

UNIVERSITE PEDAGOGIQUE NATIONALE



B.P. 8815
KINSHASA/NGALIEMA

FACULTE DES LETTRES ET SCIENCES HUMAINES
DEPARTEMENT DES SCIENCES DE L'INFORMATION ET DE LA
COMMUNICATION

COMMUNICATION DU MINISTRE DE LA FONCTION PUBLIQUE A L'ERE DU NUMERIQUE :

*Enjeux et défis sur l'Administration Publique en République
Démocratique du Congo*

Par

NANIZAYAYO NDOMBASI Crispin

Mémoire présenté et défendu en vue de l'obtention
du titre de licencié en Sciences de l'Information et
de la Communication.

Option : *Communication des Organisations*

Directeur : MUKAMBILWA MBUYI Trésor
Docteur

Rapporteur : KANYAMA KAMANA Dalton
Assistant

Année académique 2023 - 2024

EPIGRAPHE

Partout à travers le monde, l'informatique, la capacité à produire, à utiliser et à rendre accessible l'information conditionnent le progrès et le développement des nations modernes.

Félix TSHISEKEDI TSHILOMBO
(Plan National du numérique horizon 2025)

IN MEMORIAM

Mes hommages les plus déferent à mes très chers parents Sammy NDOMBASI MBAKI et Ange
NKENGE NDOMBASI

Votre souhait était toujours de nous hisser vers les étoiles ; l'essentiel, c'est l'éducation, vos orientations et votre protection tout au long de mon jeune âge. Voilà aujourd'hui les fruits de vos efforts.

DEDICACE

A mon très cher et respectueux Oncle Joël NANIZAYAWO MAKUMBA.

À la famille NDOMBASI et à vous tous qui m'êtes chers.

REMERCIEMENTS

À Dieu Tout-Puissant, Créateur de toutes choses, qui par son amour infini, nous a accordé force et grâce de rédiger et de parvenir au bout de cette recherche avec succès.

Nous témoignons notre sentiment de gratitude à Monsieur le Professeur Trésor MUKAMBILWA pour avoir accepté de diriger et d'encadrer la rédaction du présent travail du début jusqu'à l'étape finale. Sa patience, son engagement pédagogique et scientifique, sa profondeur intellectuelle nous ont servi de référence dans la rédaction de cette esquisse.

Nos remerciements vont à l'endroit de monsieur l'Assistant Dalton KANIAMA qui a codirigé ce travail. Sa présence et son expérience dans la recherche nous ont été d'un réel appui pour la conception et la correction de nos manuscrits.

Grand merci à tous les enseignants de la Faculté de Lettre et Sciences Humaines, plus particulièrement ceux du département des Sciences de l'Information et de la Communication pour nous avoir encadré tout au long de ces années d'études universitaires.

A notre sœur qui nous a toujours prouvé tant d'amour, Sandrine NDOMBASI, ainsi qu'à toute la famille NDOMBASI : Fiston NDOMBASI, Glody NDOMBASI, Nickson NDOMBASI et Sammy NDOMBASI, nous disons merci pour la fraternité assumée dans la collaboration.

Nos remerciements s'adressent aussi à notre très cher Papa Nicolas TATETE ; aux collègues et amis : Eliezer PUKUTA, Grace KAMALANDWA, Venick MISHIKA, Suzy FATAKI , pour le soutien mutuel et la collaboration.

Ainsi qu'à toute la grande famille de la chorale les Consacrés pour le soutien spirituel et tant d'autres. Cependant, nous ne pouvons clore cette page sans pour autant remercier une personne si spéciale, Madame Kelly BYAMUNGU pour son amour indéfectible à notre égard.

Que tous ceux qui nous sont chers et qui nous ont soutenu, de près ou de loin, trouvent ici l'expression de notre profonde gratitude.

Crispin NANIZAYAYO NDOMBASI

LISTE DES ABREVIATIONS ET SIGLES

- MFP** : Ministère de la Fonction Publique
- MIN.** : Ministère
- PTNTIC** : Postes, Télécommunication et Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication.
- ARPTC** : Autorité de Régulation de la Poste et des Télécommunications du Congo
- DANTIC** : Direction d'Archivages et de Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication
- NTIC** : Nouvelles Technologies de l'Information et de la communication
- TIC** : Technologies de l'Information et de la Communication
- TNT** : Télévision Numérique Terrestre
- WWW** : World Wide Web
- Op. Cit.** : Opus Citatum
- Éd.** : édition
- Cfr.** : Confert

LISTE DES FIGURES

- Figure 1 : Processus communicationnel
- Figure 2 : Processus de diffusion de l'innovation
- Figure 3 : Courbe S de l'adoption de l'innovation
- Figure 4 : taux de pénétration d'internet et nombre d'abonnement
- Figure 5 : Page Facebook du MFP
- Figure 6 : Compte X du MFP
- Figure 7 : Chaîne YouTube du MFP
- Figure 8 : Portail Web

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : le numérique et l'Analogie

Tableau 2 : Résumé du model de la diffusion de l'innovation

Tableau 4 : Différents grades du personnel

Tableau 5 : Grille d'observation netnographique

Tableau 6 : 1^{er} entretien/responsable de la communication

Tableau 7 : 2^{ème} entretien/responsable de la communication

Tableau 8 : 1^{er} entretien/fonctionnaire

Tableau 9 : 2^{ème}/fonctionnaire

Tableau 10 : 3^{ème} entretien/fonctionnaire

Tableau 11 : 4^{ème} entretien/fonctionnaire

Tableau 12 : 5^{ème} entretien/fonctionnaire

Tableau 12 : 1^{er} entretien/citoyen

Tableau 13 : 2^{ème} entretien/citoyen

Tableau 14 : 3^{ème} entretien/citoyen

Tableau 15 : 4^{ème} entretien/citoyen

Tableau 16 : 5^{ème} entretien/citoyen

Tableau 17 : 6^{ème} entretien/citoyen

Tableau 18 : 7^{ème} entretien/citoyen

Tableau 19 : 8^{ème} entretien/citoyen

Tableau 20 : 9^{ème} entretien/citoyen

Tableau 21 : 10^{ème} entretien/citoyen

RÉSUMÉ

Nous sommes en pleine ère du numérique, en RDC, la communication des institutions publiques connaît à peine une transformation progressive marquée par l'intégration des nouvelles technologies. Ce mémoire analyse les pratiques communicationnelles mises en place dans un contexte de modernisation de l'administration publique pour identifier les défis auxquels cette transition est confrontée. À travers une démarche qualitative combinant l'ethnographie, la netnographie et l'analyse qualitative, l'étude met en évidence les opportunités offertes par le numérique pour améliorer la transparence, l'accessibilité et l'efficacité des services publics. Toutefois, plusieurs obstacles freinent cette transition, notamment le manque d'infrastructures adaptées, les résistances internes, l'engagement des acteurs concernés jugé faible, l'insuffisance de formation des agents et la faible interactivité avec les citoyens. L'étude propose des recommandations pour améliorer la communication numérique des institutions publiques et renforcer leur efficacité au service des citoyens.

Mots-clés : Institution, Public, communication, numérique, Administration

ABSTRACT

We are in the middle of the digital era, in the DRC, the communication of public institutions is barely experiencing a progressive transformation, marked by the integration of new technologies. This dissertation analyzes the communication practices implemented in a context of modernization of public administration to identify the challenges facing this transition. Through a qualitative approach combining ethnography, netnography and qualitative analysis, the study highlights the opportunities offered by digital technology to improve the transparency, accessibility and efficiency of public services. However, several obstacles are hampering this transition, notably the lack of suitable infrastructure, internal resistance, the commitment of the actors concerned considered weak, the insufficient training of agents and the low interactivity with citizens. The study offers recommendations to improve the digital communication of public institutions and strengthen their effectiveness in serving citizens.

Keywords : Institution, Public, communication, digital, Administration

0. INTRODUCTION GENERALE

0.1. Objet de la recherche

La présente recherche porte sur " *Communication du Ministère de la Fonction Publique à l'ère du numérique : Enjeux et défis sur l'Administration Publique en République Démocratique du Congo.*" Cette étude table sur les pratiques communicationnelles des organisations publiques en pleine intégration du numérique. En à croire, une période d'exploration des nouveaux leviers et opportunités de communication considérée à juste raison comme moyen efficace pour faire connaître l'action publique, améliorer l'offre des services publics en favorisant la participation citoyenne.

Bien que ces innovations soient progressivement intégrées pour optimiser la communication dans le secteur public, elles s'avèrent une source de plusieurs problématiques. Dans un premier temps, cette recherche se propose d'analyser comment les institutions publiques en République Démocratique du Congo, spécifiquement, le Ministère de la Fonction Publique adapte sa communication à cet ère du numérique, et cherche à identifier les obstacles rencontrés dans la fonction publique congolaise lors de l'adoption et intégration des outils numériques. Ainsi, pour suggérer des stratégies nécessaires afin d'améliorer les pratiques communicationnelles du Ministère de la Fonction Publique.

Dans un second temps, ladite recherche vise à accréditer l'idée selon laquelle, en matière de communication, les organisations étatiques doivent tirer profit de ces outils novateurs rendant fluide la circulation de l'information qui est la composante indispensable dans le fonctionnement d'une organisation. Les nouvelles technologies de l'information et de la communication en constante évolution, révolutionnent l'industrie de l'information, hormis leurs attributs communicationnels ; elles facilitent la recherche, le stockage et la gestion de flux d'informations à temps record. Elles occupent donc progressivement la place prépondérante dans le fonctionnement des organisations en République Démocratique du Congo.

Cependant, c'est à la quête de l'optimisation du processus de rendement que les organisations en général, et les organisations publiques en particulier, doivent s'engager activement à cette transmutation fonctionnelle vers l'univers du numérique. Dans cette démarche nous cherchons à appréhender la communication des institutions publiques R.D congolaises, en occurrence du Ministère de la Fonction Publique en pleine intégration numérique, les enjeux et les défis qui en découlent.

0.2. Problématique

Les institutions publiques malgré leur diversité d'apanage, elles ont toutes pour finalité d'accomplir les missions des services d'intérêt général, public ou collectif dans la mise en œuvre des politiques publiques statuées par l'État. À cet égard, la communication des organisations publiques demeure l'instrument au centre de l'exercice dans l'accomplissement de leurs missions. Cependant, avec l'avènement du numérique, les modes de communication ont profondément évolué c'est ainsi que la République Démocratique du Congo, comme de nombreux pays en développement, se trouve à un tournant crucial où les technologies numériques sont progressivement intégrées et deviennent de plus en plus essentielles dans la gestion de la chose publique.

