

MÉDIAS EN LIGNE ET ACCÈS À L'INFORMATION À BUKAVU : USAGES, PERCEPTIONS ET CONTRAINTES DANS LA COMMUNE DE BAGIRA

Online Media and Access to Information in Bukavu: Uses, Perceptions and Constraints in Bagira Municipality

CITO CIBAMBO Ferdinand

Université de Développement Durable en Afrique Centrale (UDDAC) ferdinandtwin@gmail.com

Résumé

Cette recherche évalue l'apport des médias en ligne à l'accès à l'information à Bagira (Bukavu) en 2026. Une enquête par questionnaire auprès de 120 habitants, complétée par une analyse documentaire, montre que 72,5 % utilisent Internet, 79,2 % connaissent les médias en ligne et 51,7 % les citent comme principale source d'actualité. Leur principal apport perçu est l'information en temps réel (40,8 %).

Mots-clés : Médias en ligne, Accès à l'information, Journalisme numérique, Bukavu.

Abstract

This research assesses the contribution of online media to access to information in Bagira, Bukavu, in 2026. A questionnaire survey of 120 residents, supported by documentary analysis, shows that 72.5% use the Internet, 79.2% know online media and 51.7% cite them as their main source of news. Their leading perceived contribution is real-time information (40.8%).

Keywords: Online media, Access to information, Digital journalism, Bukavu.

Introduction

La numérisation de l'information a profondément transformé les conditions de production, de diffusion et de consommation de l'actualité. À côté de la presse écrite, de la radio et de la télévision, les médias en ligne exploitent les possibilités offertes par Internet : publication continue, combinaison du texte, du son et de l'image, archivage, circulation par hyperliens et interaction avec les publics. Dans cette configuration, le support n'est plus un simple canal technique ; il reconfigure les temporalités, les usages et les formes de relation entre producteurs et consommateurs d'information. Cette idée rejoint la perspective de McLuhan (1968), pour qui le médium participe lui-même à la structuration des rapports sociaux et des perceptions.

La presse en ligne se distingue toutefois de la simple circulation d'informations sur Internet. Elle renvoie à un projet éditorial qui mobilise des pratiques journalistiques de collecte, de vérification, de sélection, de traitement et de publication de faits d'intérêt public. Charron et Le Floch (2011) rappellent que l'environnement numérique modifie les modèles de production et de diffusion de la presse, tandis que Balle (2004) insiste sur la fonction médiatrice des dispositifs de communication. L'enjeu scientifique n'est donc pas seulement de constater l'existence de nouveaux supports, mais de comprendre dans quelle mesure ceux-ci améliorent effectivement l'accès des populations à une information utile, crédible et disponible au moment opportun.

Dans la ville de Bukavu, au Sud-Kivu, le développement des médias en ligne s'est accéléré avec la diffusion des smartphones et l'appropriation progressive d'Internet. La présente recherche recense vingt-huit sites d'information édités localement et publiant de manière régulière. Cette densification de l'offre numérique coexiste avec les médias traditionnels et avec des contraintes importantes : coût de la connexion, maîtrise inégale des outils numériques, accès différencié aux équipements, instabilité énergétique et connaissance limitée des adresses des sites d'information. Le numérique crée ainsi simultanément de nouvelles possibilités d'accès et de nouvelles formes d'exclusion.

Cette tension est particulièrement pertinente dans la commune de Bagira. L'accès à l'information y dépend à la fois de la présence d'une offre éditoriale, de la possession d'un terminal, de la connexion à Internet et des habitudes de consommation médiatique. L'existence d'un média en ligne ne garantit donc pas, à elle seule, l'accès du public à son contenu. Il faut également que le public sache identifier les plateformes, disposer des moyens techniques nécessaires, distinguer une information journalistique des contenus ordinaires des réseaux sociaux et développer une confiance suffisante dans les informations consultées.

