

LA COVID-19 ET LA PARTICIPATION CITOYENNE EN LIGNE AU BENIN : ESSAI DE TYPOLOGIE DES ACTEURS

Wenceslas Mahoussi

*Docteur en sciences de l'information et de la communication
Ecole Nationale des Sciences et Techniques de l'Information et de la Communication (ENSTIC)
Université d'Abomey-Calavi (Bénin)
gmahoussi@gmail.com*

Résumé :

La présente réflexion a eu pour objectif de dresser une typologie des acteurs de la participation citoyenne en ligne au Bénin et le répertoire de leurs actions dans le cadre de la riposte à la pandémie du coronavirus. Cette typologie des acteurs a été basée sur les logiques de la participation citoyenne et de la notion de l'espace public au sens de Habermas.

Mots-Clés : *Participation citoyenne ; cyberspace ; réseaux sociaux numériques ; Covid19 ; Bénin.*

0. Introduction

La pandémie du coronavirus change tout. Presque tout. Elle met les pieds dans les plats, bouscule les habitudes ancrées et balaie les certitudes établies. La crise sanitaire arrive même à déstructurer les rapports sociaux et à modifier en profondeur la capacité d'agir des citoyens face au péril, tant au plan physique que numérique. Depuis les années 2000, l'usage des technologies numériques a pris une autre tournure avec l'avènement des outils du web 2.0¹ encore appelé « web social » ou « web participatif ». Ce web interactif et collaboratif fait du citoyen au même titre que le journaliste, le chercheur ou le décideur, un producteur de contenus. Les technologies *User Generated Content*² (UGC) mettent le citoyen en posture de contributeur avec les *like*³, les *share*⁴ et les *comment*⁵ ; et le font intervenir fréquemment dans l'espace public au sens habermassien⁶ du terme. Selon Habermas en effet, le débat public qui fonde la démocratie délibérative est un principe de

¹ L'expression « Web 2.0 » utilisée en 2003 par Dale Dougherty, un cadre de la société O'Reilly Media, et diffusée par Tim O'Reilly en 2004 puis consolidée en 2005 avec l'exposé de position « What Is Web 2.0 », s'est imposée à partir de 2007.

² Contenus générés par les usagers.

³ Signifie « J'aime ».

⁴ Signifie « Partage ».

⁵ Signifie « commentaire ».

⁶ Jürgen Habermas, philosophe allemand ayant théorisé l'espace public comme lieu de discussion et de négociation des enjeux démocratiques.

légitimité relayé par l'espace public⁷. Pour nous, le numérique via les réseaux socionumériques (RSN)⁸ relève également de cet espace quand bien même il reste virtuel ou que l'on appelle encore cyberspace. Cette participation en ligne était jusque-là l'œuvre d'acteurs socio-politiques connus pour leurs intérêts militants. L'épidémie du coronavirus lève le voile sur d'autres acteurs peu ou prou connus. Nombre d'entre eux s'éveillent et entrent en scène notamment sur le web⁹ et les réseaux socionumériques. Ces médias sociaux sont des outils privilégiés de mobilisation citoyenne en ligne. Les plateformes de mobilisation les plus connues de nos jours sont Facebook, WhatsApp, Messenger, Twitter, Instagram, LinkedIn, Telegram, Snapchat, Youtube. Qui sont-ils ces acteurs émergents dans la participation citoyenne en ligne ? Quelles sont les formes d'engagement qu'ils mobilisent ? Quel est le répertoire de leurs actions ou initiatives ? Comment la riposte contre le coronavirus les a-t-elle révélés ? Enfin quelles perspectives envisagées après la pandémie de la Covid-19 ?

1. Mais avant, qu'est-ce que la participation citoyenne ?

La participation citoyenne peut se définir comme un processus d'engagement obligatoire ou volontaire de personnes ordinaires, agissant seules ou au sein d'une organisation, en vue d'influer sur une décision portant sur des choix significatifs qui toucheront leur communauté¹⁰. Dans les processus démocratiques, la participation sonne comme un élément concret de contribution des citoyens aux débats sociétaux et aux problématiques auxquelles ils sont confrontés.