Selon certaines dispositions prévues par la loi, *“les organisations publiques entre autres : établissements et entreprises publiques sont toutes les entités créées et contrôlées par l'État en vue de remplir les missions d'intérêt général, de service public ayant un caractère soit administratif, soit social et culturel, soit scientifique, technique et encore économique”*¹. Vu la vastitude des missions qui leurs sont confiées, la numérisation des processus administratifs, l'utilisation des médias sociaux pour la communication gouvernementale et l'engagement des citoyens à travers des plateformes numériques se veulent des enjeux majeurs pour ces organisations d'où, actuellement les efforts sont en train d'être consentis pour mieux asseoir ces technologies novatrices.

L'institution qui communique bien, atteint mieux ses objectifs. La communication étant polyforme, dans cette approche, nous nous retrouvons bel et bien aux champs de la communication publique, celle-ci est tout d'abord *« formelle, elle tend à l'échange et au partage d'informations d'utilité publique ainsi qu'au maintien du lien social et dont la responsabilité incombe à des institutions publiques »*. Elle est porteuse d'enjeux forts dont l'un des premiers est d'assurer la lisibilité de l'action, des décisions et de leurs motivations : *une organisation qui aujourd'hui ne communique pas, ne dit pas ce qu'elle fait, ni pourquoi est comment elle le fait, provoque ou entraîne désintérêt, soupçons, méfiance.*²

¹ Loi N°08/009 du 07 juillet 2008 portant dispositions générales applicables aux établissements publics dans ses articles 2, 3, 4 et la loi N° 78/002 du 06 janvier 1978 portant dispositions générales applicables aux entreprises publique dans son article 2. Disponible sur <https://www.leganet.cd/Legislation/Droit%20Public/EPub/loi.08.009.07.07.2008.pdf> (Consulté le 22/08/2024 à 10h23')

² MÉGARD Dominique, « sur les chemins de la communication publique », les cahiers dynamiques [en ligne], juillet 2005, N°35, p.27. Disponible sur <https://www.cairn.info> (Consulté le 22/08/2024 à 13h20')

Considérant ce qui précède, nous appréhendons sans ambages que la communication des institutions publiques en RD Congo s'articule dans un champ large et très complexe suite aux missions et objectifs poursuivis par lesdites organisations et qui font face aux publics diversifiés du point de vue sociologique et sociodémographique. D'où, ladite communication doit être structurellement adaptée, plus encore en période de prolifération des canaux qui conséquemment engendre multiples problèmes allant dans le sens de l'adoption et de l'usage.

Comparablement à l'époque de l'analogie s'il faut établir un parallélisme, jadis la communication médiatique des organisations était linéaire. Par ailleurs, le feedback des clients ou publics n'existait guère, il suffisait aux entreprises de lancer les messages, quoi qu'il en soit, de cette manière de communiquer pouvait naître l'opinion public, mais il restait coffrer, peut-être propager très lentement par un nombre des protagonistes encore restreints. Conséquemment ; les clients ou les publics en occurrence restaient passifs par manque d'interaction directe avec les organisations. À nos jours, bien que le numérique soit le mode de gestion, de traitement et de transfère d'informations le plus efficient favorisant l'interactivité ; la communication à l'ère du numérique particulièrement avec la technologie Web 2.0 et 3.0 se montre encore très exigeante, cela relève des quelques phénomènes observés à la toile (internet) tels que : l'infobésité, la *consomm'action*, la *désinformation*, les *fake news* etc.

En revanche, les institutions publiques, spécifiquement le Ministère de la Fonction Publique doit communiquer activement et efficacement, être présente dans les medias numériques pour faire face à ces fléaux mentionnés laconiquement ci-haut. Paul Valery souligne comme suit « *Si vous ne dites pas ce qu'est votre entreprise, d'autres se chargeront de dire ce qu'elle n'est pas.* »³ Pour en arriver, il y a donc nécessité de maîtriser ces outils pour en tirer profit. Cependant les questions remises en cause sont celles de compétence du personnel dans la manipulation des NTIC, la question d'infrastructures numériques et sur les problèmes de connectivité qui se vit au pays, de l'intérêt général des agents publics et citoyens à l'égard des outils numériques pour leur engagement dans ce processus de mutation.

Tout cela nous porte à croire qu'à l'ère du numérique, les institutions publiques, y compris le Ministère de la Fonction Publique RD Congolaise sont face aux enjeux majeurs dans la modernisation de leurs modes de communication et de gestion des services. Si la numérisation présente des opportunités considérables pour améliorer la transparence, l'efficacité et l'accessibilité des services publics, elle soulève également des défis importants.

³ Linternaute.com, « citations de Paul Valery » sur : <https://www.linternaute.fr/citation/24251/> (consulté le 18/10/2024 à 13h07')

Cette problématique invite à explorer les relations entre le numérique, la communication des organisations publiques dans un contexte où les défis socio-économiques, politiques et technologiques sont omniprésents. Elle interroge aussi la manière dont le ministère peut intégrer les outils numériques dans un environnement souvent marqué par des inégalités d'accès à la technologie et par une prétendue faible culture numérique parmi les agents publics et les citoyens. En somme, l'hiatus qui nous préoccupe est apparent entre l'option de la communication numérique par le Ministère de la Fonction Publique dans l'exécution de ses missions et le problème de l'adoption de ces outils.

Ainsi, pour mieux articuler nos propos dans cette recherche, nous nous sommes posé quelques questions comme point de départ de notre réflexion :

- Quels sont les principaux obstacles qui freinent la communication numérique de la fonction publique en RDC ?
- Quelles sont les barrières sociales et organisationnelles qui rendent difficile l'implémentation de la communication numérique du Ministère de la Fonction Publique ?
- De quelle manière le Ministère de la Fonction Publique tient-elle sa communication numérique ?
- Quelle perception les citoyens et agents publics ont-ils de cette communication ?

Telles sont les préoccupations majeures autour desquelles tournera notre analyse.

0.3. Hypothèse de la recherche

L'hypothèse est une présomption ; c'est la réponse présumée à la question de recherche dont on ne sait pas encore si elle est fondée ou contestable, mais au sujet de laquelle on croit que les faits pourront établir soit la vraisemblance, soit l'incertitude.⁴

Nous référant aux préoccupations émises dans la problématique, nous émettons les hypothèses suivantes :

- Les principaux défis de la communication numérique des institutions publiques en RDC, particulièrement le cas du MFP sont : l'accès à internet réduit (problème de connectivité) et la fracture numérique qui se vit au pays. Nous ajoutons ici, la

⁴ LARAMEE Alain, VALLEE Bernard, *la recherche en communication : élément de méthodologie*, Québec, Presse de l'Université du Québec, 1991, p.197.

transformation numérique du ministère de la fonction publique en tant que système, cela renvoie à la question d'infrastructure interne et de compétence.

- Quelques résistances internes au changement causées par une gestion bureaucratique de certains départements, l'absence de formation spécialisée dans les administrations publiques sont des obstacles organisationnels qui ralentissent l'adoption des outils numériques dans la communication institutionnelle du MFP.
- Le MFP congolaise utilise des plateformes numériques (sites web, réseaux sociaux) pour communiquer, mais ces canaux sont sous-utilisés. Cette communication numérique reste sans une planification stratégique ou des objectifs clairs, ce qui limite son efficacité et sa portée.
- Les citoyens et les agents publics perçoivent la communication numérique du Ministère de la Fonction Publique comme un outil peu fiable, suite aux problèmes de crédibilité causés par la désinformation, fake news, infobésité etc. L'absence des contenus attrayants et la faible interaction avec les autorités publiques dans les réseaux.

0.4. Revue de la littérature

À l'ère de l'information, les technologies numériques en constante évolution se veulent un levier central dans le fonctionnement des institutions et/ou organisations, surtout dans le domaine de la communication. Leur intégration dans la société fait objet d'innombrables problématiques abordées selon les disciplines scientifiques dans leur particularité.

Pour mener à bien notre recherche, nous avons parcouru plusieurs travaux et quelques publications dans le domaine de la communication, de l'innovation et intégration du numérique dont nous mentionnons quelques unes :

- 1) Jéthro KOMBO YETILO⁵ "*L'administration publique congolaise aux prises avec les TIC : innovation, défi et perspective*". *Cas de la publication d'Examen d'État*⁶. L'auteur postule que des gains évidents sont à mettre à l'actif de ces technologies, mais il faut aussi reconnaître qu'elles ont engendré de nouveaux problèmes qui constituent de vrais défis à relever pour l'administration publique. Il a focalisé son étude sur le rôle important des TIC dans l'amélioration de l'offre des services publics en République démocratique du

⁵ KOMBO Jéthro, « L'administration publique congolaise aux prises avec les TIC : innovations, défis et perspectives. Le cas de la publication des résultats des examens d'État », *Télescope* [en ligne], vol. 18, n° 1-2, 2012, 101 p. Disponible sur <https://doi.org/10.7202/1009256ar> (Consulté le 19/10/2024 à 16h14')

Congo en termes d'accessibilité, de rapidité et d'efficacité : innovations et défis. Dans son approche, il établit le parallélisme entre les publications des résultats des examens d'État qui se faisaient jadis dans les palmarès du journal officiel du ministère de l'enseignement primaire, secondaire et professionnel jusqu'à l'intégration des TIC dans ce processus des publications dorénavant par voie électronique. L'auteur conclut que les TIC peuvent jouer un rôle important dans l'amélioration de l'offre des services publics en République démocratique du Congo, bien qu'elles ne soient pas en elles-mêmes une panacée aux maux qui rongent l'administration publique congolaise, utilisées à bon escient, ils peuvent constituer l'une des solutions.