La problématique de cette recherche peut ainsi être formulée de la manière suivante : dans quelle mesure les médias en ligne contribuent-ils à l'accès à l'information des habitants de la commune de Bagira, et quels usages, perceptions et contraintes conditionnent cet apport ? L'objectif principal est d'évaluer la place des médias en ligne dans les pratiques d'information des habitants, en examinant leur accès à Internet, leur connaissance des médias en ligne, les sources d'actualité privilégiées, les bénéfices attribués à ces médias et les recommandations adressées aux professionnels.

Sur le plan théorique, l'étude mobilise deux repères interprétatifs : d'une part, la perspective de McLuhan sur le rôle structurant du médium ; d'autre part, une approche centrée sur les usages et les gratifications, selon laquelle le public sélectionne les médias en fonction des satisfactions recherchées et obtenues. Cette seconde perspective permet d'appréhender l'importance de la rapidité, de l'interactivité, de l'accessibilité et de la diversité des formats dans le choix des supports d'information. L'article s'organise en quatre parties : la méthode, les résultats, la discussion et la conclusion.

1. Méthodes

Réalisée en février 2026, cette recherche repose sur une démarche descriptive et analytique à dominante quantitative. Elle recourt à la méthode analytique, complétée par des procédés descriptif et comparatif. La collecte de données a combiné trois techniques : la recherche documentaire, l'enquête par questionnaire et l'interview. L'analyse documentaire a servi à construire le cadre conceptuel relatif aux médias, à la presse en ligne, aux nouvelles technologies de l'information et de la communication ainsi qu'aux pratiques journalistiques. Une interview du coordonnateur provincial du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication (CSAC) au Sud-Kivu a été mobilisée pour documenter le contexte médiatique local.

Le terrain empirique est la commune de Bagira, l'une des trois communes de la ville de Bukavu. L'enquête a concerné dix quartiers : Lumumba, Nyakavogo, Mulambula, Chikera, Chikonyi, Ciriri, Kanoshe, Mulwa, Kasha et Chahi. L'échantillon est constitué de 120 habitants. Un échantillonnage stratifié a été utilisé afin de constituer des sous-groupes correspondant aux caractéristiques retenues pour l'étude. Les répondants ont été répartis en quatre catégories socioprofessionnelles de taille égale : étudiants, enseignants, commerçants et professionnels d'institutions publiques ou privées.

Le questionnaire comprenait des questions portant notamment sur la possession d'un téléphone Android, l'utilisation d'Internet, la connaissance des médias en ligne, les types de médias suivis, la régularité de consommation des médias traditionnels, les principales sources d'actualité, l'appréciation de la fiabilité et de la qualité des médias en ligne, leur capacité à informer en temps réel, les défis informatifs qu'ils contribueraient à relever, leur apport spécifique et les recommandations à adresser aux professionnels. Les réponses ont été dépouillées question par question, classées par modalités, puis converties en fréquences et pourcentages.

L'analyse présentée dans cet article est descriptive. Les pourcentages ont été établis à partir des effectifs recueillis lors de l'enquête et harmonisés à une décimale. Aucun test statistique inférentiel n'a été appliqué, car les données disponibles ne comportent pas les croisements individuels nécessaires à l'examen d'associations entre variables. Les résultats doivent donc être interprétés comme une description des pratiques et perceptions des 120 personnes enquêtées, et non comme une estimation représentative de l'ensemble de la population de Bukavu.

Certaines limites méthodologiques doivent être signalées. La collecte des données est rattachée à l'année 2026, mais le mois et le jour exacts de passation du questionnaire, le taux de non-réponse, la procédure de sélection des individus à l'intérieur de chaque strate et le protocole de consentement des participants ne sont pas précisés. De plus, certaines catégories du questionnaire se chevauchent

conceptuellement, notamment « médias en ligne » et « réseaux sociaux », ce qui peut influencer l'interprétation de la source principale d'actualité. Ces limites sont prises en compte dans l'interprétation des résultats et devront être mieux documentées dans de futures recherches.