Dans son déploiement, la participation citoyenne suit généralement une démarche en quatre étapes : l'information, la consultation, la concertation et la co-construction. Il est déjà arrivé de voir l'un ou l'autre maillon de cette démarche pris en compte par les pouvoirs publics. Dans un projet de mise en place des canaux digitaux du gouvernement béninois, un questionnaire a été adressé courant 2017 aux citoyens en ligne pour indiquer leurs usages en matière de réseaux socionumériques. C'est une consultation. L'initiative *ask gov*¹¹ reste aussi une forme de concertation. Avant d'énumérer plus tard les initiatives citoyennes de lutte contre la covid-19, nous

⁷ Voir encadré sur Jürgen Habermas dans Olivier, Aim et Stéphane Billiet, « *Communication* », Paris, Dunod, 2015, p. 26.

⁸ Nous préférons cet usage des réseaux sociaux fait par Madjid Ihadjadene, Anna Lezon Rivière et Afaf Taïbi, « Médiation et pratiques informationnelles des community managers dans les musées », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 16 | 2019, mis en ligne le 01 mai 2019, consulté le 26 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/rfsic/5712> ; DOI : 10.4000/rfsic.5712.

⁹ Apparu dans les années 1990, le web est la surcouche d'Internet né dans les années 1970 qui est un ensemble d'ordinateurs reliés. On l'appelle le « réseau des réseaux ». Le web est utilisé ici pour signifier la partie visible des ressources électroniques.

¹⁰ Cf. <https://www.bangthetable.com/fr/participation-citoyenne-mode-demploi/>, consulté le 8 avril 2020 à 18h 28mn.

¹¹ Un membre du gouvernement ou un directeur de société ou d'agence se connecte sur les canaux digitaux du gouvernement et les citoyens lui posent des questions en direct.

rangeons lesdites initiatives dans le casier des actions de co-construction dans le cadre de la participation citoyenne.

En dehors des médias classiques et des instruments traditionnels de mobilisation citoyenne, Internet et les réseaux socionumériques deviennent des canaux modernes sollicités pour animer le tam-tam de la défense de causes nobles ou d'aspirations légitimes. Avant l'épidémie du coronavirus, la toile béninoise a été plusieurs fois en effervescence sur des sujets comme la hausse de la tarification des coûts de communication électronique et de la connexion à Internet via le mobile. En août-septembre 2018, le *hashtag*¹² #TaxePasMesMo est devenu viral sur les médias sociaux et rappelle le symbole de la mobilisation citoyenne qui a certainement fait reculer l'exécutif dans une telle visée. « (...) Le Président de la République, après avoir entendu le Conseil des Ministres, a-t-il décidé d'abroger le décret 2018-341 du 25 juillet 2018 objet de la hausse des prix de communication électronique pour compter du lundi 24 septembre 2018 à 00 heure», lit-on dans le communiqué du conseil des ministres du samedi 22 septembre 2018¹³. Nous pourrions ainsi affirmer que « la pratique de la participation citoyenne implique que les citoyens aient la possibilité d'exercer une influence réelle sur les décisions et sur l'exécution des projets qui impactent leur vie. »¹⁴

A y voir de près, on se rend bien compte que les caractéristiques du web participatif à savoir la collaboration, l'interactivité, le partage, l'instantanéité et les échanges favorisent l'usage par les citoyens qui en font de nos jours leurs outils privilégiés de participation à l'action publique. Il serait aussi intéressant d'appréhender le profil des acteurs qui se mobilisent aujourd'hui en ligne. Qui sont-ils ?

2. Acteurs émergents de la participation citoyenne en ligne

Il y a une dizaine d'années, les premiers acteurs en ligne de mire de la participation citoyenne étaient les blogueurs. Devenus influents, ils se sont métamorphosés en influenceurs. D'autres ont préféré faire du net'activisme : ce sont les web-activistes. D'autres encore préfèrent rester infomédiaires tels les *community managers*¹⁵, les relayeurs et les web-journalistes.

2.1. Les blogueurs

A l'avènement du web social, le *blog*¹⁶ fait partie des premiers outils d'expression en ligne. Celui qui tient un carnet de notes ou un journal intime en ligne s'appelle blogueur. Il publie de façon périodique et régulière des articles personnels appelés billets, généralement succincts, rendant compte d'une actualité autour d'une

¹² Mot-dièse ou mot clé permettant de thématiser. C'est un outil de mobilisation citoyenne. Il sert à amplifier une cause ou développer une audience dans diverses situations.