- 2) Bolaty EVA YAO : "*La transformation numérique des organisations, la culture de l'organisation à l'épreuve du numérique : L'exemple du Secours Catholique Caritas France*". Après avoir appliqué une démarche méthodologique basée sur les méthodes qualitatives qui est en effet l'ethnographie organisationnelle, l'auteur de cette étude affirme que cette démarche permet une réelle description d'une transition numérique, l'observation des interactions et donc la confrontation liée au numérique notamment en allant à la recherche de la matérialité. Il aboutit aux résultats selon lesquels il identifie une tension entre la culture organisationnelle et la culture numérique qui donne lieu à une obligation d'acculturation au numérique pour l'organisation. Ainsi, cette étude menée au Secours Catholique Caritas France nous a permis de comprendre la pertinence de la démarche ethnographique ainsi que plusieurs enjeux liés à l'adoption des outils numériques, cela dans une autre situation géographique que le champ de notre recherche.
- 3) Martial PASQUIER : "*Communication des organisations publiques*"⁷. Dans cet ouvrage, l'auteur pose une large connaissance sur les pratiques de la communication exercées dans le secteur public et met en évidence les exigences de ce champs aussi très larges. Centré sur la communication des organisations publiques comme l'indique son intitulé, cet ouvrage est structuré en trois parties : la première, théorique, présente les particularités et les contraintes de la communication de ces organisations ; la deuxième traite de la conception des activités de communication dans le secteur public ; la troisième est consacrée aux principaux outils utilisés : publicité, relations médias et Internet.

⁷ PASQUIER Martial, *Communication des organisations publiques*, Louvain-la-Neuve 2^e édition, Deboek, 2017, 295 p.

0.5. Choix et intérêt du sujet

Le sujet de la recherche est ce sur quoi s'exerce la réflexion. C'est le centre des préoccupations à partir duquel gravitent des avis ou un ensemble de problèmes de recherche possible. C'est d'une certaine manière l'idée générale qui enveloppe divers problèmes de recherche. Il est choisi en fonction d'un phénomène ou d'une situation particulière.⁸ Le choix porté à ce sujet est motivé par la pertinence du questionnement émis au centre de nos préoccupations où le numérique est aujourd'hui un levier incontournable favorisant le rendement optimal au fonctionnement des organisations avec plusieurs possibilités et opportunités en communication. Cependant ; les organisations publiques congolaises l'ont atermoïement opté en occurrence la fonction publique, alors que nous estimons qu'il y a plusieurs difficultés du point de vue de l'adoption et de l'adaptabilité des protagonistes. De par cette explication du choix s'ajoute un triple intérêt pour cette recherche :

- ❖ *Du point de vue scientifique*, cette recherche attire le regard sur les possibilités et éventuelles difficultés découlant de l'intégration des nouvelles technologies considérées comme outils de communication impliqués dans le secteur public. Cette étude fournit aussi une compréhension des dynamiques de communication au sein de la fonction publique congolaise à l'ère du numérique. A ce titre, ce travail s'avère également une référence aux futurs chercheurs qui jugeront important de mener des recherches au même angle que nous soit en apportant d'autres éclaircissements, innovation et amélioration scientifique.
- ❖ *Du point de vue pratique et/ou professionnel*, cette étude fait preuve sobrement aux organisations, institutions publiques, aux professionnels ou spécialistes de la communication ainsi qu'aux intervenants qu'en cet ère du numérique, la République Démocratique du Congo fait face à des défis significatifs en matière de gouvernance, de transparence et d'engagement citoyen. Cependant, les institutions publiques ont l'opportunité de transformer leur communication, d'améliorer leur accessibilité et d'accroître leur efficacité. Tout en identifiant des défis et les enjeux. Cette étude peut offrir des recommandations concrètes en vue de mettre en place des stratégies adéquates enfin d'améliorer la communication des institutions publiques, en particulier le Ministère de la Fonction Publique et renforcer sa gouvernance à cet ère du numérique.

⁸ LARAMEE Alain, VALLEE Bernard, Op. Cit.; p. 109.

- ❖ *Du point de vue personnel*, cette recherche est l'une de nos contributions à la littérature scientifique. Elle ne couronnera pas seulement le titre de licencié en Communication des organisations, mais nous permettra également d'élargir les connaissances dans le cadre de l'application des sciences de l'Information et de la Communication dans la communauté sociale.

0.6. Annonce du cadre théorique

Pour attester la scientificité de notre recherche et asseoir nos arguments d'une manière cohérente, nous avons recouru à la théorie de la *diffusion de l'innovation*⁹ afin de canaliser notre démarche. Cette théorie définit les éléments qui agissent sur la manière avec laquelle une innovation est adoptée ou non et cherche à expliquer les fonctions ou phases qui seront approfondies et développées dans la seconde section du chapitre premier.

0.7. Méthodes et techniques utilisées

Une recherche dite scientifique est cohérente, précise et acceptable lorsque les démarches méthodologiques et techniques sont prises en compte. C'est ainsi, la combinaison décrite ci-dessous nous ont conduit aux résultats inéluctables.

0.7.1. Méthodes

La méthode scientifique est un ensemble de démarches que suit l'esprit pour découvrir et démontrer une vérité. Ainsi, une méthode est l'ordonnancement de règles pour parvenir à un but. Elle est l'outil privilégié de la démarche scientifique.¹⁰

Pour mener à bien notre étude, vu la problématique de la recherche et l'objet défini, nous avons opté pour une démarche *qualitative* en combinant la méthode *ethnographique*, la méthode *netnographique* et *l'analyse thématique*.

0.7.1.1. Méthode ethnographique

Cette démarche tient son importance essentiellement aux possibilités de compréhension contextuelle en facilitant l'approche des connexions entre différents aspects du phénomène à l'étude.¹¹ Le recours à cette méthode nous permet de plonger dans le milieu de la communication publique et institutionnelle du Ministère de la Fonction Publique pour une compréhension profonde des contextes socio-organisationnel en recueillant les expériences, et les perceptions des acteurs sociaux concernés.

⁹ MILES Bernard, « théorie de la diffusion des innovations : les phases de l'adoption E. Rogers » dans <https://www.soetmanagement.fr/théorie-des-innovations-les-phases-de-ladoption-e-rogers/>, (consulté le 21 octobre à 15h21')

¹⁰ LARAMEE Alain, VALLEE Bernard, Op. Cit., p. 22.

¹¹ EKAMBO Jean-Christien, *nouvelle anthropologie de la communication*, Kinshasa, Ifasic éditions. 2006, p. 58.

0.7.1.2. Méthode netnographique

Quant à la netnographie, elle est une nouvelle méthode d'enquête qualitative qui utilise Internet comme source des données en s'appuyant sur les communautés virtuelles de consommation. Elle analyse les actes communicationnels des membres d'une communauté virtuelle de consommation dans le but de produire une connaissance nouvelle.¹² Dans la réalisation de ce travail, cette méthode nous permet d'explorer la communication du Ministère de la Fonction Publique dans les plateformes numériques, en observant les contenus, les interactions et les co-productions de cette communauté virtuelle afin d'appréhender les perceptions et engagement des internautes. À en croire, une transposition de l'ethnographie en ligne.

0.7.1.3. Méthode d'analyse du contenu thématique

L'analyse thématique, ou plus exactement l'analyse de contenu thématique, est une méthode d'analyse consistant « à repérer dans des expressions verbales ou textuelles des thèmes généraux récurrents qui apparaissent sous divers contenus plus concrets » ; en d'autres mots, l'analyse thématique consiste à procéder systématiquement au repérage, au regroupement et, subsidiairement, à l'examen discursif des thèmes abordés dans un corpus.¹³ En tant que méthode qualitative, elle se préoccupe de comprendre la complexité, le détail et le contexte. La finalité de l'analyse est de construire des lectures interprétatives, c'est-à-dire de donner du sens à des phénomènes sociaux et humains caractérisés par une grande complexité.¹⁴ Dans cette recherche, l'analyse thématique nous permettra de décrypter les informations collectées, les agrégées et les comparées, de les interpréter afin de produire les résultats.

0.7.2. Techniques de collecte

Les techniques sont des procédés de recherche qui servent à mettre en œuvre concrètement et à réaliser les opérations correspondant aux différentes étapes de la méthode.¹⁵ Pour collecter les données qualitatives nécessaires et rendre applicable les méthodes définies ci-haut ; nous avons recouru aux techniques d'*entretien semi-directif*, à l'*observation directe non-participante* et à la *technique documentaire*.

¹² YOHAN Bernard, « La netnographie : une nouvelle méthode d'enquête qualitative basée sur les communautés virtuelles de consommation » sur <https://www.researchgate.net>, (consulté le 18 octobre 2024 à 15h58')

¹³ QUIVY Raymond, VAN CAMPENHOUDT Luc, *Manuel de recherche en science sociales*, Paris, Dunod, 2011, p. 179.

¹⁴ MARTA Anadón, SAVOIE Lorraine, « L'analyse qualitative des données », *Recherches qualitatives (en ligne)*, 2009, vol. 28(1), p. 1. disponible sur <http://www.recherche-qualitative.qc.ca/Revue.html> (Consulté le 16/01/2025 à 16h05')

¹⁵ AMYOTTE Luc, *Méthodes quantitatives ; applications à la recherche en sciences humaines*, Québec, Erpi, 2011, p.96.

0.7.2.1. Entretien semi-directif

L'entretien semi-directif est un système d'interrogation à la fois souple et contrôlé.¹⁶ En tant qu'instrument de collecte, il va nous permettre de recueillir des données qualitatives riches et détaillées en laissant aux participants de s'exprimer librement sur leurs expériences, opinions ou perceptions en ce qui concerne la communication numérique du Ministère de la Fonction Publique.

0.7.2.2. Technique d'observation directe

L'observation directe est celle où le chercheur procède directement lui-même au recueil des informations sans s'adresser aux sujets concernés. Elle fait directement appel à son sens de l'observation. Les sujets observés n'interviennent pas dans la production de l'information recherchée.¹⁷ Afin d'appliquer la méthode netnographique, nous avons recouru à l'*observation directe non-participante en ligne*, elle consiste à porter son regard de l'extérieur sans participer véritablement à la vie du groupe, à son insu ou avec son accord.¹⁸ Elle est la technique de collecte la plus plébiscitée dans la démarche netnographique parce qu'elle permet au chercheur d'analyser la communauté sans interférer et de manière non intrusive, en utilisant des données disponibles publiquement sur Internet telles que les messages écrits, codés, les images et les vidéos.¹⁹

0.7.2.3. Technique documentaire

La technique documentaire consiste en une fouille systématique de tout ce qui est écrit ayant une liaison avec le domaine de recherche.²⁰ Elle nous a permis d'explorer la littérature scientifique existante pour asseoir notre étude dans un bon cadre conceptuel et théorique ainsi que des données nécessaires relatives à la notre question de recherche.²¹

0.8. Délimitation spatio-temporelle

Pour ne pas se perdre dans une forêt sans issue, une recherche scientifique exige une délimitation réfléchie pour situer le contexte auquel est soumise l'analyse. À propos, l'espace et le temps sont définis.