Tableau 1. Caractéristiques de l'échantillon (Enquête de terrain, 2026 ; n = 120)

Caractéristique	Effectif	%
Sexe : Femmes	48	40,0
Sexe : Hommes	72	60,0
Âge : 18-20 ans	25	20,8
Âge : 20-25 ans	34	28,3
Âge : 25-35 ans	42	35,0
Âge : 35 ans et plus	19	15,8
Catégorie : Étudiants	30	25,0
Catégorie : Enseignants	30	25,0
Catégorie : Commerçants	30	25,0
Catégorie : Professionnels	30	25,0

2. Résultats

2.1. Accès aux équipements numériques et connaissance des médias en ligne

Les données montrent d'abord que l'accès aux médias en ligne repose sur une base matérielle déjà importante, sans être universelle. Sur les 120 personnes interrogées, 102 déclarent posséder un téléphone Android, soit 85,0 %. L'utilisation d'Internet concerne 87 répondants (72,5 %). La connaissance des médias en ligne atteint 95 répondants, soit 79,2 %. Ces proportions indiquent qu'une majorité des personnes enquêtées dispose des principaux prérequis techniques et cognitifs permettant d'accéder à l'information numérique, mais qu'une fraction non négligeable demeure en marge de cet environnement.

L'écart entre la possession d'un smartphone (85,0 %) et l'utilisation d'Internet (72,5 %) est particulièrement instructif. Il suggère que la détention d'un équipement ne se traduit pas automatiquement par un usage connecté. L'analyse contextuelle associe cet écart notamment au coût de la connexion, à la maîtrise inégale des outils et aux contraintes d'infrastructure. L'accès numérique doit donc être envisagé comme une chaîne de conditions : équipement, connectivité, compétences et connaissance des plateformes.

Tableau 2. Accès aux outils numériques et connaissance des médias en ligne (Enquête de terrain, 2026 ; n = 120)

Indicateur	Effectif positif	%
Possède un téléphone Android	102	85,0
Utilise Internet	87	72,5
Connaît les médias en ligne	95	79,2

2.2. Médias suivis et sources d'actualité

Lorsqu'ils sont interrogés sur les médias en ligne qu'ils suivent, 40,0 % des répondants citent prioritairement des médias locaux, 25,8 % des médias nationaux et 20,8 % des médias étrangers ; 13,3 % déclarent n'en suivre aucun. La prédominance des médias locaux montre que la proximité géographique et thématique reste importante même dans un environnement numérique qui permet théoriquement l'accès à des contenus sans frontières.

La comparaison avec les médias traditionnels met en évidence une consommation moins régulière de ceux-ci : 40,8 % des enquêtés déclarent les suivre régulièrement contre 59,2 % occasionnellement. À la question portant sur la principale manière de s'informer de l'actualité, les médias en ligne arrivent en tête avec 51,7 %, devant la radio (34,2 %), les réseaux sociaux (10,0 %) et la télévision (4,2 %). Aucun répondant ne cite le journal papier. Les résultats suggèrent ainsi une centralité croissante de l'information en ligne dans les pratiques déclarées des personnes interrogées, sans disparition de la radio qui conserve une place significative.

Tableau 3. Médias suivis et principales sources d'actualité (Enquête de terrain, 2026 ; n = 120)

Indicateur	Effectif	%
Médias en ligne suivis : locaux	48	40,0
Médias en ligne suivis : nationaux	31	25,8
Médias en ligne suivis : étrangers	25	20,8
Aucun média en ligne suivi	16	13,3
Source principale : médias en ligne	62	51,7
Source principale : radio	41	34,2
Source principale : réseaux sociaux	12	10,0
Source principale : télévision	5	4,2
Source principale : journal papier	0	0,0

2.3. Critères d'appréciation et perception du temps réel

L'appréciation des médias en ligne ne se limite pas à leur accessibilité. Les répondants valorisent plusieurs dimensions du service informatif. Le traitement multimédia du contenu — texte, son et image — est cité par 26,7 % des enquêtés ; la mobilisation de personnes ressources par 22,5 % ; l'interaction par 16,7 % ; la rapidité de diffusion par rapport à l'actualité par 11,7 % ; et l'organisation, l'accessibilité et la lisibilité des sites par 9,2 %. Les 13,3 % restants s'abstiennent, ce qui correspond approximativement à la proportion de personnes déclarant ne suivre aucun média en ligne.