¹³ Cf. <https://www.techenafrique.com/tag/taxepasmesmo/>, consulté le 15 avril 2020 à 20h 13 mn.

¹⁴ Cf. <https://www.bangthetable.com/fr/participation-citoyenne-mode-demploi/>, consulté le 8 avril 2020 à 18h 30mn.

¹⁵ Ce sont les gestionnaires de communautés virtuelles.

¹⁶ Le terme « Blog » est issu de l'aphérèse d'un mot composé, né de la contraction de « Web log » ; en anglais, log peut signifier registre ou journal.

thématique particulière (santé, agriculture, gouvernance, culture, livre, etc.) où les lecteurs contribuent avec des commentaires. Au plan juridique, selon l'alinéa 2 de l'article 252 du code de l'information et de la communication¹⁷, « la création ou l'animation des blogs n'est soumise à aucune autorisation préalable ». Le Bénin à l'instar de certains pays de l'Afrique francophone subsaharienne dispose d'une Association des Blogueurs (AB-Bénin). Ladite association qui regroupe des blogueurs venant de toute catégorie socio-professionnelle (journalistes, médecins, ingénieurs, informaticiens,...) organise des activités qui entrent dans le cadre de la participation citoyenne en ligne aussi bien en périodes électorales qu'en temps de crise sanitaire du coronavirus. « L'intérêt que les Béninois portent aux questions de gouvernance montre que cet outil du web participatif pourrait constituer, pour eux, un instrument efficace pour l'engagement citoyen »¹⁸. Avec le temps, certains blogueurs se sont construits une vraie notoriété et une *e-reputation*¹⁹ au sein de l'opinion publique²⁰ virtuelle ou réelle et sont devenus influents, très influents. Ils donnent ainsi naissance aux influenceurs web.

2.2. Les influenceurs

La reconnaissance et l'audience au sein de l'opinion publique confortent ces nouveaux acteurs du web que sont les influenceurs. Un influenceur²¹ est une personne qui, par son statut, sa position ou son exposition médiatique, est capable d'être un relais d'opinion influençant les habitudes de consommation dans un but marketing. Les influenceurs sont sollicités par les marques, les entreprises afin d'améliorer leur communication, ainsi que dans le cadre d'actions publicitaires. Les influenceurs travaillent majoritairement sur les réseaux sociaux en influençant de nombreux abonnés à travers leur compte Instagram ou encore leur chaîne YouTube. Ce sont des créateurs de contenu multimédia. L'influenceur se met en scène pour promouvoir des produits, il décrit, écrit et partage son quotidien avec sa communauté via différents supports : articles de blog, publications Instagram, vidéos YouTube. Ils sont dans une sorte de marketing d'influence et sont régulièrement sollicités pour amplifier des causes citoyennes. Dans la pratique, un influenceur a au moins un millier d'abonnés et produit des contenus de qualité, likés, commentés et partagés par ses *followers*²². Il y en a qui ont déjà du métier (journaliste, artiste, auteur, essayiste, universitaire, consultant) ou qui peuvent vivre uniquement de l'influence

¹⁷ Loi N°2015-07 du 20 mars 2015 portant code de l'information et de la communication en République du Bénin.

¹⁸ Afangbédji Gnona, « Le blog pour porter plus haut la voix du citoyen », *Usages innovants des TIC en Afrique : la presse au cœur de l'analyse*, Dakar, IPAOS, 2008, 206 p.

¹⁹ Une réputation numérique (en ligne).

²⁰ Se définissant comme « la manière de penser la plus répandue dans une société, celle de la majorité du corps social » (Petit Larousse). Pour Stéphanie Morel, les usages sociaux de l'opinion publique modifient en profondeur le rapport à la démocratie et à la citoyenneté. Cf. Stéphanie Morel, « Opinion publique », *Dictionnaire des sciences politiques*, Paris, Sirey/Dalloz, 2010, p. 298.

²¹ Cf. <https://fr.wikipedia.org/wiki/Influenceur>, consulté le 15 avril 2020 à 19 h 25.

