

Bringing Intertextuality to Higher Education Classroom

Joderic C. Navarrete ¹

1 Department of Earth Sciences and Environment, Faculty of Sciences and Technology, University of Antananarivo, Madagascar

2 Doctoral school of Earth Sciences and Evolution, Faculty of Sciences and Technology, University of Antananarivo, Madagascar

3 School of Earth Sciences and Resources, China University of Geosciences, Beijing 100083, China

4 Nanjing Center, China Geological Survey, Nanjing 210016

5 Department of Mathematics and Computer Science, Faculty of Sciences and Technology, University of Antananarivo, Madagascar

6 Department of Applied Geosciences, German University of Technology in Oman, Sultanate of Oman



Résumé - Cet article examine le phénomène *Chronifuati* en République Démocratique du Congo, défini comme l'émergence de créateurs de contenus numériques, principalement sur YouTube, qui commentent l'actualité politique, sociale et culturelle sans formation journalistique préalable. À partir d'un corpus de vingt chaînes anonymisées, de cinq cents commentaires et d'entretiens avec des créateurs et des internautes, l'étude montre que le *Chronifuati* illustre une appropriation populaire du numérique en contexte de sous-développement : les citoyens utilisent des moyens techniques modestes pour s'affirmer comme voix alternatives face aux médias

Auteur Correspondant : Lovua Dieudonné Benjamin Atton, C. (2002). *Alternative media*. London: SAGE Publications.

[3] Bardin, L. (2007). *L'analyse de contenu*. Paris: Presses Universitaires de France.

[4] Chéneau-Loquay, A. (2010). *Mondialisation et technologies de la communication en Afrique*. Paris: Karthala.

[5] De Certeau, M. (1980). *L'invention du quotidien. Tome 1 : Arts de faire*. Paris: Gallimard.

[6] Gillmor, D. (2004). *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.

[7] Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge, MA: MIT Press.

[8] Jouët, J. (2000). Retour critique sur la sociologie des usages. *Réseaux*, 18(100), 487-521. <https://doi.org/10.3406/reso.2000.2235>

[9] Nyamnjoh, F. B. (2005). *Africa's media: Democracy and the politics of belonging*. London: Zed Books.

[10] Tudesq, A.-J. (2002). *Les médias en Afrique au sud du Sahara*. Paris: Karthala.

[11] Wasserman, H. (2011). *Popular media, democracy and development in Africa*. London: Routledge.

Vol. 45 No. 2 July 2024, pp. xxx-xxx

traditionnels. Si cette pratique élargit la sphère publique et incarne une forme embryonnaire de journalisme alternatif, elle reste marquée par des fragilités structurelles : absence de normes déontologiques, dépendance économique et circulation de rumeurs. En définitive, le *Chronifuati* apparaît comme une innovation citoyenne prometteuse, mais dont la durabilité et la crédibilité nécessitent un accompagnement adapté.

Mots-clés : Chronifuati, République Démocratique du Congo, appropriation des TIC, journalisme citoyen, journalisme alternatif, sphère publique, communication en contexte de sous-développement.

Abstract– This article explores the phenomenon of *Chronifuati* in the Democratic Republic of Congo, defined as the emergence of digital content creators, mainly on YouTube, who comment on political, social, and cultural issues without formal journalistic training. Based on a corpus of twenty anonymized channels, five hundred comments, and interviews with creators and viewers, the study shows that *Chronifuati* illustrates the popular appropriation of digital technologies in a context of underdevelopment: citizens use modest technical means to position themselves as alternative voices against traditional media. While this practice broadens the public sphere and embodies an embryonic form of alternative journalism, it remains fragile due to the lack of professional ethics, economic dependence, and the spread of rumors. Ultimately, *Chronifuati* appears as a promising citizen-led innovation, but one whose sustainability and credibility require adequate support.

Keywords: Chronifuati, Democratic Republic of Congo, ICT appropriation, citizen journalism, alternative journalism, public sphere, communication in underdevelopment contexts.

I. INTRODUCTION

Depuis une dizaine d'années, la République Démocratique du Congo connaît une expansion remarquable de l'usage du numérique. L'accessibilité croissante d'Internet et des smartphones a favorisé l'émergence de nouvelles formes de communication et de production de contenus. Dans ce contexte, un phénomène singulier s'impose progressivement dans le paysage médiatique congolais : le « *Chronifuati* ».

Le terme *Chronifuati* — parfois employé de manière méprisante — désigne des créateurs de contenus en ligne, principalement actifs sur YouTube, qui ne disposent pas nécessairement d'une formation journalistique, mais qui produisent régulièrement des chroniques portant sur l'actualité politique, sociale ou culturelle. Dans le cadre de cette étude, ce terme est utilisé dans une **acception analytique**, comme objet de recherche, et non pour dénigrer les acteurs concernés. Il renvoie ici à une pratique populaire et innovante de production médiatique numérique en RDC.

Le succès rencontré par ces créateurs interroge. Leur influence grandissante sur l'opinion publique traduit non seulement une transformation profonde des modes d'accès à l'information, mais également une redéfinition des rapports entre médias professionnels et communication populaire. Dans un pays où les médias traditionnels restent confrontés à des contraintes structurelles (financement, pression politique, dépendance éditoriale), le *Chronifuati* s'impose comme une alternative à la fois accessible et contestataire, mais parfois aussi controversée.

Auteur Correspondant : Lovua Dieudonné Benjamin Atton, C. (2002). *Alternative media*. London: SAGE Publications.

[3] Bardin, L. (2007). *L'analyse de contenu*. Paris: Presses Universitaires de France.

[4] Chéneau-Loquay, A. (2010). *Mondialisation et technologies de la communication en Afrique*. Paris: Karthala.

[5] De Certeau, M. (1980). *L'invention du quotidien. Tome 1 : Arts de faire*. Paris: Gallimard.

[6] Gillmor, D. (2004). *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.

[7] Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge, MA: MIT Press.

[8] Jouët, J. (2000). Retour critique sur la sociologie des usages. *Réseaux*, 18(100), 487-521. <https://doi.org/10.3406/reso.2000.2235>

[9] Nyamnjoh, F. B. (2005). *Africa's media: Democracy and the politics of belonging*. London: Zed Books.

[10] Tudesq, A.-J. (2002). *Les médias en Afrique au sud du Sahara*. Paris: Karthala.

[11] Wasserman, H. (2011). *Popular media, democracy and development in Africa*. London: Routledge.