La perception de l'instantanéité est plus nette lorsqu'elle est mesurée directement. À la question de savoir si les informations sont mieux données dans leur réalité et en temps réel par les médias en ligne que par les médias classiques, 83 répondants sur 120 répondent positivement, soit 69,2 %. Ce résultat montre que le gain temporel constitue l'un des avantages les plus visibles du média numérique pour le public interrogé.

Tableau 4. Dimensions appréciées des médias en ligne et perception du temps réel
(Enquête de terrain, 2026 ; n = 120)

Indicateur	Effectif	%
Traitement multimédia du contenu	32	26,7
Personnes ressources	27	22,5
Interaction	20	16,7
Rapidité de diffusion	14	11,7
Organisation, accessibilité et lisibilité du site	11	9,2
Abstention / nonaccès	16	13,3
Estime que les médias en ligne informent mieux en temps réel	83	69,2

2.4. Apport perçu des médias en ligne et recommandations au secteur

Les répondants identifient quatre apports principaux. L'information en temps réel arrive en première position (40,8 %), suivie de l'innovation du système informatif (29,2 %), de la lutte contre la désinformation (18,3 %) et de la facilitation de l'accès à l'information (11,7 %). Aucun répondant ne sélectionne la modalité « aucun apport ». Cette absence de réponse négative indique une reconnaissance très large de l'utilité des médias en ligne au sein de l'échantillon, mais elle doit être interprétée avec prudence en raison du format fermé de la question et de la forte proportion d'utilisateurs déjà familiers du numérique.

À la question sur les défis informatifs que les médias en ligne auraient contribué à relever, l'interaction est l'option la plus fréquemment citée (38,3 %), devant le traitement de l'information (22,5 %), la combinaison de l'ensemble des dimensions proposées (15,8 %), l'accessibilité (13,3 %) et la véracité (10,0 %). La place relativement faible de la véracité, comparée à l'interaction et à la rapidité, suggère que la valeur d'usage du média en ligne est d'abord perçue à travers ses propriétés fonctionnelles et relationnelles.

Les recommandations formulées par les répondants montrent cependant que la qualité de l'information demeure une préoccupation centrale. La vérification avant publication arrive en tête (34,2 %). Viennent ensuite la nécessité d'éviter une concentration excessive sur les informations politiques (22,5 %), l'usage d'un vocabulaire simple (18,3 %), le développement d'une politique de partage facilitant l'accès aux internautes (13,3 %) et une meilleure prise en compte des personnes ressources (11,7 %).

Tableau 5. Apports perçus et recommandations adressées aux professionnels (Enquête de terrain, 2026 ; n = 120)

Indicateur	Effectif	%
Apport : informer en temps réel	49	40,8
Apport : innover le système informatif	35	29,2
Apport : lutter contre la désinformation	22	18,3
Apport : faciliter l'accès à l'information	14	11,7
Recommandation : vérifier avant publication	41	34,2
Recommandation : diversifier au-delà du politique	27	22,5
Recommandation : utiliser un vocabulaire simple	22	18,3
Recommandation : développer une politique de partage	16	13,3
Recommandation : tenir compte des personnes ressources	14	11,7

3. Discussion

3.1. Une contribution réelle mais conditionnée par l'accès numérique

Le premier enseignement de l'étude est que la contribution des médias en ligne à l'information ne peut être dissociée des conditions matérielles d'accès. Le niveau élevé de possession d'un téléphone Android (85,0 %) montre que le smartphone constitue, dans l'échantillon, un support largement disponible. Cependant, la proportion d'utilisateurs d'Internet est inférieure de 12,5 points. Ce décalage rappelle que l'équipement ne suffit pas : l'usage dépend également de la connectivité, du coût, de la compétence numérique et de l'aptitude à identifier des sources pertinentes. Perriault (1989) souligne précisément que les technologies n'acquièrent leur signification sociale qu'à travers les logiques d'usage qui se construisent autour d'elles.