²² Signifie « suiveurs » ou « abonnés ».

sur les médias sociaux. On les appelle encore les youtubeurs pour ceux qui vivent de la production de vidéos sur la plateforme YouTube. Dans le cadre de la pandémie du covid-19, ils ont notamment diffusé des informations sur les gestes barrières et ont participé à la sensibilisation en ligne. Ils ont de réels impacts sur leurs communautés. Brian Solis²³ de la firme AltimeterGroup propose trois critères pour estimer l'influence en ligne : l'audience, l'engagement et la pertinence. Quant à Noah Fèmi Agbaffa-Padonou²⁴, il indique que les déterminants du profil d'un influenceur sont : le nombre de followers, ce qui permettra de le classer nano-influenceur (1.000 abonnés), micro-influenceur (10.000 abonnés) ou macro-influenceur²⁵ (100.000 abonnés), l'espace d'exercice de l'influence (ici les RSN. Beaucoup d'autres sont influenceurs dans leurs familles, à l'école, au travail, ou de par leurs professions : journalistes, enseignants, comédiens ...), les moyens utilisés pour influencer (ici les outils et applications liés aux médias sociaux) et la technique utilisée (un influenceur fait usage de la technique de marketing de contenu et non de publicité). Au Bénin, les influenceurs web se démarquent de plus en plus des web-activistes.

2.3. Les web-activistes

A plusieurs occasions²⁶, certains influenceurs rejettent l'appellation de web-activistes. De quoi retourne alors le web-activisme ? Autrefois désigné net'activisme, le web-activisme signifie littéralement être actif sur le web. L'activisme avant même d'être sur Internet est un engagement citoyen pour la défense de causes parfois complexes. Les web-activistes défendent des causes assez nobles dans le domaine de l'environnement, de l'agriculture, de la gouvernance, de la santé, etc. Les web-activistes profitent également de leur audience sur les médias sociaux pour amplifier et mobiliser les citoyens autour de leurs causes. Ils agissent parfois en « lanceurs d'alerte ». Certains ont défendu déjà au péril de leur vie des sujets assez brûlants tels les inconvénients de l'usage du glyphosate ou de la ratification de la convention de l'Union pour la Protection des Obtentions Végétales (UPOV). D'autres se mobilisent pour lutter contre les sachets plastiques et la pollution sous toutes ses formes. D'autres encore ont alerté sur les cas de coronavirus ou la situation qui prévalait dans les lieux de mise en quarantaine ou d'isolement. Un institut de sondage a fait un classement des meilleurs web-activistes béninois vers la fin du mois de mars 2020. A l'instar des blogueurs, les web-activistes béninois ont une association. « Les blogueurs peuvent être des activistes au travers de l'écriture, les enseignants peuvent encourager les apprenants à remettre en question leurs jugements, les artistes peuvent décorer la ville avec un art révolutionnaire, les personnes ayant des compétences en informatique peuvent facilement publier un

²³ Cf. Olivier, Aïm et Stéphane Billiet, « Communication », Paris, *Dunod*, 2015, p. 211.

²⁴ Noah Fèmi Agbaffa-Padonou, Ingénieur des Systèmes d'information, invité du journal télévisé JT 13H ORTB, du 20 septembre 2019 et dont les indications sont publiées sur son compte Facebook le 21 septembre 2019.

²⁵ Il faut relativiser à l'échelle pays. Être un macro-influenceur au Bénin peut signifier en être un nano dans un autre plus grand comme les USA.

²⁶ Lors du séminaire de CFI dans le cadre du projet Vérifox le mercredi 18 décembre 2019 à Cotonou, certains influenceurs ont exprimé leur démarcation des web-activistes.

magazine sur le sujet »²⁷ En somme, n'importe qui peut être web-activiste, à charge pour lui d'avoir une cause à défendre et de se donner les moyens intellectuels, stratégiques, matériels et technologiques de maintenir sa ligne de défense.