Vol. 45 No. 2 July 2024, pp. xxx-xxx

Dès lors, une question centrale se pose : **comment le phénomène *Chronifuati* illustre-t-il l'appropriation populaire du numérique en RDC et contribue-t-il à l'émergence d'un journalisme alternatif ?**

L'objectif de cet article est d'examiner ce phénomène à travers le double prisme de l'appropriation des technologies de communication en contexte de sous-développement, et de la montée d'un journalisme alternatif porté par des acteurs non professionnels. Cette réflexion vise à montrer que le *Chronifuati* constitue non seulement une innovation dans la médiatisation de l'actualité congolaise, mais aussi un terrain fertile de débats sur les enjeux éthiques, politiques et sociétaux liés à la production de contenus numériques.

II. CADRE THÉORIQUE

L'analyse du phénomène *Chronifuati* s'inscrit à la croisée de plusieurs champs théoriques : l'appropriation populaire des technologies, le journalisme citoyen et alternatif, ainsi que les recherches sur la communication en contexte de sous-développement. Ces trois axes permettent de situer le phénomène congolais dans une perspective plus large et de mettre en évidence ses spécificités.

1. L'appropriation populaire des technologies numériques

La notion d'appropriation a été largement explorée en sciences sociales. Michel de Certeau (1980) explique que les pratiques quotidiennes des individus ne se limitent pas à l'usage prescrit des technologies, mais consistent en un « bricolage » créatif où chacun adapte les dispositifs techniques aux besoins et significations de son propre contexte. Cette perspective a été prolongée par Josiane Jouët (2000), qui insiste sur le fait que les technologies ne sont jamais utilisées de manière neutre, mais réinterprétées en fonction des cultures et des contextes sociaux.

En Afrique, de nombreux travaux mettent en avant une appropriation marquée par ce que Chéneau-Loquay (2010) appelle l'**innovation par la contrainte**. Cette réflexion a été prolongée plus récemment par Mutsvairo (2018), qui souligne que les usages numériques en Afrique s'accompagnent d'un activisme croissant et d'une créativité sociale qui redéfinissent les rapports entre citoyens et pouvoirs publics. Faute de ressources matérielles suffisantes, les usagers développent des pratiques créatives : recyclage des équipements, détournement des outils numériques, usage intensif des téléphones portables pour compenser le manque d'infrastructures.

Le *Chronifuati* illustre cette dynamique. Avec un smartphone d'entrée de gamme, une connexion 3G précaire et un simple compte YouTube, des individus peuvent devenir producteurs de contenus suivis par des milliers, voire des centaines de milliers de personnes. Cette appropriation n'est pas seulement technique ; elle est aussi sociale et symbolique. Elle traduit la volonté de prendre part aux débats publics, de s'affirmer comme acteur d'information et de contester les discours dominants.

Auteur Correspondant : Lovua Dieudonné Benjamin Atton, C. (2002). *Alternative media*. London: SAGE Publications.

[3] Bardin, L. (2007). *L'analyse de contenu*. Paris: Presses Universitaires de France.

[4] Chéneau-Loquay, A. (2010). *Mondialisation et technologies de la communication en Afrique*. Paris: Karthala.

[5] De Certeau, M. (1980). *L'invention du quotidien. Tome 1 : Arts de faire*. Paris: Gallimard.

[6] Gillmor, D. (2004). *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.

[7] Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge, MA: MIT Press.

[8] Jouët, J. (2000). Retour critique sur la sociologie des usages. *Réseaux*, 18(100), 487-521. <https://doi.org/10.3406/reso.2000.2235>

[9] Nyamnjoh, F. B. (2005). *Africa's media: Democracy and the politics of belonging*. London: Zed Books.

[10] Tudesq, A.-J. (2002). *Les médias en Afrique au sud du Sahara*. Paris: Karthala.

[11] Wasserman, H. (2011). *Popular media, democracy and development in Africa*. London: Routledge.

2. Journalisme citoyen et journalisme alternatif

Le phénomène *Chronifuati* peut être rapproché de la littérature sur le **journalisme citoyen** et le **journalisme alternatif**.

Le **journalisme citoyen**, popularisé par Dan Gillmor (2004) dans *We the Media*, désigne la participation directe de citoyens ordinaires à la collecte, la production et la diffusion d'informations, souvent à travers les blogs, forums et plateformes numériques. Il s'oppose à une vision verticale de l'information dominée par les professionnels, en favorisant une circulation horizontale et participative. Dans le contexte africain, Mabwezara et Mudhai (2019) montrent que ces pratiques se sont diversifiées et professionnalisées, tout en gardant un fort ancrage dans les expériences quotidiennes des citoyens.

Le **journalisme alternatif**, étudié par Chris Atton (2002), se définit comme une forme de production médiatique qui conteste les discours dominants, donne la parole aux minorités ou aux voix marginalisées, et emprunte souvent des circuits de diffusion en dehors des médias institutionnels. Ce type de journalisme est fréquemment associé à des mouvements sociaux, des activistes ou des communautés marginalisées qui cherchent à exprimer un point de vue critique.

Le *Chronifuati* se situe à l'intersection de ces deux logiques :

- Comme les journalistes citoyens, les *chronifuati* revendiquent une parole libre, non encadrée par des rédactions, et se présentent comme des témoins engagés.
- Comme les médias alternatifs, ils contestent ouvertement les médias traditionnels, accusés d'être proches du pouvoir politique ou dépendants des financements internationaux.

Toutefois, une différence majeure les distingue : contrairement au journalisme professionnel, les *chronifuati* ne respectent pas de normes de vérification systématique et assument une subjectivité forte, parfois jusqu'à l'exagération. Ce qui les rapproche davantage de la chronique d'opinion que du reportage factuel.

3. Communication en contexte de sous-développement

Enfin, le phénomène doit être replacé dans le cadre plus large de la communication en contexte de sous-développement. Plusieurs chercheurs africains ont montré que les médias du continent évoluent dans un environnement marqué par des contraintes multiples : faiblesse des infrastructures, pression politique, dépendance économique et rareté des formations spécialisées (Nyamnjoh, 2005 ; Tudesq, 2002 ; Wasserman, 2011).

En RDC, les médias traditionnels, bien que nombreux, peinent souvent à jouer pleinement leur rôle de contre-pouvoir. Des recherches récentes (Mutsvairo & Salgado, 2020) confirment que la transition numérique bouleverse les pratiques journalistiques en Afrique, mais souligne que les contraintes économiques et politiques demeurent un frein majeur à la consolidation de médias

Auteur Correspondant : Lovua Dieudonné Benjamin Atton, C. (2002). *Alternative media*. London: SAGE Publications.