Cette observation nuance une lecture techniciste de la transformation médiatique. Le numérique élargit les possibilités d'accès, mais il ne supprime pas automatiquement les inégalités d'information. Les observations recueillies mettent en évidence l'existence d'habitants disposant d'un smartphone sans connexion régulière, d'autres ayant des difficultés de lecture ou de navigation, et d'autres encore ignorant les plateformes d'information disponibles. L'apport des médias en ligne doit donc être compris comme un potentiel dont la réalisation dépend de l'accessibilité économique, technique et cognitive.

3.2. Une reconfiguration des pratiques plutôt qu'une disparition des médias traditionnels

La place des médias en ligne comme principale source d'actualité pour 51,7 % des répondants constitue un résultat majeur. Elle confirme que le support numérique est devenu central dans les pratiques déclarées de l'échantillon. Pourtant, la radio reste citée par 34,2 % des participants et 40,8 % déclarent suivre régulièrement les médias traditionnels. Le basculement numérique observé à Bagira relève donc davantage d'une reconfiguration de l'écosystème médiatique que d'un remplacement total des supports antérieurs.

Cette complémentarité est cohérente avec l'histoire des médias : l'apparition d'un nouveau support transforme les pratiques sans effacer nécessairement les précédents. Balle (2004) distingue plusieurs familles de médias en fonction de leurs modalités de diffusion et de communication ; le numérique tend précisément à brouiller ces frontières en permettant à un même contenu d'être produit sous forme écrite, sonore, audiovisuelle et interactive. Dans le contexte de Bukavu, plusieurs médias traditionnels disposent d'ailleurs de sites Web, ce qui favorise l'hybridation entre radio, presse et publication en ligne.

La prédominance des médias locaux parmi les médias en ligne suivis (40,0 %) montre également que l'abolition technique des distances ne fait pas disparaître la demande de proximité. Les usagers semblent rechercher à la fois la rapidité du numérique et la pertinence d'une information liée à leur environnement immédiat. Cette articulation entre proximité et connectivité internationale constitue un enjeu important pour les rédactions locales.

3.3. Instantanéité, interaction et traitement multimédia comme valeurs d'usage

Les résultats montrent que l'instantanéité constitue la gratification la plus fortement associée aux médias en ligne : 69,2 % des répondants estiment qu'ils informent mieux en temps réel que les médias classiques, et 40,8 % identifient explicitement l'information en temps réel comme leur principal apport. La capacité de publier sans attendre une heure de diffusion ou une édition imprimée modifie la temporalité de l'actualité. Elle permet au public d'accéder aux informations au moment où elles sont mises en ligne, puis de les retrouver par archivage ou partage.

L'interaction occupe également une place importante. Elle est le défi informatif le plus souvent considéré comme relevé par les médias en ligne (38,3 %). Cette dimension distingue le numérique des modèles principalement unidirectionnels de diffusion. Les commentaires, les partages et les échanges via les réseaux sociaux renforcent la circulation du contenu et donnent au public la possibilité de réagir. La perspective de McLuhan (1968) éclaire ce résultat : le changement de médium ne modifie pas seulement la vitesse de transmission, mais aussi la structure de la relation entre acteurs.

Le traitement multimédia est, lui aussi, fortement valorisé. Plus d'un quart des répondants apprécie la combinaison du texte, du son et de l'image. Cette convergence des formats est l'une des propriétés essentielles de la presse en ligne décrites par Charron et Le Floch (2011). Elle peut améliorer la compréhension et l'attractivité de l'information, à condition que les contenus restent structurés, lisibles et adaptés aux contraintes de consultation sur téléphone mobile.