2.4. Les *community managers*

« Les plateformes structurées en réseau social font émerger la figure d'un agent médiatique, intermédiaire et particulièrement actif dans la circulation des informations »²⁸. Pour Madjid Ihadjadene et al., les *community managers* sont une nouvelle catégorie d'infomédiaires. Les infomédiaires²⁹ sont des acteurs du web qui permettent un accès organisé aux informations pour les internautes qui doivent faire face à un volume exponentiel d'informations diffusé par une multitude de producteurs. Ils se placent comme intermédiaires entre les producteurs d'informations et les internautes. Un *community manager* est un gestionnaire de communautés virtuelles pour une marque, une institution ou une personnalité. Il poste des images, des textes bien rédigés et des vidéos de son employeur, gère et oriente les commentaires sur les médias sociaux. Encore dénommés animateurs de communauté web³⁰, les *community managers* sont chargés de créer une communauté d'internautes, de la fédérer autour d'intérêts communs et d'animer des échanges sur ces thèmes, pour le compte d'une entreprise ou d'une marque. Ils surveillent l'e-réputation de la marque en identifiant par exemple les médias sociaux externes qui parlent de la marque. Pour participer au dialogue. Dans le cadre de la stratégie, ils identifient des indicateurs pour mesurer les résultats. A la différence des autres acteurs, les animateurs de communauté exercent leur activité en interne, au sein d'une entreprise, ou à l'externe, dans une agence web, comme consultant ou en *freelance*³¹. En matière de mobilisation en ligne, ils sont d'une utilité avérée. Ils sont diplômés d'Ecole de communication, de journalisme, de commerce ou de management. « Le rôle du *community management* apparaît primordial quant aux enjeux de la participation et de la gestion symbolique du social dans le dispositif. Les leviers de l'animation, tout comme ceux de la modération, peuvent être activés à titre expérimental pour questionner leurs impacts et interroger leurs enjeux »³². En pleine crise sanitaire du coronavirus, les *community managers* sont restés derrière leurs écrans pour gérer les communautés et apporter des réponses fiables et crédibles aux internautes.

²⁷ <https://fr.wikihow.com/devenir-activiste>, consulté le 18 avril 2020 à 3h 18mn.

²⁸ Cf. (Merra, 2013, p.242)

²⁹ <https://fr.wikipedia.org/wiki/Infom%C3%A9diaire>, consulté le 14 avril 2020 à 22h 45 mn.

³⁰ Cf. https://fr.wikipedia.org/wiki/Communication_num%C3%A9rique, consulté le 17 avril 2020 à 23h 20 mn.

³¹ Signifie en Indépendant.

³² Cf. Olivier Galibert « L'injonction participative au débat environnemental en ligne : imaginaires d'internet, démocratie environnementale et communication engageante », GRESEC, « *Les Enjeux de l'information et de la communication* » 2013/1 n° 14/1, pages 35 à 49 [En ligne], <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-lacommunication-2013-1-page-35.htm>, consulté le 16 avril 2020.

2.5. Les relayeurs

Ils font des publications et partagent tout ce qu'ils ont sous la main sans filtre venant d'un commanditaire quelconque. D'aucuns les surnomment « partageurs » ou « klébé »³³. « Les relayeurs occupent les plateformes sociales par l'action du partage. Celle-ci est davantage systématique et profite à une large variété de sujets, indépendamment d'une quelconque expertise. Ils diffusent, en quelque sorte, et relaient les informations qu'ils reçoivent, faisant écho à la fois aux personnes qui les alimentent et essayant de se montrer également utiles à l'égard des personnes qui les côtoient. Les relayeurs peuvent se rapprocher de l'un ou de l'autre des profils précédemment décrits, ou encore être à la croisée des deux, (lesquels ???) comme il est également possible qu'ils s'en distinguent singulièrement. Le filtre opéré dépend davantage de leurs propres sources d'information et de leur entourage que d'une expertise approfondie. Ils construisent leur présence sur les réseaux en multipliant les occasions de partager. Cherchant à s'adresser à une communauté la plus large possible, la quantité de liens partagés et la couverture des sujets priment avant tout et résulte souvent d'une stratégie, déployée pour leur assurer une visibilité, à travers leur participation au sein de ces médias, quelle que soit par ailleurs la réputation qu'ils se soient bâtie. »³⁴. Cette catégorie d'acteurs a commencé à émerger à l'occasion des élections présidentielles de 2016 où chaque état-major de candidat produisait des informations parfois intoxiquées (infox) que ces derniers relayaient. Après 2016, ils sont restés dans la mobilisation en ligne mais surtout du côté du pouvoir en place. Ils essaient les forums de discussions WhatsApp et partagent systématiquement toutes informations gouvernementales parfois à des fins propagandistes. Ils ont relayé également toutes les informations liées aux gestes barrières pour lutter contre la pandémie du covid-19. Ils relaient par ailleurs les unes des journaux et les publications des médias en ligne.