¹⁶ GUIBERT Joël, Jumel Guy, *Méthodologie des pratiques de terrain en sciences sociales et humaines*, Paris, Armand Colin, 1997, p.102.

¹⁷ QUIVY Raymond, *Manuel de Recherche en Sciences Sociales*, Nouvelle édition, Paris, Dunod, 1995, p.164

¹⁸ GUIBERT Joël, Jumel Guy, Op. Cit., p.92

¹⁹ KHOUIAMMI Fatima, HAMADI Chakib, « Exploration netnographique des caractéristiques des e-influenceurs émergeant sur les réseaux sociaux », *International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics* (en ligne), 2023, vol. 4, p. 417. Disponible sur <https://doi.org/10.5281/zenodo.8418629> (consulté le 17/01/2025 à 18h10')

²⁰ GRAWITZ Madeleine, *Méthodes des sciences sociales* 4ème éd., Dalloz, Paris, 1979, p. 101.

²¹ FREYSSINET Jacqueline, *Méthodes de recherche en sciences sociales*, Paris, Deug, 1997, p. 24.

a) Du Point de vu spatial

En ce qui concerne l'espace, l'entité sur laquelle nous avons concentré notre étude est le Ministère de la Fonction Publique de la RD Congo.

b) Du Point de vu temporel

Cette étude couvre la période allant du mois d'août 2024 au mois de février 2025 (6 mois), période pendant laquelle le Ministère de la Fonction Publique R.D Congolaise ne cesse de multiplier les contenus pour alimenter ses médias sociaux numérique, en outre, la période de notre disponibilité pour mener à bien cette recherche.

0.9. Division du travail

Ce travail est divisé en trois (03) chapitres se présentant schématiquement de la manière suivante :

- Chapitre Premier : Généralités conceptuelles et théoriques ;
- Chapitre Deuxième : Présentation du Ministère de la Fonction Publique (RDC) ;
- Chapitre Troisième : Communication du Ministère de la Fonction Publique à l'ère du numérique, Analyse et interprétation des résultats.

CHAPITRE PREMIER : GENERALITES CONCEPTUELLES ET THEORIQUES

Dans ce chapitre, essentiellement reparti en deux sections dont la première abordera d'abord les définitions des concepts qui constituent le thème de notre recherche et de les expliquer, ensuite, la seconde abordera le cadre théorique qui soutient notre démarche méthodologique dans la compréhension de l'objet de notre étude.

Section 1 : Approche conceptuelle

La première section de ce chapitre définit tous les concepts clés du sujet, à savoir : *Communication, institution, numérique, enjeux et défis*. Étant donné que chaque mot ayant plusieurs significations selon le contexte, nous tenterons de les définir concomitamment avec d'autres concepts subsidiaires pour lever l'équivoque sur le sens à leur donner dans le cadre de notre étude.

I.1.1. Communication

I.1.1.1 Notion et définition

Le concept "communication" est une notion polysémique, polymorphe et un fourre-tout. Souvent, elle est perçue comme échange, transmission, relation et participation. Joly BRUNO, dans une perspective aussi globalisante, l'explique comme "*l'action de communiquer, de transmettre, d'informer*"²². Cette fonction désigne l'étude générale du langage sous trois aspects :

- ***L'expression*** : celui qui utilise ce type de communication cherche à communiquer une intention, une émotion, un état de conscience ;
- ***La représentation*** : donne des informations sur les événements, retransmet un savoir;
- ***L'action sur autrui*** : cherche à convaincre, à séduire, à influencer autrui, transmet des ordres, intime des interdictions.

Le concept "communication" déborde l'expression verbale et utilise de nombreux signaux mimiques ou gestuels, des techniques nouvelles et de nouveaux supports (informatique, téléphone mobile, numérique...). Elle permet l'échange d'informations entre les personnes (échange interpersonnel) mais aussi à travers notre société par le biais des acteurs de la communication. Ainsi, l'entreprise dispose de moyens et de techniques lui permettant de véhiculer ces informations.

²² BRUNO Joly, *la communication*, Louvain-la-Neuve, De Boeck Supérieur, 2009, p. 7.

Relativement à notre travail, nous soutenons cette définition de Bernard LAMIZET en gestion d'entreprise qui note que : “*communication désigne l'ensemble des actions entreprises en vue de donner la meilleure image de cette entreprise ou de cette organisation, d'accéder à une certaine notoriété, de connaître les activités de l'organisation pour développer éventuellement*”.²³

Plusieurs auteurs ont défini la communication dans diverses manières selon leur domaine, leur modèle et leur conception théorique. Nous mentionnons ici quelques définitions alors que la liste ne peut être exhaustive :

- Edgar MORIN : La communication “*est un lien établi entre deux partenaires par l'intermédiaire d'un moyen de transmission et qui permet l'échange d'information symboliques entre ces correspondantes*”.²⁴
- Charles COOLEY : La communication “*est le mécanisme par lequel les relations humaines existent et se développent*”.²⁵
- ABRAHAM MOLES : La communication “*est l'action de faire participer un organisme ou un système situé en un point donné R ; aux stimuli et aux expériences de l'environnement d'un autre individu ou système situé en un autre lieu et à une autre époque E, en utilisant les éléments de connaissance qu'ils ont en commun*”.²⁶

I.1.1.2. Objectifs du processus communicationnel

Comme nous l'avons plusieurs fois soulevé, la communication est un domaine complexe et pluridimensionnel ; ces objectifs sont divers, ils sont poursuivis en dépendance du but à atteindre dans un domaine d'application bien précis. Dans le cadre de cette recherche, nous avons retenu trois (3) principaux objectifs en nous référant à ce qu'évoque Christine SARBONI dans « Réussir ses actions en communication » :

- 1) **Les objectifs cognitifs** (faire savoir) : Comme on peut s'y entendre, ces objectifs sont ceux qui consistent à l'acquisition des connaissances ; faire connaître en matière d'information et faire connaître en matière de notoriété. Ici la communication est comprise comme un processus de transmission, d'échange des connaissances, des idées qui sont les

²³ LAMIZET Bernard, *Dictionnaire encyclopédique des sciences de l'information et de la communication*, Paris, Ellipse/éd, Marketing, 1997, p.131.

²⁴ LARAMÉE Alain et VALLE Bernard, *La recherche en communication : élément de méthodologie*, Québec, Presse de l'université du Québec, 1991, p. 77.

²⁵ COOLEY Coley, *Communication et réseau de communication*, Paris, ISF, 1978, p. 33.

²⁶ MOLES Abraham, *théories structurelles de la communication et société*, Paris, Ed. Maison, 1998, p.25

informations aux travers les paroles, les écritures et autres codes d'émission, faire savoir afin de débarrasser l'autre dans l'ignorance. « Faire connaître quelque chose à quelqu'un »

- 2) **Les objectifs conatifs** (*faire agir*) : Avec but de produire certains effets sur le destinataire. Ces objectifs visent à toucher un mode d'action : faire agir ou réagir, Ils couvrent le domaine pratique en touchant les comportements pour provoquer une action chez le destinataire ou à un groupe des récepteurs, un public (communication de masse) selon ses propres entendements.
- 3) **Les objectifs affectifs** (*faire aimer*) : Les objectifs affectifs se rapportent aux émotions. On communique aussi pour affecter, faire aimer, valoriser l'objet de la communication, ses qualités etc. Ici, disons que l'émetteur communique en vue d'atteindre l'objectif de faire adhérer son interlocuteur dans son schéma de communication de tel enseigne que ce dernier soit convaincu et puisse dans la foulée aimé le contenu de la communication.

I.1.1.3. L'acte communicationnel

L'acte communicationnel désigne *“le processus d'entrer en contact ou en relation des protagonistes dans un champ commun favorisant l'échange des signaux qui peuvent être les informations”*²⁷ Pour que cela se réalise, il y a des facteurs indispensables tels que explicités dans différents modèles de communication.

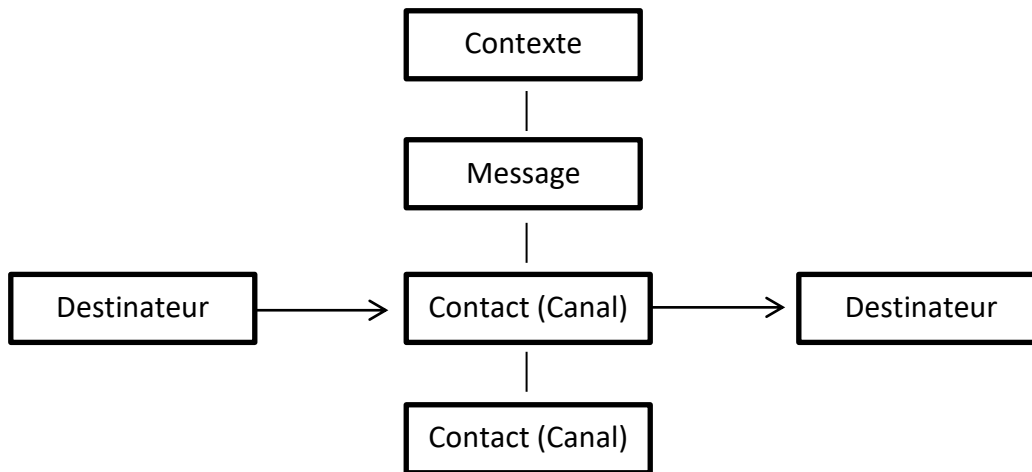
Nous prenons ici un modèle sommaire parmi tant d'autres, développé par Roman JAKOBSON²⁸ qui s'efforça de décrire la communication humaine dans la complexité de ses éléments en tenant compte de six (6) facteurs fondamentaux décrivant les différentes fonctions du langage :

1. Le destinataire : c'est lui qui envoie le message ;
2. Le message : elle-même l'information ;
3. Le destinataire : celui qui reçoit le message ;
4. Le code commun : le langage utilisé ;
5. Le contexte ou référent : le message requise d'abord d'un contexte auquel il renvoie ;
6. Le canal : moyen de transmission.