3.4. La crédibilité demeure le point critique

Le succès fonctionnel des médias en ligne ne signifie pas que la question de la qualité soit résolue. La véracité n'est citée que par 10,0 % des répondants parmi les défis relevés, tandis que la recommandation la plus fréquente adressée aux journalistes est de mieux vérifier les informations avant publication (34,2 %). Cette tension est importante : le public valorise la vitesse et l'interaction, mais attend simultanément que la rapidité n'affaiblisse pas les exigences de vérification.

La recherche accorde également une attention particulière au fact-checking. La circulation accélérée de textes, d'images, de vidéos et de rumeurs sur les réseaux sociaux accroît le risque de désinformation. Badouard (2020) montre que les débats contemporains sur la régulation des contenus en ligne sont précisément liés à l'essor des fausses informations et des discours nuisibles. Dans le contexte étudié, la stratégie éditoriale ne peut donc pas se limiter à publier rapidement ; elle doit intégrer des routines de vérification, la consultation de sources crédibles et la correction visible des erreurs.

La distinction entre média en ligne et réseau social est également déterminante. Le questionnaire sépare ces deux catégories, mais les médias locaux diffusent fréquemment leurs liens via Facebook, WhatsApp ou d'autres plateformes. Pour de nombreux usagers, la porte d'entrée vers l'article journalistique est ainsi un réseau social. Ce mode de distribution améliore la visibilité, mais peut aussi brouiller les frontières entre contenu journalistique vérifié et contenu produit par des utilisateurs ordinaires. La qualité de la marque éditoriale, la transparence des sources et la lisibilité du site deviennent alors des facteurs de confiance.

3.5. Implications pour les médias en ligne de Bukavu

Les données permettent de dégager plusieurs implications pratiques. Premièrement, les rédactions devraient consolider la vérification avant publication et renforcer les compétences de fact-checking. Deuxièmement, elles gagneraient à diversifier leurs thématiques, puisque 22,5 % des répondants recommandent d'éviter une concentration excessive sur les contenus politiques. Troisièmement, l'usage d'un vocabulaire accessible, demandé par 18,3 % des participants, est particulièrement pertinent dans un contexte où les niveaux de maîtrise du numérique et de lecture sont hétérogènes.

Quatrièmement, les stratégies de distribution doivent tenir compte du fait que les internautes ne connaissent pas toujours les adresses directes des sites. Les pratiques observées à Bukavu montrent que les liens vers les contenus d'information circulent fréquemment par les réseaux sociaux, les groupes de messagerie et les abonnements. Une politique de diffusion structurée peut donc accroître le trafic vers les plateformes éditoriales, tout en maintenant une identité claire du média. Cinquièmement, les rédactions ont intérêt à renforcer la mobilisation de personnes ressources et de sources diversifiées, afin de soutenir la crédibilité des contenus et d'éviter la simple reprise d'informations produites ailleurs.

La contribution scientifique de cette étude réside ainsi dans la mise en évidence d'une relation conditionnelle : l'apport des médias en ligne à l'accès à l'information est important lorsqu'un ensemble de conditions est réuni — équipement, connexion, connaissance des plateformes, distribution sociale des liens et confiance dans la qualité éditoriale. L'innovation ne tient donc pas seulement à la mise en ligne du contenu, mais à l'organisation d'un écosystème d'accès, d'usage, de vérification et d'interaction.

4. Conclusion

Cette recherche cherchait à déterminer dans quelle mesure les médias en ligne contribuent à l'accès à l'information des habitants de la commune de Bagira, dans la ville de Bukavu. Les données recueillies auprès de 120 répondants montrent une implantation numérique importante : 85,0 % possèdent un téléphone Android, 72,5 % utilisent Internet et 79,2 % connaissent les médias en ligne. Plus de la moitié des personnes interrogées (51,7 %) citent les médias en ligne comme principale source d'actualité, devant la radio, les réseaux sociaux et la télévision.