2.6. Les web-journalistes

D'abord journalistes, ce sont en effet des acteurs traditionnels de la participation citoyenne. Déjà autour des années 2000³⁵, commence à éclore et à se développer au Bénin le cyber-journalisme, c'est-à-dire les médias en ligne. De nombreux sites web dédiés à la presse en ligne sont apparus tels www.laraignee.org, www.sononagon.net, www.beninwatch.com³⁶. Après ces plateformes qui ont fermé pour la plupart, nous avons connu la génération des sites web adossés aux journaux papier avec la plupart des quotidiens comme Le Matinal, Fraternité, La Nouvelle Tribune, etc. De nos jours, une troisième génération de médias en ligne,

³³ Homme de main à tout faire.

³⁴ Cf. (Merra, 2013, p.218).

³⁵ Le Bénin venait en décembre 1995 d'être connecté à Internet à l'occasion du 6^{ème} Sommet de la Francophonie.

³⁶ Cf. Christian Parfait Ahoyo, *Pour une vraie économie numérique au Bénin*, Paris, Editions Ouaniilo, 2006, 200 p.

des *pures players*³⁷, a vu le jour avec Beninwebtv³⁸, Banouto³⁹, la Météo⁴⁰, ... En se mettant ensemble au sein du Réseau des Promoteurs ou Professionnels des Médias Digitaux du Bénin (REPROMED-Bénin), ces nouveaux acteurs sont conscients des enjeux liés à leur métier. La législation béninoise notamment le code de l'information et de la communication leur fait obligation d'une déclaration préalable. L'article 252 alinéa 1 énonce : « l'exploitation directe ou indirecte en République du Bénin à titre gratuit ou onéreux, d'un site internet fournissant des services de communication audiovisuelle et de presse écrite destinés au public est subordonnée à l'autorisation de la Haute Autorité de l'Audiovisuel et de la Communication ». En cette matière, l'instance de régulation avait lancé en 2018 l'achat des cahiers de charges⁴¹ par les promoteurs de médias électroniques qui sont jusqu'au moment où nous bouclons cette réflexion sans autorisation formelle. Cet état de chose laisse libre cours aux juges dans les procès qui surviennent, de traiter plusieurs journalistes comme de simples citoyens et de leur opposer le code du numérique. Comme on le sait, la mission première du journaliste est d'informer les communautés. En remplissant simplement et correctement cette dévotion, le web-journaliste joue sa partition dans la mobilisation citoyenne. A l'avènement de la Covid-19, nous avons bien remarqué la résurgence d'une autre « pandémie », celle des *fake news*⁴². Et dans ce contexte, le journaliste ayant reçu la formation de vérification et de recoupement de faits vient dissiper les inquiétudes des citoyens. Avec le Repromed-Bénin, les médias digitaux ont participé activement aux sensibilisations avec la campagne #StopInfodemie courant mars-avril 2020. Au-delà de cette initiative de l'association faîtière des médias en ligne, quelles sont les autres formes d'engagement et de mobilisation répertoriées ?

3. Formes d'engagement et répertoire des initiatives

Les différents acteurs énumérés supra ont chacun leur mode opératoire. Cependant, nous observons globalement, qu'ils proposent des contenus (informations, conseils, recommandations, évaluations...), alertent, dénoncent, désapprouvent et font signer des pétitions, mettent en place des applications mobiles et des dispositifs. Ils arrivent même à partager des informations stratégiques. Les actions peuvent débiter par un simple statut, une photo, une vidéo, un visuel jusqu'à des challenges avec des *hashtags* pour la cause en passant par la signature de pétitions sur des plateformes

³⁷ Signifie entreprises qui ont lancé leurs activités sur Internet et se développent exclusivement en ligne.

³⁸ www.beninwebtv.com.

³⁹ www.banouto.info, créé en 2017, il est classé leader des sites d'information en avril 2020 par SimilarWeb avec plus de 3.000.000 personnes touchées par mois.

⁴⁰ www.lameteo.info, créé en 2016.

⁴¹ Cf. article 253 de la loi N°2015-07 du 20 mars 2015 portant code de l'information et de la communication en République du Bénin.