[3] Bardin, L. (2007). *L'analyse de contenu*. Paris: Presses Universitaires de France.

[4] Chéneau-Loquay, A. (2010). *Mondialisation et technologies de la communication en Afrique*. Paris: Karthala.

[5] De Certeau, M. (1980). *L'invention du quotidien. Tome 1 : Arts de faire*. Paris: Gallimard.

[6] Gillmor, D. (2004). *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.

[7] Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge, MA: MIT Press.

[8] Jouët, J. (2000). Retour critique sur la sociologie des usages. *Réseaux*, 18(100), 487-521. <https://doi.org/10.3406/reso.2000.2235>

[9] Nyamnjoh, F. B. (2005). *Africa's media: Democracy and the politics of belonging*. London: Zed Books.

[10] Tudesq, A.-J. (2002). *Les médias en Afrique au sud du Sahara*. Paris: Karthala.

[11] Wasserman, H. (2011). *Popular media, democracy and development in Africa*. London: Routledge.

Vol. 45 No. 2 July 2024, pp. xxx-xxx

indépendants. Les pressions politiques, les limitations économiques et le manque de ressources techniques réduisent leur capacité d'investigation et leur indépendance éditoriale. Dans ce contexte, le public se tourne vers des sources alternatives perçues comme plus proches, plus accessibles et plus authentiques.

Le *Chronifuati* répond à cette demande sociale. En utilisant les langues locales et en adoptant un ton direct, il crée une relation de proximité avec l'audience. Cependant, cette ouverture se double d'une grande fragilité : l'absence de cadre juridique et éthique laisse la porte ouverte aux rumeurs, à la manipulation et à l'exploitation économique par des acteurs politiques.

4. Vers une sphère publique numérique congolaise ?

Ces trois perspectives permettent de poser l'hypothèse que le *Chronifuati* participe à une **reconfiguration de la sphère publique congolaise**. Habermas (1989) a décrit la sphère publique comme un espace de débat rationnel où les citoyens délibèrent sur les affaires communes. Dans cette perspective, Nyabuga et Mudhai (2018) montrent que le journalisme citoyen en Afrique contribue à démocratiser les sphères publiques locales, en élargissant l'accès aux débats à des publics auparavant marginalisés. Dans le cas congolais, ce débat ne se déroule plus seulement dans les médias traditionnels ou les forums politiques, mais aussi dans les espaces numériques animés par les *chronifuati*.

Cette sphère publique est certes fragmentée, traversée par des discours parfois approximatifs ou polémiques, mais elle incarne une forme d'appropriation citoyenne de l'information. Elle témoigne d'une volonté populaire de reprendre la parole et d'occuper l'espace médiatique, même en l'absence de reconnaissance institutionnelle.

III. MÉTHODOLOGIE

1. Approche générale

Cette recherche adopte une **approche qualitative**, enrichie par certains éléments quantitatifs. Le choix de la démarche qualitative s'explique par la nature du phénomène étudié : le *Chronifuati* ne se mesure pas seulement en chiffres (nombre de vues, d'abonnés), mais surtout à travers des pratiques sociales, des discours et des représentations.

Comme l'affirme Bardin (2007), l'analyse qualitative permet de « mettre en évidence la signification » des productions culturelles et de comprendre la logique interne des acteurs. L'approche quantitative, limitée ici aux statistiques d'audience (nombre de vues, "likes", partages), vient en complément pour donner une idée de l'ampleur du phénomène.

2. Constitution du corpus

Auteur Correspondant : Lovua Dieudonné Benjamin Atton, C. (2002). *Alternative media*. London: SAGE Publications.

[3] Bardin, L. (2007). *L'analyse de contenu*. Paris: Presses Universitaires de France.

[4] Chéneau-Loquay, A. (2010). *Mondialisation et technologies de la communication en Afrique*. Paris: Karthala.

[5] De Certeau, M. (1980). *L'invention du quotidien. Tome 1 : Arts de faire*. Paris: Gallimard.

[6] Gillmor, D. (2004). *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.

[7] Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge, MA: MIT Press.

[8] Jouët, J. (2000). Retour critique sur la sociologie des usages. *Réseaux*, 18(100), 487-521. <https://doi.org/10.3406/reso.2000.2235>

[9] Nyamnjoh, F. B. (2005). *Africa's media: Democracy and the politics of belonging*. London: Zed Books.

[10] Tudesq, A.-J. (2002). *Les médias en Afrique au sud du Sahara*. Paris: Karthala.

[11] Wasserman, H. (2011). *Popular media, democracy and development in Africa*. London: Routledge.

a) Sélection des chaînes YouTube

Vingt chaînes YouTube ont été retenues entre janvier et juin 2025. Les critères de sélection étaient les suivants :

- **Popularité** : nombre d'abonnés (de 5 000 à plus de 200 000).
- **Régularité** : au moins une vidéo publiée toutes les deux semaines.
- **Diversité thématique** : politique, vie sociale, culture, actualité judiciaire.
- **Langue utilisée** : principalement le lingala et le français.

Chaque chaîne a été **anonymisée** afin de protéger ses auteurs et d'éviter la perception négative associée au terme *Chronifuati*. Dans l'analyse, elles sont désignées par des lettres (Chaîne A, Chaîne B, etc.).

b) Sélection

Pour chaque chaîne, 5 à 7 vidéos représentatives ont été étudiées, soit un total de 120 vidéos. Les vidéos choisies correspondaient aux thématiques les plus récurrentes : commentaires politiques, chroniques sociales, analyses culturelles et comptes rendus de scandales judiciaires.

c) Analyse des commentaires

Environ 500 commentaires ont été collectés sous ces vidéos, en veillant à avoir un échantillon varié : messages de soutien, critiques, discussions entre internautes. Ces commentaires constituent une source précieuse pour comprendre la réception et l'engagement du public. Une analyse thématique de ces commentaires a également permis de catégoriser les sujets de discussion récurrents initiés par les internautes eux-mêmes, exemples : débats sur la musique, les personnalités politico-culturelles, débats sur la corruption, témoignages personnels, appels à l'action, etc.

3. Entretiens qualitatifs

a) Avec les créateurs (*chronifuati*)

Dix créateurs ont accepté de participer à des **entretiens semi-directifs**. Les questions portaient sur :

Auteur Correspondant : Lovua Dieudonné Benjamin Atton, C. (2002). *Alternative media*. London: SAGE Publications.

