible. Une barre de menu permanente s'affiche sur chaque page. L'arborescence au sein même du site est pyramidale en fonction de l'emplacement d'information suivant les rubriques privilégiées ou moins privilégiées.

4. Territoire du site

L'analyse des liens donne une indication sur le rapport de la ville de Kinshasa au territoire de la République Démocratique du Congo.

L'ouverture proposée ressort des motivations géographiques, sociales et juridiques. Ce site juridique renvoi à d'autres sites juridiques comme Human Rights Watch, RENADHOC, UIDH et FIDH.

5. Enonciation

Le site se présente comme une page institutionnelle appartenant à une ASBL de défense des droits de l'homme basée à Kinshasa-Ngaliema en RDC. De ce fait, le discours se présente ici comme engagé dans la « *défense des droits de l'homme en République Démocratique du Congo* ». Cette identité passe par la photographie de Floribert CHEBEYA yeux bandés et mains enchaînées. Le nom du site « **la voix de sans voix** » et le logo « *VSV en dessous de deux branches de rameaux au sein desquels on trouve une colombe* » construisent l'identité de la recherche de la paix et d'un plaidoyer en faveur des opprimés (les sans voix). Il s'agit d'un nom plus ou moins long, mais qui mise sur la mémoire de l'internaute.

6. Univers, graphisme et mise en page du site

Les couleurs principales du design et des caractères linguistiques du site (rouge signifiant le sang, le blanc signifiant la paix, le bleu symbolisant l'intelligence,...) mettent en exergue l'identité du site.

Dans ce site, on fait défiler le texte dans la page d'accueil par un ascenseur. Cependant pour passer d'une rubrique à une autre, on est obligé de passer de page en page. La titraille constituée du nom du site est *en gras* avec une police entre 24 et 96 points. Les caractères typographiques sont tantôt *en gras* ou *en caractères simples* avec une police variant entre 10 et 14 points selon qu'il s'agit d'un titre ou d'un article. La mise en page web a prévu des techniques pour la lecture approfondie des articles à partir des liens comme « *vous aimerez aussi* », Lire la suite par le point de suspension « ... », « *Lire l'intégralité...* » et « *Cliquez ici...* ».

7. Stratégie économique

Le site a prévu une stratégie pour fidéliser l'internaute grâce à la rubrique « *Contactez-nous* » et la sous rubrique « *webmail* » où l'on suggère de laisser un commentaire. Les bannières publicitaires occupent une petite place au coin gauche de la page d'accueil à la sous rubrique à la verticale « *Espace Pub* ».

8. Temps

Le temps de lecture sur la page d'accueil est plus ou moins court. Le temps du passé et du présent coexiste sur la même page. La communication sur le web est une communication simultanée : à la fois instantanée et à la fois plus écrite, posée et différée.

2.2.4. Les sites web d'informations spécialisées

g) www.presidence.cd

1. Contenus thématiques et hiérarchies des rubriques

Dans ce site, l'icône de menu se trouve à gauche de la page d'accueil. En cliquant sur cet icône, les différentes rubriques sont placées à la verticale à droite (Actualités, Présidence, Services, Union Africaine, Programmes, Médias, Ressources, Contact et Recherche) et au bas de la page d'accueil (Actualités, Programmes, Presse, Contact, Accréditations, Mentions légales)

De ce fait, sur 9 rubriques qui se trouvent dans l'icône du menu sous forme de 3 barres à l'horizontal, les rubriques privilégiées semblent être «Actualités »,« Présidence »,« Programmes »,« Médias »,« Ressources», car elles contiennent de sous-rubriques.

2. Relation : activité, réactivité ou interactivité ?

Dans ce site l'internaute peut seulement choisir sa navigation. Il peut écrire au Responsable du site en s'abonnant à la sous-rubrique « s'inscrire au Newsletter ». L'internaute peut également interagir à travers les réseaux sociaux tels que Facebook, Twitter, Instagram, YouTube... aux propos postés par le service de communication de la Présidence.

3. Arborescence

Le visiteur du site est quelqu'un qui doit être efficace. Le scénario est à la découverte. L'arborescence du site est à la fois pyramidale et en profondeur à cause de l'alignement des rubriques à droite et au bas de la page d'accueil.

4. Territoire du site

L'analyse du lien donne une indication selon lequel le site est étroitement lié au territoire de la République Démocratique du Congo (RDC).

En effet, ce site politique renvoi vers d'autres sites politiques tels que Cour-constitutionnelle.cd, Primature.cd, assemblée-nationale.cd, senat.cd, investindrc.cd et visitrdcongo.cd.