⁴² Informations délibérément fausses distillées dans le but de manipuler un auditoire. En français, on l'appelle infox.

dédiées et l'organisation de *tweetups*⁴³ ou des conférences ou séminaires en ligne. Dès l'annonce du premier cas de covid-19 au Bénin le 16 mars 2020, le service dédié à la communication gouvernementale a mis en place en quelques jours une série de plateformes numériques pour lutter à la fois contre la propagation de la maladie et contre ce que l'Organisation mondiale de la Santé (OMS) a appelé « l'infodémie » de la désinformation autour de celle-ci⁴⁴. La plateforme est fréquemment mise à jour et librement accessible à tous les utilisateurs de téléphones portables au Bénin. Le taux de pénétration d'Internet étant de 53% (ARCEP, 2019), plusieurs encarts radio ont été placés dans une quinzaine de langues locales ainsi qu'une série de vidéos de sensibilisation et de communiqués de presse sur différents médias sociaux. Un dispositif de messagerie interactif sur WhatsApp a également été mis en place. Et donc, sur le site web <https://www.gouv.bj/coronavirus/initiatives/>, l'équipe de stratégie numérique de la communication gouvernementale a répertorié plus d'une quarantaine d'actions⁴⁵ venant de la part des acteurs émergents de la participation citoyenne en ligne. La page est dénommée « Initiatives Solidaires : Initiatives publiques et privées pour lutter contre le covid-19 au Bénin ». En matière de participation citoyenne, on voit bien que cette plateforme relève de la co-construction. Co-construction pour endiguer un mal : le coronavirus !

4. Conclusion : quelles perspectives envisager après la pandémie de la Covid-19 ?

En termes de perspectives, il faudra envisager l'encadrement juridique autour de ces différents acteurs. Quand l'on revisite le code de l'information et de la communication et celui du numérique, une relecture s'impose non seulement pour faire la nette démarcation entre un journaliste et un simple personnage ordinaire mais aussi pour intégrer les activités de ces différents acteurs publics défenseurs des droits de l'homme, de la liberté d'expression et de la démocratie et de ne pas les traiter comme de vils individus et les mettre en geôle. Le cas d'un journaliste emprisonné reste vivace dans les esprits des internautes. La législation numérique floue et imprécise est donc à revoir ainsi que le déplore le procureur de la République : « Et heureusement ou malheureusement, je n'en sais rien, ce code numérique c'est comme une arme qui est braquée sur la tempe de chaque journaliste ou de chaque web activiste »⁴⁶. Le numérique en constantes mutations, il faudra espérer que les avancées notables de ces dernières années se poursuivent jusqu'à la mise en place

⁴³ Un groupe de membres twitter relaient instantanément sur la plateforme de microblogging les propos d'une conférence ou d'une activité en mettant à chaque post le hashtag de l'événement.

⁴⁴ Cf. Bakano Otto , « Le Bénin passe à l'offensive numérique contre le COVID-19 », URL : <https://www.afro.who.int/fr/news/le-benin-passe-loffensive-numerique-contre-le-covid-19>, consulté le 10 avril 2020 à 21h 20 mn

⁴⁵ C'est un foisonnement d'initiatives qui englobe tous les pans de la lutte contre la Covid-19 : mise en place de dispositifs de formation à distance, démonstration sur les gestes barrières, démonstration de fabrication de masques, collectifs d'artistes chantant dans plusieurs langues, Différents challenges, dons de gels hydro-alcooliques, lutte contre les fake news, etc.

⁴⁶ Propos tenus à l'occasion du séminaire de CFI dans le cadre du projet Vérifox le mercredi 18 décembre 2019 à Cotonou.

du portail de l'*open data*⁴⁷. Ce portail dont l'appel à manifestation d'intérêt⁴⁸ vient d'être lancé aidera les acteurs du numérique à accéder aux données publiques et à les réutiliser dans le cadre de la participation citoyenne au profit de tous. En nous prédisant déjà en 2017 qu'« au cours des cinq années à venir, l'Afrique subsaharienne deviendra plus peuplée, plus jeune, urbaine, formée et connectée »⁴⁹, la CIA conforte l'émergence de ces jeunes acteurs qui officient actuellement en ligne. Cette participation a davantage de sens dans un monde aujourd'hui « sans contact » où le scénario « Iles » esquissé dans ce rapport du Conseil National de Renseignement américain a débuté un peu plus tôt que prévu. Et puis le monde ne sera plus jamais comme avant⁵⁰ !