[3] Bardin, L. (2007). *L'analyse de contenu*. Paris: Presses Universitaires de France.

[4] Chéneau-Loquay, A. (2010). *Mondialisation et technologies de la communication en Afrique*. Paris: Karthala.

[5] De Certeau, M. (1980). *L'invention du quotidien. Tome 1 : Arts de faire*. Paris: Gallimard.

[6] Gillmor, D. (2004). *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.

[7] Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge, MA: MIT Press.

[8] Jouët, J. (2000). Retour critique sur la sociologie des usages. *Réseaux*, 18(100), 487-521. <https://doi.org/10.3406/reso.2000.2235>

[9] Nyamnjoh, F. B. (2005). *Africa's media: Democracy and the politics of belonging*. London: Zed Books.

[10] Tudesq, A.-J. (2002). *Les médias en Afrique au sud du Sahara*. Paris: Karthala.

[11] Wasserman, H. (2011). *Popular media, democracy and development in Africa*. London: Routledge.

Vol. 45 No. 2 July 2024, pp. xxx-xxx

- Leur parcours personnel et professionnel.
- Les motivations à produire des vidéos.
- Leur perception du rôle qu'ils jouent (journalistes, influenceurs, simples citoyens).
- Les difficultés rencontrées (techniques, financières, sociales).

Un exemple révélateur est celui d'un étudiant (Chaîne A) qui affirme :

« *Je ne veux pas être journaliste, je veux être libre. Je parle comme le peuple, pas comme quelqu'un qui lit un communiqué.* »

b) Avec les internautes

Quinze internautes réguliers ont également été interrogés. L'échantillon comprenait des étudiants, des commerçants, des enseignants et des jeunes au chômage. Les entretiens visaient à comprendre :

- Pourquoi suivent-ils les *chronifuti*
- Quelle confiance leur accordent-ils par rapport aux médias traditionnels ?
- Comment utilisent-ils ces vidéos dans leur vie quotidienne (discussions, partages, mobilisation) ?

Une réponse fréquente illustre cette perception :

« *À la télé, on sent qu'ils sont achetés. Mais sur YouTube, on entend nos problèmes comme on les vit.* » (Internaute, 24 ans, Kinshasa).

4. Techniques d'analyse

- **Analyse de contenu thématique** (Bardin, 2007) : les vidéos et commentaires ont été codés selon plusieurs catégories (politique, social, culture, justice, humour, opinion personnelle, accusation).
- **Observation participante** : pendant six mois, l'auteur a suivi plusieurs chaînes en s'abonnant, en recevant les notifications et en observant les discussions générées. Cela a permis de comprendre les logiques d'engagement et les stratégies de fidélisation des publics.
- **Analyse discursive** : mise en évidence des figures de style utilisées (humour, provocation, slogans, proverbes).

Auteur Correspondant : Lovua Dieudonné Benjamin Atton, C. (2002). *Alternative media*. London: SAGE Publications.

[3] Bardin, L. (2007). *L'analyse de contenu*. Paris: Presses Universitaires de France.

[4] Chéneau-Loquay, A. (2010). *Mondialisation et technologies de la communication en Afrique*. Paris: Karthala.

[5] De Certeau, M. (1980). *L'invention du quotidien. Tome 1 : Arts de faire*. Paris: Gallimard.

[6] Gillmor, D. (2004). *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.

[7] Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge, MA: MIT Press.

[8] Jouët, J. (2000). Retour critique sur la sociologie des usages. *Réseaux*, 18(100), 487-521. <https://doi.org/10.3406/reso.2000.2235>

[9] Nyamnjoh, F. B. (2005). *Africa's media: Democracy and the politics of belonging*. London: Zed Books.

[10] Tudesq, A.-J. (2002). *Les médias en Afrique au sud du Sahara*. Paris: Karthala.

[11] Wasserman, H. (2011). *Popular media, democracy and development in Africa*. London: Routledge.

Comme toute recherche, cette étude présente des limites :

- **Accès restreint** : certains créateurs très suivis n'ont pas accepté d'entretien, craignant une instrumentalisation du terme *Chronifuati*.
- **Biais de sélection** : les vingt chaînes retenues ne représentent pas la totalité du phénomène, qui est en réalité beaucoup plus large.
- **Subjectivité** : l'analyse qualitative repose sur une interprétation, ce qui suppose une part de subjectivité de la part du chercheur que nous sommes.
- **Contrainte technique** : la qualité de la connexion Internet a limité la possibilité d'analyser certaines vidéos longues ou supprimées après publication.

IV. RÉSULTATS ET ANALYSES

L'analyse du corpus des vingt chaînes anonymisées (Chaîne A → Chaîne T), complétée par les entretiens et l'observation participante, a permis de dégager plusieurs tendances majeures. Elles concernent le profil des créateurs, les thématiques abordées, les formats et styles employés, la réception par le public, ainsi que les limites et controverses soulevées.

1. Profils des chronifuati : diversité et trajectoires sociales

Les créateurs étudiés proviennent de milieux sociaux et professionnels variés. Loin d'être un groupe homogène, ils reflètent la pluralité de la société congolaise :

- **Les étudiants engagés** : Chaîne A est animée par un étudiant en droit de l'Université de Kinshasa. Dans ses vidéos, il analyse les discours politiques avec un langage simple, ponctué d'expressions juridiques vulgarisées. Dans une vidéo intitulée « *Parlement ezali kobeta masolo ya peuple te* » (*Le Parlement ne débat pas des problèmes du peuple*), il critique l'absence de débats sur le chômage des jeunes.
- **Les chroniqueurs de potins** : Chaîne K, tenue par un créateur anonyme, se spécialise dans les conflits et rivalités entre musiciens congolais. Ses vidéos, souvent accompagnées de captures d'écran de conversations privées ou de déclarations chocs, alimentent les rumeurs et les débats passionnés au sein de la fan base. Une séquence montre un montage de critiques acerbes échangées entre deux figures majeures de la rumba congolaise, avec des commentaires salaces ajoutés en surimpression.

Auteur Correspondant : Lovua Dieudonné Benjamin Atton, C. (2002). *Alternative media*. London: SAGE Publications.

[3] Bardin, L. (2007). *L'analyse de contenu*. Paris: Presses Universitaires de France.

[4] Chéneau-Loquay, A. (2010). *Mondialisation et technologies de la communication en Afrique*. Paris: Karthala.

[5] De Certeau, M. (1980). *L'invention du quotidien. Tome 1 : Arts de faire*. Paris: Gallimard.

[6] Gillmor, D. (2004). *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.