²⁷ Scribd, « L'acte de communiquer », sur <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://fr.scribd.com/> (consulté le 25/10/2024 à 15h23')

²⁸ LOHISSE Jean, *La communication de la transmission à la relation*, Bruxelles, De Boeck, 2009, p. 77.

De cette manière, R. JAKOBSON explicite qu'il y a communication lorsqu'une personne émettrice prend l'initiative de s'adresser à une autre personne réceptrice pour transmettre ou échanger une information (message) par voie orale, écrite, audiovisuelle (canal) et par différents moyens (outils) dans le but d'informer, d'expliquer, de convaincre, de faire agir (objectif). Voici donc repris ici-bas une représentation schématisée de l'acte communicationnel selon son model :



Source : Jean LOHISSE, Op. Cit

Brièvement, ce schéma décrit le processus communicationnel simpliste d'où un émetteur (destinateur) envoie le message au récepteur (destinataire) moyennant un code à travers un canal et cela dans un contexte déterminé.

I.1.1.4. Enjeux de la communication

L'enjeu de la communication, ce sera la raison qui pousse un acteur ou une organisation à communiquer avec une entité. Et en fonction de cette raison, donc de cet enjeu, il sera question de s'adapter à interlocuteur pour obtenir de lui ce que vous attendez de lui.

Dans son ouvrage *Théorie systémique des communications*, Alex Mucchielli définit cinq types d'enjeux dans la communication :

- 1) **L'enjeu informatif** : L'objectif est de transmettre une information, un message. C'est ce que Roman Jakobson appelle la « fonction référentielle ».
- 2) **L'enjeu de positionnement, d'identité** : Il met l'accent sur l'identité comme point central. Communiquer c'est se positionner par rapport à autrui en proposant des éléments de son identité. On communique à la condition que l'on est une identité. Toute communication

définit donc l'identité de l'émetteur qui va se manifester dans la phraséologie utilisée, dans l'usage d'un code particulier. En communiquant, l'émetteur va donc envoyer au récepteur une certaine image de lui. Les enjeux identitaires vont entraîner toute une série de rituels d'interaction, de règles (comment s'adresser à une personne) qui vont définir les règles normales d'identité.

- 3) **L'enjeu d'influence** : Communiquer, c'est faire preuve « *d'influence* » sur autrui. « *La communication est un acte de mobilisation d'autrui* ». A ce stade, l'émetteur instruit une tentative « d'influence » sur ses partenaires. Il a un pouvoir de conviction qu'il fait passer à travers ses communications.
- 4) **L'enjeu relationnel** : La communication est un acte de concrétisation de la relation humaine dans laquelle il est plus facile de parler à une personne qui a le même vocabulaire, les mêmes valeurs, les mêmes codes sociaux. L'enjeu relationnel se retrouve dans l'esprit de groupe. Il s'agit d'entrer en relation, d'avoir des contacts, d'œuvrer à avoir des contacts satisfaisants par rapport à son objectif, en fonction de la situation de l'individu, du moment (besoin de gratification, de protection...). Il s'agit de développer le collaboratif.
- 5) **L'enjeu normative** : Afin d'établir une bonne communication, il est important de définir des normes communes de relation. Communiquer, c'est donc proposer un ensemble de normes, de règles qui vont soutenir les échanges. Fidéliser un client, c'est, avant tout, partager une norme relationnelle où chacun peut se reconnaître.

Aussi diversifiée qu'elle est, il y a plusieurs types de communication dont chacun a des objectifs très spécifiques par rapport à ses enjeux et son champ d'application. Au regard de cela, il nous est intéressant dans le cadre de cette recherche de définir la *communication institutionnelle* au point suivant et la *communication des organisations publiques* comme concept à part entière. Ces deux notions se rapportent à notre champ et domaine d'étude.

I.1.1.5 Communication institutionnelle

Autrement désignée communication d'entreprise ou corporate, la communication institutionnelle renvoie à toutes les techniques de communication utilisées par l'entreprise ou une organisation pour parler ou faire parler d'elle-même, en tant qu'institution, auprès des publics aussi hétérogènes et variés que les journalistes, la communauté financière, les pouvoirs publics,

les leaders d'opinion, le grand public(...)²⁹ Distinctement à la communication basée sur la commercialisation, la communication institutionnelle ne s'intéresse pas à la promotion des produits et des services, c'est plutôt l'organisation en elle-même qui est promue. Les principaux rôles³⁰ de la communication institutionnelle sont :

- Situer : déterminé l'identité et établir le positionnement de l'institution, les traits sous lesquels elle veut se donner à voir, en s'appuyant sur sa réalité et sur son image de manière à se démarquer de ses concurrents.
- Légitimité : faire apparaître le bien fondé de l'institution et de son action ; manifester sa paternité sur les opérations dont elle peut tirer bénéfice.
- Améliorer la lisibilité : faciliter la compréhension de l'institution en le rendant plus claire.
- Amplifier : donner aux actions conduites par l'institution, une résonance externe et / ou interne susceptible de retenir favorablement sur son image.
- Mobiliser : donner aux agents de l'institution des raisons de confiance, de fierté, capable de les motiver et de les dynamiser.
- Mettre en relation : susciter et coloniser des opportunités de faire appel à l'institution et à ses services.

Il sied de rajouter par ici ; la communication institutionnelle est liée à la communication des organisations comprise d'une manière générale. Westphalien M-H et Libaert T. définissent la « communication des organisations comme le processus d'écoute et d'émission de messages et de signe à destination de publics particuliers, visant à l'amélioration de l'image, au renforcement de leurs relations, à la promotion de leurs produits ou services, à la défense de leurs intérêts ». ³¹ Au fond, la communication d'organisation est plus centrée sur la gestion interne et la bonne gestion des relations au sein de l'entité, tandis que la communication institutionnelle est orientée vers la gestion de l'image et des relations externes, en mettant l'accent sur la réputation de l'organisation vis-à-vis de son environnement.

²⁹ LIBAERT Thierry, WESTPHALEN Marie-Hélène, *La communication externe des entreprises*, 3è édition, Paris, Dunod, 2011, p. 5.

³⁰ SFEZ Lucien, *Dictionnaire critique de la communication*, Tome 2, Paris, PUF, 1993, P. 1180.

³¹ LIBAERT Thierry, WESTPHALEN Marie-Hélène, *Communicator : Toute la communication d'entreprise*, Paris 5è éd., Dunod, 2009, p. 10.

I.1.2. Généralités sur la communication des organisations publiques

I.1.2.1. Notion et définition

Par organisation publique, on entend toute organisation instituée par une loi ou dont l'action est strictement régie par un cadre légal. Il s'agit donc des administrations, agences et pour partie les entreprises publiques.³²

La communication publique se définit comme étant *la communication formelle qui tend à l'échange et au partage d'informations d'utilité publique ainsi qu'au maintien du lien social et dont la responsabilité incombe à des institutions publiques.*³³

*Les organisations publiques doivent communiquer pour permettre aux diverses institutions de fonctionner et pour garantir les bases du système démocratique. De nombreux théoriciens des systèmes politiques et philosophes ont insisté sur l'importance du principe de transparence des institutions et des débats de sorte que les décisions et ses motifs de même que les actions publiques soient connus de tous et puissent faire l'objet d'un contrôle démocratique. Or, ce principe ne s'arrête plus aux décisions et actions des institutions comme le parlement ou le gouvernement mais à l'ensemble des organisations publiques et donc des différentes administrations. Elles doivent communiquer pour présenter leurs activités, expliquer leurs décisions, construire si nécessaire la légitimité de leurs actions.*³⁴

I.1.2.2. Spécificités et enjeux de la communication publique, un levier au sein des services publics et au centre des ses actions

La communication publique se distingue d'autres types de communications industrielles ou commerciales, non par les techniques et les langages (de la publicité au marketing, du journalisme aux TIC et à l'audiovisuel, média et hors-média inclus) qu'elle sait utiliser largement, mais *par ses objectifs et par ses enjeux. Ceux de l'intérêt général, du service public et de la gouvernance. Ceux-là même qui du développement durable à l'essor d'une région ou d'une ville, de la santé publique à l'aménagement du territoire, de l'action sociale à la transformation urbaine, demandent à ceux qui la créent et la portent, rigueur, éthique et sens du service.*³⁵

³² Martial PASQUIER, *Communication des organisations publiques*, Louvain-la-Neuve 2^e édition, Deboek, 2017, p. 13.

³³ ZÉMOR Pierre, *la communication publique*, Paris, Puf, 1995 ; cité par MEGARD Dominique, *La communication publique et territoriale*, Paris, Dunod, 2012, p. 11.

³⁴ PASQUIER Martial, Op. Cit., p. 14.

³⁵ MEGARD Dominique, *La communication publique et territoriale*, Paris, Dunod, 2012, p. 10.

La communication publique, attachée à un territoire ou à une institution, joue un rôle essentiel dans la société. Elle contribue à la citoyenneté, au débat démocratique et à l'usage des services publics. *Elle concourt à promouvoir et à donner du sens à l'action publique. Elle s'adresse à tous les citoyens, habitants, contribuables ou usagers et vise à la fois à : l'information et la participation des citoyens ; la promotion des services aux publics ; l'animation d'un territoire et le développement local ; l'accompagnement des projets et le débat public ; la valorisation de l'intérêt général et le comportement civique ; l'information et le management des équipes ; la construction d'une identité et la valorisation d'un territoire...*³⁶

Ce sont donc les actions de communication publique qui informent sur le rôle des services administratifs, culturels ou économiques, sur leurs horaires et leur fonctionnement, sur les démarches à accomplir, la tenue de réunions publiques ou de concertation. Ce sont des actions de communication publique qui valorisent une ville ou une région, qui expliquent, de l'État aux collectivités, le rôle des institutions. Ce sont des actions de communication publique qui créent et promeuvent festivals en tous genres et en tous lieux et fêtes populaires comme la fête de la musique, la fête des voisins ou les journées du patrimoine.³⁷

Jadis, si la présence d'un ministre pouvait suffire dans les années 1960 à 1980 à attirer les médias pour qu'ils relayent une information, les mesures gouvernementales nécessitent maintenant des plans de communication combinant différents supports. *La communication des organisations publiques, appelée très souvent communication publique, est donc complexe et s'inscrit dans un cadre contraignant, ce d'autant plus qu'elle doit éviter de prendre une posture partisane.*³⁸

I.1.2.3. Qui sont les émetteurs de la communication publique ?