5. Références bibliographiques

-Isabelle Jeuge-Maynard, *Dictionnaire le Grand Larousse illustré 2014*, Paris, Larousse, 2013, 2078 p.

-Francis Balle, *Lexique d'information communication*, Paris, Dalloz, 2006, 475 p.

-Laurence Corroy et Jacques Gonnet, *Dictionnaire d'initiation à l'info-com*, Paris, Vuibert, 2008, 351 p.

-David Alcaud et al., *Dictionnaire des sciences politiques*, Paris, Sirey/Dalloz, 2010, 520 p.

-Gnona Afangbéjji, «Le blog pour porter plus haut la voix du citoyen », *Usages innovants des TIC en Afrique : la presse au cœur de l'analyse*, Dakar, IPAOS, 2008, 206 p.

-Jürgen Habermas, *L'Espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Paris, Payot, 1978, 322 p.

-Wenceslas Mahoussi, *Analyse des pratiques informationnelles dans le champ juridique au Bénin*, Paris, Université de Paris VIII Vincennes Saint Denis, 2017, 288 p.

⁴⁷ « Autrement dit données ouvertes, consiste à mettre à disposition de tous, sur Internet, des données numériques librement accessibles et réutilisables par tous ». Cf. Wenceslas Mahoussi, *Analyse des pratiques informationnelles dans le champ juridique au Bénin*, Paris, Université de Paris VIII Vincennes Saint Denis, 2017, p. 66.

⁴⁸ <https://assi.bj/doc/Marches-publics/2020/AMI%20PORTAIL%20NATIONAL%20OPEN%20DATA.pdf>, consulté le 15 avril 2020 à 20h 25 mn.

⁴⁹ Le monde en 2035 vu par la CIA, p. 166

⁵⁰ Pour paraphraser Henry Kissinger (2020).

- Christian Parfait Ahoyo, *Pour une vraie économie numérique au Bénin*, Paris, Editions Ouaniilo, 2006, 200 p.
- Olivier, Aïm et Stéphane Billiet, *Communication*, Paris, Dunod, 2015, 286 p.
- Francis Balle, *Les médias*, Paris, PUF, Que sais-je ?, 2016, 126 p.
- Julie Denouël, Fabien Granjon et Aurélie Aubert, *Médias numériques et participation : entre engagement citoyen et production de soi*, Paris, Editions Mare & Martin, 2014, 207 p.
- Josiane Jouët et Rémy Rieffel, *S'informer à l'ère du numérique*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2013, 200 p.
- « L'espace public », *Revue du Grand Séminaire de Philosophie de Saint Paul de Djimè*, N° 10, mars 2019 , ISSN :1840-692
- Le monde en 2035 vu par la CIA et le Conseil National de Renseignement : la paradoxe du progrès*, Paris, Equateurs, 2017, 303 p.
- Olivier Galibert « L'injonction participative au débat environnemental en ligne : imaginaires d'internet, démocratie environnementale et communication engageante », GRESEC, « *Les Enjeux de l'information et de la communication* » 2013/1 n° 14/1, pages 35 à 49 [En ligne], Mis en ligne le 15 septembre 2013, URL : <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-lacommunication-2013-1-page-35.htm> , consulté le 16 avril 2020
- Madjid Ihadjadene, Anna Lezon Rivière et Afaf Taibi, « Médiation et pratiques informationnelles des community managers dans les musées », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 16 | 2019, mis en ligne le 01 mai 2019, consulté le 26 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/rfsic/5712> ; DOI : 10.4000/rfsic.5712,
- <https://www.techenafrique.com/tag/taxepasmesmo/>, consulté le 15 avril 2020
- <https://www.bangthetable.com/fr/participation-citoyenne-mode-demploi/>, consulté le 8 avril 2020
- <https://fr.wikipedia.org/wiki/Infom%C3%A9diaire>, consulté le 14 avril 2020
- Loi N°2015-07 du 20 mars 2015 portant code de l'information et de la communication en République du Bénin
- Loi N°2017-20 du 20 avril 2020 portant code du numérique en République du Bénin