[7] Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge, MA: MIT Press.

[8] Jouët, J. (2000). Retour critique sur la sociologie des usages. *Réseaux*, 18(100), 487-521. <https://doi.org/10.3406/reso.2000.2235>

[9] Nyamnjoh, F. B. (2005). *Africa's media: Democracy and the politics of belonging*. London: Zed Books.

[10] Tudesq, A.-J. (2002). *Les médias en Afrique au sud du Sahara*. Paris: Karthala.

[11] Wasserman, H. (2011). *Popular media, democracy and development in Africa*. London: Routledge.

Vol. 45 No. 2 July 2024, pp. xxx-xxx

- **Les satiristes de rue** : Chaîne F appartient à un individu qui filme des sketches improvisés dans les marchés populaires de Kinshasa. Ses vidéos tournent en dérision les travers de la société, des petites arnaques quotidiennes aux comportements les plus obscènes observés dans la rue. Il utilise un langage cru et des situations souvent vulgaires pour provoquer le rire, illustrant par exemple les difficultés sexuelles des hommes ou les infidélités des femmes.

Cette diversité montre que le *Chronifuati* n'est pas une activité marginale réservée aux jeunes désœuvrés, mais une pratique traversant plusieurs couches sociales.

2. Thématiques abordées : un miroir des préoccupations populaires

Les *chronifuati* s'illustrent par la variété des sujets traités, mais quatre grands axes dominant :

a) Politique et gouvernance

La politique est le thème le plus récurrent. Les vidéos dénoncent les promesses non tenues, les scandales de corruption, les tensions électorales.

- Sur Chaîne B, une vidéo de 15 minutes intitulée « *Ba promesses ekokisamaka te* » (*Les promesses ne sont jamais tenues*) a atteint 50 000 vues. Le créateur y dresse une liste des promesses électorales non réalisées et demande directement à ses abonnés :

« *Bino moko, bozali kotala changement moko ?* » (*Vous-mêmes, voyez-vous un seul changement ?*).

Cette interpellation directe crée une interaction forte, visible dans les 1 200 commentaires suscités par la vidéo.

b) Vie sociale quotidienne

La chronique sociale est également très présente. Sur Chaîne F, le conducteur de taxi-moto filme son trajet du quartier de Masina jusqu'au centre-ville. Il commente l'état des routes, les embouteillages et la flambée du prix du transport :

« *Soki to kende kilomètre moko, ezali déjà 2000 francs. Bana université bazali kobeta masolo, kasi ndenge nini bako kota classe ?* »
(*Si on fait seulement un kilomètre, ça coûte déjà 2000 francs. Les étudiants parlent beaucoup, mais comment vont-ils entrer en classe ?*).

Auteur Correspondant : Lovua Dieudonné Benjamin Atton, C. (2002). *Alternative media*. London: SAGE Publications.

[3] Bardin, L. (2007). *L'analyse de contenu*. Paris: Presses Universitaires de France.

[4] Chéneau-Loquay, A. (2010). *Mondialisation et technologies de la communication en Afrique*. Paris: Karthala.

[5] De Certeau, M. (1980). *L'invention du quotidien. Tome 1 : Arts de faire*. Paris: Gallimard.

[6] Gillmor, D. (2004). *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.

[7] Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge, MA: MIT Press.

[8] Jouët, J. (2000). Retour critique sur la sociologie des usages. *Réseaux*, 18(100), 487-521. <https://doi.org/10.3406/reso.2000.2235>

[9] Nyamnjoh, F. B. (2005). *Africa's media: Democracy and the politics of belonging*. London: Zed Books.

[10] Tudesq, A.-J. (2002). *Les médias en Afrique au sud du Sahara*. Paris: Karthala.

[11] Wasserman, H. (2011). *Popular media, democracy and development in Africa*. London: Routledge.

c) Culture et divertissement

Certaines chaînes se spécialisent dans l'actualité musicale ou sportive. Chaîne K, par exemple, commente régulièrement les clashes entre artistes de la rumba congolaise. Une vidéo intitulée « *Pourquoi Ferre et Fally bazali toujours en guerre ?* » a dépassé les 120 000 vues. Les commentaires y mélangent humour, prises de parti et débats passionnés sur la musique congolaise.

d) Justice et scandales

Plusieurs *chronifuati* suivent de près les affaires judiciaires. Chaîne H a consacré une série de vidéos à l'arrestation d'un haut fonctionnaire accusé de détournement. Le créateur, dans un ton accusateur, déclare :

« *Justice ezali pour les petits, mais aujourd'hui moko grand azo kufa na filet.* »
(*La justice est pour les petits, mais aujourd'hui un grand est tombé dans le filet.*)

Ces vidéos adoptent souvent un style sensationnaliste, mais rencontrent un large écho auprès d'un public avide de transparence.

3. Formats et styles de communication

Les formats employés par les *chronifuati* se distinguent par leur simplicité et leur proximité :

- **Langage populaire et familier** : la majorité des vidéos sont tournées en lingala, parfois en swahili, avec insertion d'expressions proverbiales. Sur Chaîne C, on entend : « *Nzambe azalaka te na télévision, kasi tozali kotala ndenge bazali kolakisa* » (*Dieu n'est pas à la télévision, mais on voit bien comment ils nous trompent*).
- **Ton direct et subjectif** : contrairement aux journalistes qui parlent de manière impersonnelle, les *chronifuati* s'expriment à la première personne. Ex. : « *Moi, je vous dis que...* » (Chaîne E).
- **Formats courts et accessibles** : la plupart des vidéos durent entre 5 et 20 minutes, adaptées à une consommation rapide sur smartphone.
- **Humour et satire** : Chaîne L imite la voix d'un politicien célèbre pour ridiculiser ses promesses. La vidéo dépasse 80 000 vues et accumule plus de 2 000 commentaires moqueurs.

Ces choix stylistiques renforcent la proximité avec le public et accentuent l'effet d'identification.

4. Réception par le public : entre adhésion et scepticisme

Auteur Correspondant : Lovua Dieudonné Benjamin Atton, C. (2002). *Alternative media*. London: SAGE Publications.

[3] Bardin, L. (2007). *L'analyse de contenu*. Paris: Presses Universitaires de France.

[4] Chéneau-Loquay, A. (2010). *Mondialisation et technologies de la communication en Afrique*. Paris: Karthala.

[5] De Certeau, M. (1980). *L'invention du quotidien. Tome 1 : Arts de faire*. Paris: Gallimard.

[6] Gillmor, D. (2004). *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.