5. Enonciation

Le site est présenté comme une communication institutionnelle de la présidence de la République Démocratique du Congo (RDC). Le discours se présente comme engagé vers les actions du Gouvernement de la République Démocratique du Congo grâce aux photos du Président, des hommes politiques dans les différents Tweets ainsi que des photos portant sur les 4 axes du programme du Chef de l'Etat à savoir (la bonne gouvernance, la société solidaire, l'homme et la croissance économique durable) que les différentes rubriques du site mettent en exergue.

En effet, les pages dans ce site sont signées (@Presidence_RDC).

6. Univers, graphisme et mise en page du site

L'univers du graphisme et de la mise en page sont très importants dans ce site, car les images et textes contextualisent les publications. On fait défiler le texte par ascenseur lorsqu'il est situé sur la page d'accueil. Cependant, on est obligé de passer de page en page lorsqu'il s'agit de passer d'une rubrique à une autre.

En effet, la mise en page du site privilégie des techniques pour zapper le « zappeur ».

7. Stratégie économique

Le site pour capter les internautes a prévu une stratégie de souscription afin d'utiliser la rubrique « Newsletter ». Outre le Newsletter, il y a la possibilité de réagir aux propos tenus via les réseaux sociaux tels que Facebook, Twitter, YouTube, Instagram.

En effet, la place accordée aux bannières publicitaires est quasi nulle. Mais parmi les sous-rubriques, la plus actualisée se trouve « *les 4 axes du programme du chef de l'Etat* » qui fait en quelque sorte la publicité politique du site. Nous trouvons également la sous rubrique « Tweets de @Présidence_RDC » qui est actualisée très régulièrement. A côté de ces sous-rubriques, nous trouvons aussi la rubrique « Actualités » qui est régulièrement actualisée.

8. Temps

Le temps de lecture suggéré dès l'ouverture de la page d'accueil est raisonnable. La mise à jour est très régulière. Les temps du passé et de l'actualité coexistent sur une même page. En effet, la communication sur le web est à la fois une communication instantanée, simultanée. Mais aussi une communication écrite, posée et différée.

h) www.monusco.unmissions.org

1. Contenus thématiques et hiérarchies des rubriques

Le site s'ouvre avec la page d'accueil sur laquelle nous trouvons à l'horizontal, la sous rubrique « *Dernières nouvelles* ». Nous trouvons aussi sur la page d'accueil, l'icône de menu dans lequel se trouvent les rubriques suivantes à la verticale : « *Accueil* », « *A propos* », « *Actualité* », « *Activités* », et « *Ressources* » qui contiennent chacune des sous-rubrique. De ce fait, les rubriques privilégiées semblent être « *Accueil* », « *A propos* », « *Activités* », « *Dernières nouvelles* ».

2. Relation, activité, réactivité ou interactivité ?

Ici l'internaute choisit sa navigation. Cependant il peut écrire au Responsable du site à l'aide de la rubrique « *webmail* ». Et les internautes capables d'utiliser le *webmail* sont ceux qui peuvent entrer leurs adresses e-mails et les faire valider.

3. Arborescence

Le visiteur du site est quelqu'un qui doit être efficace. Le scénario ici est livresque et chronologique. Une barre de menu permanente s'affiche sur chaque page. L'arborescence au sein même du site est pyramidale en raison de la succession des informations de la page d'accueil par chronologie.

4. Territoire du site

L'analyse du lien donne une indication sur le rapport des villes et/ou provinces (de Beni, Nord-Kivu et Sud-Kivu) au territoire de la République Démocratique du Congo (RDC). De ce fait, ce site politique renvoie aux sites des Nations Unies et de Radio Okapi.

5. Enonciation

Le site est présenté comme une page institutionnelle de l'Organisation des Nations Unies pour la stabilisation en République Démocratique du Congo (RDC) (MONUSCO en sigle). Le discours se présente ici comme *neutre*.

L'*identité revendiquée* ici est celle d'une organisation qui œuvre pour *la stabilité de la paix en République Démocratique du Congo (RDC)*. Cette identité revendiquée se contextualise par des photos des casques bleues en conférences de presse, Casques bleues en appui à la commission de pacification et médiation de Mukebo, Casques bleues en session de formation avec la PNC.

En effet, les pages dans ce site sont signées. Le nom et le logo du site construisent d'ores et déjà la mission de la MONUSCO en République Démocratique du Congo (RDC). Le nom « *MONUSCO* » du site est court, explicite misant sur la simplicité et la mémoire de l'internaute.

6. Univers, graphisme et mise en page du site

Les images et textes placés dans la page d'accueil sont importants et contextualisent le nom et la mission du site web.

En effet, on fait défiler le texte par un ascenseur. Le passage de page en page est conçu par numérotation (1, 2, 3,4...). La titraille est en couleur et en gras. La typographie est faite des caractères clairs et lisibles. Les articles sont placés au centre de la page d'accueil. La mise en page web privilégie des techniques pour zapper le zappeur.