L'apport perçu des médias en ligne se concentre principalement sur l'information en temps réel, l'innovation du système informatif, l'interaction et la possibilité de combiner plusieurs formats. Le fait que 69,2 % des répondants considèrent que les médias en ligne donnent mieux l'information en temps réel que les médias classiques confirme le rôle central de la rapidité dans les usages. La préférence pour des médias locaux montre toutefois que la proximité conserve toute son importance dans un univers techniquement mondialisé.

Les résultats font également apparaître un paradoxe : les usagers valorisent la vitesse et l'interactivité, mais leur première recommandation aux professionnels concerne la vérification des informations avant publication. La qualité éditoriale reste donc une condition fondamentale de la valeur sociale des médias en ligne. À Bukavu, l'enjeu n'est pas seulement d'augmenter le nombre de plateformes, mais de renforcer leur professionnalisme, leurs mécanismes de fact-checking, la diversité de leurs sources, la lisibilité des contenus et leurs stratégies de distribution.

L'étude comporte néanmoins plusieurs limites. L'échantillon de 120 personnes est circonscrit à Bagira ; les modalités de sélection à l'intérieur des strates, le taux de non-réponse et le protocole éthique n'ont pas été précisés dans le dispositif méthodologique disponible. Les données sont exclusivement descriptives et ne permettent pas d'identifier statistiquement les facteurs associés à l'usage des médias en ligne. Enfin, le chevauchement entre médias en ligne et réseaux sociaux invite à améliorer la formulation des instruments de collecte dans des recherches ultérieures.

De futures études pourraient comparer les trois communes de Bukavu, croiser les usages selon l'âge, le sexe, le niveau d'études et la profession, mesurer les coûts réels d'accès à Internet et analyser la confiance accordée à différents types de plateformes. Elles pourraient également combiner enquête auprès du public, analyse de contenu des médias et entretiens avec les journalistes. Une telle démarche permettrait de mieux comprendre non seulement si les habitants accèdent aux médias en ligne, mais aussi quelle qualité d'information ils y trouvent et comment cette information influence leurs pratiques citoyennes.

Références bibliographiques

- Badouard, R. (2020). La régulation des contenus sur internet à l'heure des « fake news » et des discours de haine. *Communications*, 106(1), 161-173.
- Balle, F. (2004). *Les médias*. Presses Universitaires de France.
- Banque mondiale. (2005). *Le droit d'informer* (trad. Pavillet & Guilbert). De Boeck.
- Breton, P., & Proulx, S. (1989). *L'explosion de la communication : La naissance d'une nouvelle idéologie*. La Découverte.
- Cardon, D. (2010). *La démocratie Internet : Promesses et limites*. Seuil.
- Charron, J.-M., & Le Floch, P. (2011). *La presse en ligne*. La Découverte.
- Frederic, B., & Lavenir, C. (2009). *Histoire des médias*. Armand Colin.
- Grevisse, B. (2008). *Écritures journalistiques : Stratégies rédactionnelles, multimédia et journalisme narratif*. De Boeck.
- Lagardette, J.-L. (2020). *Le guide de l'écriture journalistique : Concevoir, rédiger, présenter l'information*. Syros.
- McLuhan, M. (1968). *Pour comprendre les médias*. Seuil.
- Mbumba Mpanzu, F. (2015). *Journalisme radio : Conseil pour la pratique en Afrique subsaharienne*. L'Harmattan.
- Ossama, F. (2001). *Les nouvelles technologies de l'information : Enjeux pour l'Afrique subsaharienne*. L'Harmattan.
- Perriault, J. (1989). *La logique de l'usage*. L'Harmattan.
- Schudson, M. (1995). *Le pouvoir des médias : Journalisme et démocratie*. Nouveaux Horizons.
- Wolton, D. (1997). *Penser la communication*. Flammarion.