[7] Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge, MA: MIT Press.

[8] Jouët, J. (2000). Retour critique sur la sociologie des usages. *Réseaux*, 18(100), 487-521. <https://doi.org/10.3406/reso.2000.2235>

[9] Nyamnjoh, F. B. (2005). *Africa's media: Democracy and the politics of belonging*. London: Zed Books.

[10] Tudesq, A.-J. (2002). *Les médias en Afrique au sud du Sahara*. Paris: Karthala.

[11] Wasserman, H. (2011). *Popular media, democracy and development in Africa*. London: Routledge.

Vol. 45 No. 2 July 2024, pp. xxx-xxx

L'analyse des 500 commentaires révèle trois attitudes principales :

- **Identification et soutien**

Beaucoup considèrent les *chronifuati* comme leurs porte-parole.

« *Ozali moto ya peuple, yo nde ozali koloba makambo na biso* » (*Tu es la voix du peuple, tu dis nos réalités*). (Commentaire, Chaîne C).

- **Méfiance envers les médias traditionnels**

Les internautes affirment souvent que les télévisions sont compromises avec le pouvoir.

« *Télévision ezangi lisusu valeur, ezali kaka bino nde tozali kotala* » (*La télévision n'a plus de valeur, c'est seulement vous que nous suivons*). (Commentaire, Chaîne A).

- **Critiques du manque de rigueur**

Certains reprochent la diffusion de rumeurs non vérifiées.

« *Bo tika kobeta masolo soki bozangi preuve* » (*Arrêtez de raconter des histoires si vous n'avez pas de preuves*). (Commentaire, Chaîne H).

Cette ambivalence illustre la tension entre la popularité des *chronifuati* et leur crédibilité contestée.

5. Limites et controverses

Si le *Chronifuati* constitue une innovation populaire, il présente aussi des fragilités :

- **Absence de vérification systématique** : Chaîne N a diffusé une rumeur sur un politicien qui s'est révélée fausse, générant 30 000 vues avant démenti.
- **Sensationalisme** : recours fréquent à des titres exagérés (*clickbait*). Exemple : « *Le Congo en feu !* » alors qu'il s'agissait d'une manifestation localisée.
- **Dépendance économique** : plusieurs créateurs déclarent dépendre uniquement des revenus YouTube, ce qui les pousse à privilégier le sensationnel pour attirer les clics. Certains reconnaissent aussi recevoir ponctuellement des financements « privés », ce qui pose la question d'une instrumentalisation politique.

En somme, les résultats montrent que le *Chronifuati* est un phénomène à double face :

Auteur Correspondant : Lovua Dieudonné Benjamin Atton, C. (2002). *Alternative media*. London: SAGE Publications.

[3] Bardin, L. (2007). *L'analyse de contenu*. Paris: Presses Universitaires de France.

[4] Chéneau-Loquay, A. (2010). *Mondialisation et technologies de la communication en Afrique*. Paris: Karthala.

[5] De Certeau, M. (1980). *L'invention du quotidien. Tome 1 : Arts de faire*. Paris: Gallimard.

[6] Gillmor, D. (2004). *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.

[7] Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge, MA: MIT Press.

[8] Jouët, J. (2000). Retour critique sur la sociologie des usages. *Réseaux*, 18(100), 487-521. <https://doi.org/10.3406/reso.2000.2235>

[9] Nyamnjoh, F. B. (2005). *Africa's media: Democracy and the politics of belonging*. London: Zed Books.

[10] Tudesq, A.-J. (2002). *Les médias en Afrique au sud du Sahara*. Paris: Karthala.

[11] Wasserman, H. (2011). *Popular media, democracy and development in Africa*. London: Routledge.

Vol. 45 No. 2 July 2024, pp. xxx-xxx

- Une **innovation populaire**, qui permet aux citoyens de s'approprier l'espace numérique et d'exprimer des critiques sociales et politiques.
- Une **fragilité structurelle**, marquée par l'absence de normes déontologiques, la dépendance économique et le risque de désinformation.

V. DISCUSSION

Les résultats obtenus à travers l'analyse des vidéos, des commentaires et des entretiens mettent en lumière un phénomène complexe et ambivalent. Le *Chronifuati* est à la fois une innovation citoyenne qui élargit la sphère publique congolaise, et un espace fragile où se mêlent information, opinion et rumeurs. Cette discussion articule les résultats empiriques aux trois grands axes du cadre théorique : l'appropriation des TIC, le journalisme citoyen et alternatif, et la communication en contexte de sous-développement. Elle ouvre également la comparaison avec d'autres expériences africaines.

1. Une appropriation populaire du numérique en contexte de contrainte

Les résultats montrent que les *chronifuati* utilisent des moyens techniques modestes (smartphones basiques, connexion 3G instable) pour produire des contenus qui rencontrent un large écho. Ce constat confirme la thèse de l'**innovation par la contrainte** (Chéneau-Loquay, 2010) : face au manque d'infrastructures et de financements, les usagers africains développent des solutions originales et créatives.

Dans le cas congolais, l'appropriation du numérique se traduit par une volonté d'investir un espace médiatique laissé vacant par les institutions traditionnelles. L'usage du lingala, du swahili et du français populaire illustre une volonté de parler la langue du peuple et non celle des élites. On retrouve ici l'intuition de De Certeau (1980) : les individus « braconnent » les outils techniques pour les transformer en espaces d'expression adaptés à leurs réalités quotidiennes.

Ainsi, le *Chronifuati* n'est pas un simple phénomène de mode : il exprime la capacité d'un peuple à s'approprier les technologies mondiales pour construire un espace de parole ancré dans les réalités locales.

2. Entre journalisme citoyen et journalisme alternatif

Les pratiques des *chronifuati* s'inscrivent dans la mouvance du **journalisme citoyen** (Gillmor, 2004) : elles témoignent d'une participation directe des citoyens ordinaires à la production de contenus médiatiques. Les créateurs ne revendiquent pas forcément le titre de journaliste, mais se positionnent comme des témoins engagés, au service de la vérité populaire.

Cependant, leurs pratiques dépassent parfois le simple témoignage pour s'inscrire dans une logique de **journalisme alternatif** (Atton, 2002). En contestant ouvertement les médias traditionnels, accusés de complicité avec les pouvoirs, ils proposent une

Auteur Correspondant : Lovua Dieudonné Benjamin Atton, C. (2002). *Alternative media*. London: SAGE Publications.

[3] Bardin, L. (2007). *L'analyse de contenu*. Paris: Presses Universitaires de France.