7. Stratégie économique

Le site a une stratégie de faire revenir les internautes à l'aide de la rubrique « *webmail* ». Il y a également Google+, Facebook, Twitter et YouTube pour lesquels les internautes peuvent partager et/ou apprécier des articles.

En effet, le site accorde le 2/10^{ème} de sa page d'accueil pour la publicité de marketing social comme « la prévention contre le Sida », « les avis d'appel d'offre à la colonne gauche ».

8. Temps

Les temps de lecture suggérés par la page d'accueil est minimum. La mise à jour de la page est régulière. Les temps du passé et de l'actualité coexistent sur une même page. La communication sur le web est plus une communication d'instantanéité et de simultanéité.

Conclusion

La radioscopie de la webographie congolaise nous a permis de classer les sites congolais selon quatre catégories : les sites d'informations générales, les sites d'informations locales, les sites d'opinion et d'analyse ainsi que les sites d'informations spécialisées. A cet effet, nous avons analysé huit (8) sites web congolais en raison de deux sites par catégorie.

En effet, les sites web congolais qui ont été analysés ont ressorti les éléments suivants à prendre en compte par les Webmaster ou les institutions qui désirent communiquer et interagir avec leurs publics à travers l'internet :

- L'emplacement des rubriques selon l'axe horizontal ou vertical et/ou encore les deux axes à la fois afin de permettre à l'internaute d'avoir une meilleure vue du site ;
- L'interactivité du site qui permet à l'internaute d'avoir une possibilité d'échanger ou de donner son point de vue au responsable du site soit par l'adresse e-mail, soit par les liens menant vers les liens sociaux tels que Twitter, Facebook, Whatsapp, Linked, etc. ;
- La hiérarchisation des informations sur la page d'accueil ou d'autres rubriques qui permet à l'internaute de lire les informations selon l'échelon (des plus importantes au moins importantes et des plus récentes aux informations passées) ;
- La couverture du territoire du site ayant un lien direct avec la/les ville (s) de la République Démocratique du Congo ou d'autres pays qui permet à l'internaute de situer l'espace couvert par le site ; - L'énonciation du site qui montre à l'internaute si le discours se présente comme engagé ou neutre vers des causes politique, religieuse, éducationnelle, etc. ;
- La mise en page du site qui permet à l'internaute de voir comment accéder aux informations soit en passant de page en page, soit en cliquant sur la rubrique « Lire ensuite » ou encore « lire la suite » ;
- La stratégie économique du site qui permet à l'internaute d'être fidélisé par des rubriques comme « contact » ou les réseaux sociaux ou encore des éléments qui indiquent le nombre d'abonnés (l'heure où le site a été visité par l'internaute) ;
- Et enfin, si le temps de lecture des informations sur la page d'accueil ou d'autres rubriques est large, court ou moyen.

Bibliographie

A. Ouvrages

1. ABDOUL BA, *Internet, cyberspace et usages en Afrique*, Ed. L'Harmattan, Paris, 2003
2. Jacques BONJAWO, *Internet. Une chance pour l'Afrique*, Ed. Karthala, Paris, 2002
3. Dominique BOULLIER, *Sociologie du numérique*, Ed. Armand Colin, Paris, 2019
4. Dominique CARDON, *Culture numérique*, Ed. Sciences Po, Paris, 2019
5. Olivier MARTIN, *L'ordinaire d'internet : Le Web dans nos pratiques et relations sociales*, Ed. Armand Colin, Paris, 2016
6. Monique Aimé MOUTHIEU, *Le consommateur des technologies de l'Information et de la communication en Afrique noire francophone*, Ed. L'Harmattan, Paris, 2021.

B. Thèses, mémoires et Articles

1. Cezzy Kanionga Kanionga, « *Les Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication : quelles perspectives pour l'entrepreneur congolais* », Mémoire du diplôme de Master I à l'Université de la Marne de la Vallée, 2005-2006 ;
2. Martial Pépin MAKANGA BALA, « *Le Gabon et la question de la société de l'information. Approche spatiale des réseaux et des enjeux géopolitiques des technologies de la communication* », Thèse de Doctorat, Université Michel de Montaigne-Bordeaux III, février 2010 ;
3. Moustapha Mbengue, « *Contribution de l'Internet à l'affirmation de la démocratie en Afrique noire francophone. Le cas du Sénégal* », Thèse de Doctorat en SIC, Université Paris 8, Vincennes-Saint Denis, 2008-2009 ;
4. Noble Akam, Kouméalo Anaté, Roland Ducasse, « *Genèse de l'Internet dans les Universités Africaines* ».

C. Webographie

1. Jean-François Pillou, « *Histoire d'Internet* » tiré dans www.commentcamarche.net, septembre 2015 ;
2. http://www.msha.fr/msha/publi/en_ligne/netafriq/home.htm du 12/03/2016
3. www.wikipedia.org