L'ensemble des institutions et des organismes qui, de la commune à l'État et aujourd'hui, à l'Europe et aux organismes internationaux, sont au service de l'intérêt général. Un ensemble complexe et foisonnant qui partage des caractéristiques dont l'absence d'objectifs mercantiles et lucratifs demeure l'essentiel. Ils s'adressent aux citoyens c'est-à-dire aux hommes et aux femmes considérés non comme des acheteurs et des consommateurs mais comme des usagers, des individus sociaux, des administrés, des électeurs, des acteurs. Ils ont pour la plupart une obligation d'informer et un engagement de transparence et de « rendre compte » qui

³⁶ Ibidem, p. 13.

³⁷ Ibidem, p. 3.

³⁸ PASQUIER Martial, Op. Cit. p. 15.

découlent logiquement de leur nature d'institution ou de service public. Participant de la gouvernance de la « Cité » ces organismes et institutions vivent le plus souvent au quotidien la cohabitation de deux temporalités et de deux modes de raisonnement. Celui des élus d'une part dont la durée du mandat est limitée et dépend de l'adhésion ou non des citoyens à leur gestion et leurs projets. Celui de l'administration et du personnel d'autre part, fonctionnaires, salariés et techniciens que, pour la plupart, leur statut protège en vue d'assurer une stabilité nécessaire au fonctionnement des institutions et des services.³⁹

I.1.3. Institution publique, établissement public et administration publique

le terme « institution » désigne, au sens général, « *toute forme d'organisation des collectivités humaines qui se caractérise par des liens de solidarité entre les membres de la collectivité, un statut, et la soumission de tous à une autorité commune.* En ce sens, l'État est une institution, et même la première des institutions (...). Le terme d'institution sert également à désigner des mécanismes juridiques qui ont pour finalité d'encadrer les comportements au sein de la société. En ce sens, une institution n'est plus un organe, mais directement un ensemble de règles de droit, et on en trouvera aussi bien en droit privé (...) qu'en droit public⁴⁰

A ce sujet, Joseph Kazadi Mpiana enseigne que les institutions sont diversifiées d'autant plus qu'elles peuvent se référer aux organes (à titre indicatif, le Chef de l'État, le gouvernement, le parlement, la commission nationale électorale indépendante etc.) ou encore aux différents mécanismes et règles comprenant notamment les règles constitutionnelles encadrant l'exercice du pouvoir au sein de toute société humaine (...) ⁴¹ *En RDC, la loi portant dispositions générales aux établissements publics reconnaît une "institution publique", toute personne morale de droit public créée par l'État en vue de remplir une mission de service public.*⁴²

Signalons par ailleurs, cette définition concerne également les établissements publics. Ce deux termes *établissement* et *institution* sont synonyme, au sens général ils renvoient à *l'organisation*. Mais cependant, si l'on apporte une nuance ; au fond ces deux mots n'évoquent

³⁹ MEGARD Dominique, Op. Cit. p. 39.

⁴⁰ Michel DE VILLIERS, Armel Le Divellec, « Dictionnaire du droit constitutionnel », 10^e éd., Paris, Sirey, 2015, pp. 197-198 ; Cité par KAZADI MPIANA Joseph, « Institutions politiques de l'Afrique contemporaine », Droit, Unilu, 2018, p.1., inédit, disponible sur <https://doi.org/10.5771/2363-6262-2022-2-99>, (consulté le 17/12/2024 à 15h10')

⁴¹ KAZADI MPIANA Joseph, Op. Cit.

⁴² LEGANET.CD, « LOI N° 08/009, du 07 JUILLET 2008, portant dispositions générales applicables aux établissements publics » p.1. Disponible sur <https://www.leganet.cd> > EPubPDF RD Congo - Loi n°08-007

pas les mêmes réalités : établissement a un sens concret et désigne un lieu ou, mieux encore, un immeuble, institution a un sens abstrait et désigne une structure ou une organisation »⁴³

Quant à l'administration publique, c'est ensemble des services administratifs du pouvoir central, des provinces et des entités territoriales décentralisées destinés à exécuter des tâches étatiques en vue de la satisfaction des besoins d'intérêt général. Sur cette même optique, le service public est défini comme tout organisme ou toute activité d'intérêt général relevant de l'administration publique.⁴⁴

I.1.4. Fonctionnaire et agent public

Il s'agit des personnels que l'on retrouve dans la fonction publique. Il y a lieu ici de faire une nuance entre ces deux concepts qui se rapprochent et prêtent souvent beaucoup de confusions.

- Agent public : c'est toute personne qui participe de manière directe à l'exécution d'un service public administratif, même s'il occupe une fonction subalterne. En République démocratique du Congo, le décret-loi portant code de conduite de l'agent public de l'État comme toute personne qui exerce une activité publique de l'État et/ou rémunérée par ce dernier. Tandis que ;
- Fonctionnaire : c'est une personne (physique) qui exerce une fonction permanente dans une administration publique. Selon Claude AUGE et Paul AUGE, le fonctionnaire est un agent public titulaire d'un emploi permanent dans un grade de la hiérarchie administrative.⁴⁵

Ainsi, les employés des services publics à caractère industriel et commercial ne sont jamais considérés dans beaucoup de systèmes juridiques comme des fonctionnaires. De même, il peut arriver qu'au sein des services publics à caractère administratif qu'une partie du personnel ne soit pas fonctionnaire, En droit français, n'est fonctionnaire que la personne qui collabore à un service public administratif, c'est-à-dire à un service publique géré par la puissance publique, en régie et selon les procédés du droit public, par opposition aux services publics industriels et commerciaux dont les agents relèvent du droit privé. Très souvent, c'est par abus de langage que l'on entend parler de la fonction publique locale ou que le commun de mortel colle la qualité des

43 BENIER Gerar, « établissement et institution. Documentation et bibliothèques », disponible sur <https://doi.org/10.7202/1028451ar> consulté le 19/12/2024 à 7h20'

44 Portail du ministère de l'environnement/RDC, « Loi organique fixant l'organisation et le fonctionnement des services publics du pouvoir central, des provinces (...) », sur <https://medd.gouv.cd/loi-organique-fixant-> consulté le 19/12/2024 à 7h29'

45 AUGE Claude, AUGE Paul, *Larousse classique illustré* 21^e éd., Paris, Abebooks, 1952, p.754.

fonctionnaires aux salariés des services publics à caractère industriel et commercial ou des sociétés nationales.⁴⁶

En somme, exercer une fonction publique, c'est être investi d'un ensemble de compétences légales d'intérêt général. C'est pourquoi nombre de textes législatifs importants utilisent l'expression fonctionnaires publics dans un sens très large qui englobe non seulement les salariés de l'administration, mais aussi toutes les personnes qui exercent une fonction publique dans le sens de tâche d'intérêt général : ministres, maires, conseillers généraux, par exemple.⁴⁷ Alors par ici, retenons avec que le fonctionnaire ou l'agent public est engagé, à tout niveau, pour servir les administrés au nom de l'État, la petite nuance est que un fonctionnaire est un agent public mais occupant une fonction dans l'administration publique.

I.1.5. Numérique

I.1.5.1 Définition

Selon Didier DUBASQUE⁴⁸, Le terme *numérique* est à la fois un nom et un adjectif polysémique comportant de multiples significations. Le dictionnaire Larousse indique que le numérique est dans son sens premier : *la représentation d'informations ou de grandeurs physiques au moyen de caractères, tels que des chiffres, ou au moyen de signaux à valeurs discrètes. Cela se dit des systèmes, dispositifs ou procédés employant ce mode de représentation discrète, par opposition à analogique.*

Pour la clarté du propos, nous considérons dans ce travail que le numérique représente toutes les applications qui utilisent un langage binaire, elles classent, trient et diffusent des données. Ce terme englobe les interfaces, Smartphones, tablettes, ordinateurs, téléviseurs, ainsi que les réseaux qui transportent les données. Il envisage à la fois les outils, les contenus et les usages. à en croire, un moyen de traitement, de stockage et de transmission des données qui sont des informations.

Il sied de souligner ici que le terme *numérique* est similaire au *digital*, la nuance est faite d'un point de vue étymologique : En français on dit numérique, le mot digital signifiant « qui se rapporte aux doigts. ». En anglais le terme digital a été repris « digit » qui veut dire chiffre (compter sur ses doigts) et digital « qui utilise les nombres. On parle d'industrie numérique et de

⁴⁶ TSHIENDA MUAMBI Richard, « La réforme de la fonction publique : vecteur de bonne gouvernance et du développement », thèse en droit public (Prof. Dr. Alexander De Becker & du Prof. Dr. Frederik Vandendriessche), Belgique/Gent : Université de Gand, 2022, p. 50.

⁴⁷ Ibidem

⁴⁸ DUBASQUE Didier, Comprendre et maîtriser les excès de la société numérique, Paris, Presse de l'HESPE, 2019, p. 17.

pratiques digitales, valeurs de base d'un côté, valeurs d'usage de l'autre. Le terme digital a d'essor avec l'arrivée des écrans tactiles, car l'Homme a été mis au cœur de l'action. Le digital c'est l'usage de la technologie numérique.⁴⁹

I.1.5.2 Le numérique à la différence de l'analogie, comme mode de traitement, de stockage et de transmission d'informations la plus optimale⁵⁰

Avant l'arrivée du numérique, il y avait le mode analogique. Le système analogique et numérique sont deux modes de représentation de l'information à traiter. Le système analogique correspond à la variation continue d'une grandeur physique concrète, alors que, dans le système numérique, l'information est représentée par des valeurs numériques discrètes, sous forme binaire. Ces deux méthodes sont utilisées dans la télécommunication et en électronique. Bien que le procédé numérique soit le plus récent, le stockage et la restitution d'informations, le procédé analogique demeure toujours présent.⁵¹

La transformation d'un signal analogique en signal numérique est appelée *numérisation*.⁵² le tableau suivant récapitule mieux la différence entre l'analogie et le numérique en s'appuyant sur un fichier *audio*.