[4] Chéneau-Loquay, A. (2010). *Mondialisation et technologies de la communication en Afrique*. Paris: Karthala.

[5] De Certeau, M. (1980). *L'invention du quotidien. Tome 1 : Arts de faire*. Paris: Gallimard.

[6] Gillmor, D. (2004). *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.

[7] Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge, MA: MIT Press.

[8] Jouët, J. (2000). Retour critique sur la sociologie des usages. *Réseaux*, 18(100), 487-521. <https://doi.org/10.3406/reso.2000.2235>

[9] Nyamnjoh, F. B. (2005). *Africa's media: Democracy and the politics of belonging*. London: Zed Books.

[10] Tudesq, A.-J. (2002). *Les médias en Afrique au sud du Sahara*. Paris: Karthala.

[11] Wasserman, H. (2011). *Popular media, democracy and development in Africa*. London: Routledge.

Vol. 45 No. 2 July 2024, pp. xxx-xxx

autre narration de la réalité sociale, culturelle et politique congolaise. Leurs vidéos constituent alors une forme de contre-discours, destiné à élargir le champ des points de vue disponibles dans l'espace public.

Toutefois, l'absence de déontologie professionnelle limite cette comparaison. Les *chronifuati* assument une subjectivité forte, souvent au détriment de la vérification des faits. Comme le montre Wasserman (2011) à propos des médias populaires en Afrique, cette tension entre authenticité perçue et rigueur journalistique soulève un dilemme : faut-il privilégier la proximité avec le peuple au risque de fragiliser la crédibilité ?

En ce sens, le *Chronifuati* n'est pas un journalisme professionnel, mais il peut être considéré comme une **ébauche de journalisme alternatif**, embryonnaire et hybride.

3. Communication et sous-développement : innovation et vulnérabilités

Le contexte congolais est marqué par un déficit structurel de communication : faiblesse des médias indépendants, pressions politiques, infrastructures limitées. Les *chronifuati* apparaissent alors comme une réponse sociale et culturelle à ces déficits.

Mais cette réponse reste vulnérable :

- **Économiquement**, les créateurs dépendent de YouTube, dont les revenus fluctuent et encouragent le sensationnalisme. Certains admettent recevoir un soutien financier ponctuel d'acteurs politiques, des musiciens, etc., ce qui pose la question de l'instrumentalisation.
- **Éthiquement**, l'absence de règles de vérification favorise la diffusion de rumeurs, comme l'a montré la vidéo de la Chaîne N, démentie après 30 000 vues.
- **Institutionnellement**, les autorités hésitent entre tolérance et menace de répression. La régulation est encore floue, oscillant entre la défense de la liberté d'expression et la volonté de contrôler les contenus.

Ces limites rejoignent les analyses de Nyamnjoh (2005), qui décrit les médias africains comme des espaces de créativité populaire mais fragiles, souvent tiraillés entre émancipation et contrôle.

4. Comparaisons africaines : un phénomène partagé ?

Si le *Chronifuati* présente des spécificités congolaises, il peut être comparé à d'autres expériences africaines :

- Au **Kenya**, les *bloggers* politiques jouent un rôle similaire dans la critique du pouvoir, mais ils bénéficient d'une meilleure structuration et d'un ancrage dans les milieux urbains éduqués.

Auteur Correspondant : Lovua Dieudonné Benjamin Atton, C. (2002). *Alternative media*. London: SAGE Publications.

[3] Bardin, L. (2007). *L'analyse de contenu*. Paris: Presses Universitaires de France.

[4] Chéneau-Loquay, A. (2010). *Mondialisation et technologies de la communication en Afrique*. Paris: Karthala.

[5] De Certeau, M. (1980). *L'invention du quotidien. Tome 1 : Arts de faire*. Paris: Gallimard.

[6] Gillmor, D. (2004). *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.

[7] Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge, MA: MIT Press.

[8] Jouët, J. (2000). Retour critique sur la sociologie des usages. *Réseaux*, 18(100), 487-521. <https://doi.org/10.3406/reso.2000.2235>

[9] Nyamnjoh, F. B. (2005). *Africa's media: Democracy and the politics of belonging*. London: Zed Books.

[10] Tudesq, A.-J. (2002). *Les médias en Afrique au sud du Sahara*. Paris: Karthala.

[11] Wasserman, H. (2011). *Popular media, democracy and development in Africa*. London: Routledge.

Vol. 45 No. 2 July 2024, pp. xxx-xxx

- En **Afrique du Sud**, des initiatives comme *GroundUp* associent citoyens et journalistes professionnels pour produire un contenu plus rigoureux, ce qui pourrait inspirer le cas congolais.
- Au **Cameroun**, le phénomène des *feymen digitaux* illustre aussi la capacité des populations à détourner le numérique pour produire des récits populaires, mais avec une dimension plus humoristique et identitaire.

Ces comparaisons montrent que le *Chronifuati* s'inscrit dans une tendance continentale : l'essor de médias alternatifs numériques portés par des citoyens ordinaires. Mais la spécificité congolaise réside dans l'ampleur du phénomène et son ancrage profond dans le quotidien urbain de Kinshasa.

5. Vers une redéfinition de la sphère publique congolaise

Enfin, le *Chronifuati* peut être lu à travers la notion de sphère publique (Habermas, 1989). Les créateurs étudiés participent à la construction d'un espace de débat où les citoyens expriment leurs frustrations, partagent leurs expériences et critiquent le pouvoir ou les contre-vérités des acteurs publics.

Cet espace n'est pas « rationnel » au sens habermassien — les vidéos sont souvent émotionnelles, humoristiques, voire polémiques — mais il élargit indéniablement le champ de la parole publique. Il offre une tribune aux citoyens qui n'avaient pas accès aux médias traditionnels, et reconfigure les rapports entre producteurs et consommateurs de contenus.

Le *Chronifuati* incarne ainsi une **sphère publique numérique congolaise**, à la fois prometteuse et fragile.

BILAN DE LA DISCUSSION

La discussion montre que le *Chronifuati* est un phénomène hybride, situé à la croisée de l'innovation populaire, de l'activisme médiatique et de la contestation sociale. Il illustre la créativité des citoyens face aux contraintes structurelles, mais pose aussi la question de la crédibilité et de la durabilité de cette forme médiatique.

CONCLUSION

L'étude du phénomène *Chronifuati* en République Démocratique du Congo met en lumière un processus d'appropriation populaire du numérique qui transforme profondément les pratiques médiatiques et la circulation de l'information. Loin d'être une simple curiosité socioculturelle, le *Chronifuati* illustre la manière dont des citoyens ordinaires s'emparent des technologies disponibles pour produire et diffuser un discours sur l'actualité, en marge des institutions médiatiques classiques.

Auteur Correspondant : Lovua Dieudonné Benjamin Atton, C. (2002). *Alternative media*. London: SAGE Publications.

[3] Bardin, L. (2007). *L'analyse de contenu*. Paris: Presses Universitaires de France.

[4] Chéneau-Loquay, A. (2010). *Mondialisation et technologies de la communication en Afrique*. Paris: Karthala.

[5] De Certeau, M. (1980). *L'invention du quotidien. Tome 1 : Arts de faire*. Paris: Gallimard.

[6] Gillmor, D. (2004). *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.

[7] Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge, MA: MIT Press.

[8] Jouët, J. (2000). Retour critique sur la sociologie des usages. *Réseaux*, 18(100), 487-521. <https://doi.org/10.3406/reso.2000.2235>

[9] Nyamnjoh, F. B. (2005). *Africa's media: Democracy and the politics of belonging*. London: Zed Books.

[10] Tudesq, A.-J. (2002). *Les médias en Afrique au sud du Sahara*. Paris: Karthala.

[11] Wasserman, H. (2011). *Popular media, democracy and development in Africa*. London: Routledge.

Vol. 45 No. 2 July 2024, pp. xxx-xxx

Les résultats obtenus montrent que ces créateurs de contenus se positionnent comme des **porte-voix du peuple**, usant d'un langage direct, familier et enraciné dans les réalités quotidiennes. Leurs thématiques – allant de la politique à la vie sociale, en passant par la culture et/ou la musique – rencontrent un large écho auprès d'un public en quête d'informations perçues comme « authentiques » et « non censurées ».

Cependant, cette dynamique se déploie dans un contexte marqué par des **fragilités structurelles** : absence de formation journalistique, manque de déontologie, recherche du sensationnel, dépendance économique vis-à-vis des revenus publicitaires de YouTube ou de soutiens informels. Ces limites posent la question de la crédibilité à long terme du *Chronifuati* et de son potentiel en tant que véritable alternative journalistique.

Sur le plan théorique, le *Chronifuati* se situe à la croisée de trois logiques :

1. **L'appropriation des TIC** : un usage créatif et populaire des technologies numériques.
2. **Le journalisme alternatif** : une volonté de contester les récits dominants et d'ouvrir de nouveaux espaces de parole.
3. **La communication en contexte de sous-développement** : une innovation née de la contrainte, mais confrontée à la précarité économique et institutionnelle.

Ainsi, le *Chronifuati* contribue à la **reconfiguration de la sphère publique congolaise**, en offrant une tribune à des discours souvent marginalisés et en participant à l'élargissement du pluralisme médiatique. Toutefois, son avenir dépendra de sa capacité à se structurer, à renforcer ses pratiques de vérification et à trouver des modèles économiques viables.

Perspectives de recherche

Cette étude ouvre plusieurs pistes à explorer :

- Une **analyse comparative** avec d'autres formes de journalisme citoyen en Afrique ou ailleurs.
- L'étude des **dynamiques économiques** : comment les *chronifuati* financent-ils leur activité et quelles influences ces financements exercent-ils sur leurs contenus ?
- Une réflexion sur la **régulation** : comment encadrer ce phénomène sans étouffer la liberté d'expression qu'il représente ?

En définitive, le *Chronifuati* n'est pas seulement un miroir des frustrations sociales et politiques, mais également le signe d'une **transition médiatique** où le peuple devient acteur direct de l'information. Il incarne à la fois une promesse et un défi pour l'avenir du journalisme et de la communication en RDC.

REFERENCES

Auteur Correspondant : Lovua Dieudonné Benjamin Atton, C. (2002). *Alternative media*. London: SAGE Publications.

[3] Bardin, L. (2007). *L'analyse de contenu*. Paris: Presses Universitaires de France.

[4] Chéneau-Loquay, A. (2010). *Mondialisation et technologies de la communication en Afrique*. Paris: Karthala.

[5] De Certeau, M. (1980). *L'invention du quotidien. Tome 1 : Arts de faire*. Paris: Gallimard.

[6] Gillmor, D. (2004). *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.

[7] Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge, MA: MIT Press.

[8] Jouët, J. (2000). Retour critique sur la sociologie des usages. *Réseaux*, 18(100), 487-521. <https://doi.org/10.3406/reso.2000.2235>

[9] Nyamnjoh, F. B. (2005). *Africa's media: Democracy and the politics of belonging*. London: Zed Books.

[10] Tudesq, A.-J. (2002). *Les médias en Afrique au sud du Sahara*. Paris: Karthala.

[11] Wasserman, H. (2011). *Popular media, democracy and development in Africa*. London: Routledge.

Vol. 45 No. 2 July 2024, pp. xxx-xxx

- [1] Mutsvairo, B. (Ed.). (2016). *Digital activism in the social media era: Critical reflections on emerging trends in sub-Saharan Africa*. Cham: Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-40949-8> [SpringerLink](#)
- [2] Wasserman, H., & Madrid-Morales, D. (2019). An exploratory study of “fake news” and media trust in Kenya, Nigeria and South Africa. *African Journalism Studies*, 40(1), 107-123. <https://doi.org/10.1080/23743670.2019.1627230>

Auteur Correspondant : Lovua Dieudonné Benjamin Atton, C. (2002). *Alternative media*. London: SAGE Publications.

- [3] Bardin, L. (2007). *L'analyse de contenu*. Paris: Presses Universitaires de France.
- [4] Chéneau-Loquay, A. (2010). *Mondialisation et technologies de la communication en Afrique*. Paris: Karthala.
- [5] De Certeau, M. (1980). *L'invention du quotidien. Tome 1 : Arts de faire*. Paris: Gallimard.
- [6] Gillmor, D. (2004). *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.
- [7] Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge, MA: MIT Press.
- [8] Jouët, J. (2000). Retour critique sur la sociologie des usages. *Réseaux*, 18(100), 487-521. <https://doi.org/10.3406/reso.2000.2235>
- [9] Nyamnjoh, F. B. (2005). *Africa's media: Democracy and the politics of belonging*. London: Zed Books.
- [10] Tudesq, A.-J. (2002). *Les médias en Afrique au sud du Sahara*. Paris: Karthala.
- [11] Wasserman, H. (2011). *Popular media, democracy and development in Africa*. London: Routledge.