⁴⁹ Tutos'Me, « Quelle est la différence entre le digital et le numérique ? », dans : <https://www.tutos.pro/quelle-est-la-difference-entre-le-digital-et-le-numerique/> consulté le 06/11/2024 à 10h50'

⁵⁰ CURIEN Nicolas et MUET Pierre-Alain , *La société de l'informatique* (en ligne), Paris, ISBN, 2004, p. 91. Disponible dans <https://www.vie-publique.fr> (consulté le 06/11/2024 à 15h00')

⁵¹ Larousse.S.d.(en ligne), « Analogie et numérique », sur

https://www.larousse.fr/encyclopedie/animations/Analogique_et_num%C3%A9rique/1100333 (consulté le 06/11/2024 à 15h08')

⁵² MANOVICH Lev, *Le langage des nouveaux médias*, p. 99., cité par MUPAYA Didier, Nouveaux médias et société [Notes de cours], SIC-UPN, 2022-23, p. 3.

Mode	Analogie (grandeur physique)	Numérique (Informatique)
<i>Principe de fonctionnement</i>	Reproduction du signal à enregistrer (audio, vidéo), sous une forme similaire sur un support qui est en général magnétique.	Conversion, transformation du signal analogique en numérique, grâce à un convertisseur.
<i>Modalité et facilité de transfert des données</i>	Les cassettes doivent être rembobinées et transportées ou envoyées par courrier de l'auteur au transcriptionniste, contribuant aux délais de créations de documents, ajoutant des dépenses et augmentant les chances de pertes ou endommagement des cassettes.	Des fichiers peuvent être facilement téléchargés en sécurité à un PC pour être transcrits ou distribués automatiquement. Les auteurs peuvent simplement envoyer leurs dictées par courriel lorsqu'ils se trouvent à l'extérieur du bureau.
<i>La conservation</i>	Les bandes magnétiques des cassettes sont accédées à la fois par l'enregistreur et l'unité de transcription. Ainsi, au fil du temps, elles s'endommagent et affectent la qualité sonore, rendant la transcription plus difficile.	La technologie numérique est utilisée pour produire des enregistrements à très haute qualité à toutes les fois, sans détérioration de qualité au fil du temps.
<i>Archivage</i>	Pour les scénarios où les dictées doivent être archivées, la cassette elle-même doit être conservée, causant des problèmes de stockage et augmentant les chances pour les cassettes de se perdre, de s'endommager ou d'être mal identifiées	Des fichiers peuvent être sauvegardés automatiquement sur un disque dur, rendant l'archivage et l'extraction des dictées simples et économiques.
<i>Exploitation</i>	Pour que l'auteur ou le transcriptionniste localise rapidement les dictées ou portions de dictées sur cassettes, ils doivent rembobiner ou faire avancer rapidement la bande, un processus lent et imprécis.	Accéder aux dictées est aussi instantanée que de sauter d'un message vocal à l'autre. Les auteurs peuvent utiliser des signets pour identifier les segments dans leurs dictées pour faciliter la navigation aux positions d'enregistrement importantes.
<i>Étude et reconnaissance</i>	Avec les cassettes, il est impossible d'incorporer la reconnaissance vocale	Les fichiers sonores numériques peuvent être reconnus par un engin de reconnaissance vocale.
<i>Le rapport espace/capacité d'enregistrement</i>	Plus la durée d'enregistrement disponible sur une cassette est élevée, plus sa bande magnétique est mince, augmentant les chances de s'affaiblir ou de rompre pendant une dictée importante. Ainsi, la capacité d'enregistrement est très limitée avec des cassettes.	Si les besoins l'exigent, la durée d'enregistrement numérique peut dépasser 100 heures par carte mémoire. Plusieurs dictées peuvent être créées et éditées sur la même carte mémoire.

Source : MUPAYA Didier, Op. Cit., p. 5.

Hormis les caractéristiques et avantages du numérique mentionnés dans ce tableau, la liste est loin d'être exhaustive.

I. 1.5.3. L'ère du numérique

I. 1.5.3.1. Notion

L'ère du numérique est cette période qui englobe le début, l'apogée et le point culminant de la révolution numérique et de l'information de la fin du XXe et du début du XXIe siècle. Ce temps est donné par une série d'événements et de jalons en termes de progrès technologiques orientés vers l'informatique et les outils numériques. Bien que tout au long de l'histoire de l'humanité les époques et les époques aient été marquées par des révolutions technologiques (âge du bronze, âge de pierre...), la dernière ère qui a marqué notre mode de vie est l'ère moderne, dans laquelle la révolution industrielle a joué un rôle clé dans le développement de l'économie et de la société telle qu'elle est conçue. De la même manière, on peut affirmer que *l'ère contemporaine a pour événement principal ou courant la Révolution numérique.*⁵³

I. 1.5.3.2. La révolution numérique⁵⁴

Le point de départ de ce que l'on appelle généralement la révolution numérique correspond au *passage des technologies électroniques mécaniques et analogiques aux technologies électroniques numériques* dans le domaine du stockage, du transfert et de l'utilisation de l'information. Elle a commencé dans la deuxième moitié du 20e siècle avec l'adoption et l'essor des ordinateurs numériques et du stockage numérique de l'information – première étape vers la conception de systèmes informatiques plus avancés, capables de répliquer et d'automatiser numériquement des calculs mathématiques réalisés auparavant manuellement.

Pourquoi est-ce devenu une révolution ?

La technologie numérique est en perpétuelle transformation. Elle se diversifie et accroît la productivité d'un grand nombre de secteurs et d'industries. Certains événements spécifiques ont conduit à l'adoption de technologies numériques ayant révolutionné notre façon d'échanger et d'utiliser l'information. Ces événements ont marqué le début d'une nouvelle ère de l'information.

Grâce au succès des entreprises équipées des technologies numériques et aux avancées des technologies de transmission (notamment les réseaux informatiques, Internet et la diffusion numérique), les pays du monde développé ont connu un boom économique dans les

⁵³ Economie-pedia.com, Ère numérique - Qu'est-ce que c'est, définition et concept, dans https://economy-pedia.com/11040631-digital-age#goog_rewarded (consulté le 05/11/2024 à 15h32')

⁵⁴ Minnalearn, Qu'est-ce que la révolution numérique ?, dans <https://courses.minnalearn.com/fr/courses/digital-revolution/the-digital-revolution/what-is-the-digital-revolution/> (consulté le 05/11/2024 à 16h27')

années 1990. En 1999, tous les pays ou presque disposaient d'un accès à Internet. La révolution numérique est alors devenue un phénomène mondial et les technologies numériques se sont diffusées dans les pays en développement dans les années 2000. En 2005, on comptait un milliard d'utilisateurs d'Internet. À la fin de la décennie, trois milliards de personnes disposaient d'un téléphone mobile dans le monde. De plus en plus d'individus ont commencé à se servir d'internet pour communiquer et élargir avec d'autres utilisateurs ou des organisations, obtenir, utiliser et mettre à disposition des informations ou tout simplement pour se divertir. Ces nouvelles technologies ont permis aux utilisateurs de partager des ressources et d'appliquer le principe de l'économie d'échelle.

En 2005, on comptait un milliard d'utilisateurs d'Internet. À la fin de la décennie, trois milliards de personnes disposaient d'un téléphone mobile dans le monde. De plus en plus d'individus ont commencé à se servir d'Internet pour communiquer, interagir avec d'autres utilisateurs ou des organisations, obtenir, utiliser et mettre à disposition des informations ou tout simplement pour se divertir. Ces nouvelles technologies ont permis aux utilisateurs de partager des ressources et d'appliquer le principe de l'économie d'échelle.

I.1.5.3.3. Facteurs clés de l'ère du numérique

IdO : Le facteur « Internet » est celui qui a le plus influencé cette époque, étant essentiel dans son développement. Par conséquent, l'« Internet des objets » ou Internet des objets joue un rôle très important dans l'avancement de la révolution numérique.

TIC : Les technologies appliquées à l'information et à la communication favorisent la propagation des connaissances et des données, ce qui conduit à l'inclusion de plus en plus d'individus dans la révolution numérique.

Big Data (méga données) : L'utilisation massive de données à certaines fins et objectifs peut être l'un des outils qui déterminent certains modèles de comportement non seulement au niveau social, car elle peut être appliquée dans pratiquement n'importe quel domaine.

IA : Enfin, l'intelligence artificielle est la quasi-dernière étape de l'ère numérique. Il combine l'utilisation d'Internet, l'information et la communication basée sur un volume massif de données et, avec tous ces ingrédients, une tentative d'imitation d'un comportement raisonné et donc humain apparaît.

I.1.5.4. La transformation numérique des organisations quid ?

Ce concept a été défini de plusieurs manières, relativement à notre recherche nous tenons à cette définition : *La transformation numérique est une démarche visant le changement en profondeur d'une organisation par l'intégration de technologies numériques à l'ensemble de ses processus administratifs, de ses communications et de ses activités, par la refonte de son modèle d'entreprise et par l'adaptation de sa culture organisationnelle aux nouvelles réalités du numérique.*⁵⁵

Le terme « transformation numérique » décrit la mise en œuvre de nouveaux talents, processus et technologies afin de rester compétitif au sein d'un environnement technologique en constante évolution. Les entreprises doivent adopter des stratégies de transformation numérique si elles veulent suivre le rythme des évolutions technologiques.

❖ Mise en place d'une stratégie de transformation numérique⁵⁶

Pour qu'une stratégie de transformation numérique soit réellement efficace, la simple adoption de nouvelles technologies ne suffit pas. Pour obtenir un impact maximal, la transformation doit toucher tous les aspects de l'organisation. Nous proposons les six piliers de transformation numérique suivants.

- Expérience client

L'innovation métier axée sur les clients est l'un des piliers clés favorisant la transformation numérique. Il est préférable d'adopter une nouvelle technologie uniquement après l'avoir explorée en profondeur, en prenant en compte le parcours, le comportement et les attentes de votre client.

- Personnes

Les employés doivent se sentir soutenus, et non menacés, par l'adoption de la technologie transformatrice. Les nouveaux modèles commerciaux numériques ne peuvent porter leurs fruits que si vos employés les adoptent pleinement. Vous pouvez atteindre cet objectif en organisant des formations, en recrutant les bons talents et de retenir les talents existants en leur offrant des opportunités de développement.

⁵⁵ Grand dictionnaire terminologique, « transformation numérique », dans : <https://vitrinelinguistique.oqlf.gouv.qc.ca/fiche-gdt/fiche/26558201/transformation-numerique>

⁵⁶ AWS Amazone, « Qu'est-ce que la transformation numérique ? », dans : <https://aws.amazon.com/fr/what-is/digital-transformation/#> consulté le 19/09/2024 à 15h15'

- **Changement**

Les efforts de transformation numérique génèrent des changements à chaque niveau d'une entreprise. Pour éviter la surcharge et la confusion dues aux changements inattendus, la planification est essentielle. Vous devez fournir les outils et l'environnement nécessaires à une transformation numérique réussie.

- **Innovation**

La transformation numérique et l'innovation sont étroitement liées, mais ne sont pas identiques. L'innovation est la génération d'idées favorisant la transformation. Vous devez créer un espace de communication ouverte, de collaboration et de liberté créative qui incite les employés à faire des expériences. Une fois qu'une idée a été testée, vous pouvez poursuivre la transformation numérique pour la mettre en place à grande échelle.

- **Leadership**

Les dirigeants d'entreprise doivent être proactifs et mettre de l'ordre dans toutes les transformations numériques. Vous devez anticiper, explorer chaque technologie depuis plusieurs angles et inciter les autres à faire de même.

- **Culture**

La mise en œuvre des cinq piliers précédents par les leaders de la transformation numérique donne naissance à une culture de l'innovation. À l'aide d'employés enthousiastes et désireux d'offrir la meilleure expérience client possible, les initiatives de transformation numérique se développent et aboutissent rapidement.

1.1.6. Enjeux et défis

1.1.6.1. Enjeux

1.1.6.1.1 Notion et définition

Le concept "enjeu" est orthographié au pluriel dans notre thème de recherche, du fait qu'il s'agit d'identifier diverses enjeux tout comme plusieurs défis à prendre en compte dans les pratiques communicationnelles de la fonction publique à cet ère du numérique tel que précisé dans la problématique de la recherche. Cependant, la notion d'enjeu est rarement définie d'une manière explicite, plusieurs auteurs l'ont donné sens dans des disciplines variées.

De son origine le terme "enjeu" est issu du mot jeu, et provient de l'idée de mettre en jeu. C'est de cette manière que Le Dictionnaire Hachette 2003 le définit dans son sens premier comme étant la somme que l'on a mise en jeu et qui revient au gagnant, ou tout ce que l'on risque de gagner ou de perdre dans une entreprise ou dans une compétition.⁵⁷

En communication, il renvoie à *la raison qui pousse à communiquer avec autrui*, l'objectif à réaliser lorsqu'on pose un acte communicationnel, comme on peut le dire ce qu'un individu pourra gagner ou perdre en entrant en communication. (Cfr. Les enjeux de la communication). Dans une organisation il prend le sens de « Mettre en jeu, ce qui produit enjeu : somme risquée dans une partie de jeu, devenu courant au sens figuré de ce qu'on risque (de gagner, de perdre) dans une entreprise », Ce que l'on peut gagner ou perdre dans un projet, dans une activité. Dans cette même file d'idées, en politique il prend le sens de ce qu'on peut gagner ou perdre dans une élection, lors d'un rassemblement, activité ou situation politique...

1.1.6.1.2 Nuance entre enjeu, problème et objectif

Il sied de signifier que ; le terme de problème public (parfois nommé problème social) est souvent très proche de la notion d'enjeu. En effet le problème public n'est pas d'emblée un enjeu. Il le devient lorsque des acteurs (citoyens, groupes de pression, médias, élus...) se mobilisent en vue d'une action visant à apporter une solution au problème. C'est le va-et-vient entre l'observation d'un fait, d'une situation ou d'une question, sa qualification en problème, la mobilisation et le désir de solution qui construit l'enjeu. Par exemple : le problème est la pollution industrielle, l'enjeu pourrait être d'assurer un environnement sain pour les citoyens.⁵⁸

L'enjeu est aussi parfois confondu avec l'objectif or, il est important de bien séparer ces deux termes. Si l'on reprend l'exemple cité haut : Le problème est la pollution industrielle, l'enjeu pourrait être d'assurer un environnement sain pour les citoyens et un objectif pourrait être de diminuer les émissions polluantes. *Un enjeu implique des acteurs (individus ou groupes), des valeurs et un contexte qui participent à la qualification d'une condition objective en problème et en désir de formulation d'une solution.*⁵⁹ Par enjeu, on fait allusion à :

⁵⁷ Dictionnaire Hachette, « enjeu », Paris, Hachette édition, 2003, p. 371

⁵⁸ BRISSON Geneviève, « Exploration conceptuelle de la notion d'enjeu et de quelques termes apparentés : projet de recherche ATISÉE (analyse territoriale des impacts sociaux au sein de l'évaluation environnementale) », Québec, Université du Québec, 2019, p. 6-7 disponible sur le site EE@uqar.ca.

⁵⁹ BRISSON Geneviève, Op. Cit. p. 7

- Un acquis fragilisé, menacé, à protéger (paysage, ressources, biodiversité...) ;
Un potentiel peu exploité, à valoriser (réhabilitation d'habitats, territoires délaissés, friches, etc.) ;
- Une faiblesse ou une fragilité à améliorer (sous-équipement, sécurité des biens et des personnes, vulnérabilité d'une partie de la population...).
- Le mot enjeu est souvent employé improprement au sens d'objectif. La formulation d'un enjeu dépend des circonstances, des acteurs, incluant les parties prenantes, et du moment.⁶⁰ C'est à dire, les enjeux peuvent varier, ce qui est perçu comme un enjeu majeur pour un groupe peut ne pas l'être pour un autre.

Dans le cadre de cette recherche nous appréhendons le concept « enjeux » comme des facteurs significatifs découlant de la communication des organisations publiques impliquée au numérique qui peuvent être d'ordre économique, social, technologique, éthique ou politique pouvant influencer la manière dont la fonction publique interagit avec les citoyens ou le public, gère l'information et répondent aux attentes de la société dans l'exercice de sa mission étant qu'organisation étatique. Cela inclut la gestion des ressources, des risques, des opportunités et l'impact sur les parties prenantes.

I.1.6.2. Défis

Étymologie : déverbal de défier, composé du préfixe de cessation ou d'action inverse *dé* et de *fier*, du latin *fidere* qui veut dire croire à, se fier à. Un défi est l'action de défier. Selon le petit Larousse illustré 2009, un défi est un problème, difficulté qu'impose une situation et que l'on doit surmonter.⁶¹

Un "défi" est un terme qui désigne une tâche, une situation ou un objectif difficile à relever ou à accomplir. Les défis peuvent prendre de nombreuses formes, qu'il s'agisse de défis personnels, professionnels, sportifs, sociaux ou intellectuels. Ils impliquent généralement un certain degré d'effort, de persévérance et de compétence pour être surmontés avec succès. Les défis sont souvent perçus comme des occasions d'apprentissage et de croissance personnelle. Ils peuvent stimuler la créativité, la résolution de problèmes et le développement de compétences nouvelles. Les défis peuvent également être compétitifs, comme dans les compétitions sportives ou professionnelles, dans les entreprises où les individus ou les équipes, les organisations

⁶⁰ COTE Gilles, WAAUB Jean-Philippe, « Cadrage de la démarche d'identification et de formulation des enjeux, et d'évaluation et de communication des impacts », Montréal, 2023, p. 6. disponible dans le site : Secrétariat international francophone pour l'évaluation environnementale sur <https://www.sifree.org>

⁶¹ Petit Larousse illustré 2009, « défi », Paris, collectif Larousse, 2008, p. 295.

rivalisent pour atteindre un objectif spécifique. Quels que soient les défis auxquels une personne est confrontée, ils sont souvent considérés comme des étapes importantes pour atteindre ses objectifs, relever ses limites et réaliser son potentiel.⁶²

I.1.6.3. Contextualité

Relativement aux définitions fournies ci-haut, les "défis" dans cette recherche se renvoient à une compréhension approfondie des obstacles et des difficultés que les organisations publiques, en occurrence la fonction publique pourrait rencontrer dans sa communication à l'ère du numérique. Tout comme les enjeux, ces défis peuvent être multidimensionnels c'est à dire, il peut s'agir d'ordre techniques, financiers, organisationnels, culturels ou sociaux, qui doivent être identifiés pour améliorer la communication des organisations publiques à l'ère numérique.

Considérant ce qui précède ; Il convient de faire une nuance entre ces deux notions "enjeux et défis" qui sont souvent utilisés dans des contextes similaires. En effet, nous comprenons que les enjeux concernent les implications et les conséquences d'un sujet, dans cette recherche ils sont relatifs aux aspects et aux facteurs qui influencent le succès ou l'échec de la communication numérique de l'administration publique. Ils incluent les opportunités et les bénéfices que le numérique peut apporter dans la communication de la fonction publique ainsi que les risques à gérer. Tandis que les défis renvoient aux obstacles et aux problèmes pratiques à surmonter pour avancer.

Section 2 : APPROCHE THÉORIQUE

Les assises théoriques sont une perspective que l'on décide d'adopter pour traiter le problème posé dans la question de départ dans une recherche. En d'autres termes, elles mettent en avant des théories capables de « *justifier la scientificité d'une recherche et à légitimer celle-ci dans un paradigme reconnu selon le fonctionnement de la science normale* ». ⁶³

En ce qui concerne la présente recherche, nous avons jugé opportun de nous appuyer sur *la théorie de la diffusion de l'innovation* d'Everett Rogers (1962).

Celle-ci offre un champ permettant de comprendre comment, pourquoi et à quelle vitesse les innovations : les nouvelles idées, technologies ou pratiques se propagent et sont adoptées au sein d'une population, d'une organisation ou d'une société. Elle permet également d'identifier les facteurs qui influencent cette adoption.

⁶² Dictionnaire français en ligne, « défi » dans <https://www.le-dictionnaire.com/definition/d%C3%A9fi>, (consulté le 21/11/2024 à 18h01')

⁶³ Thomas KHUN, cité par LARAMÉE Alain et VALLEE Bernard, *La recherche en communication, éléments méthodologique*, U.Q, 1991, p. 165.

I.2.1. Notion et Définition de la théorie de la diffusion de l'innovation

La théorie de la diffusion de l'innovation est une hypothèse décrivant la manière dont les nouvelles avancées technologiques et autres se propagent dans les sociétés et les cultures, depuis leur introduction jusqu'à leur adoption généralisée.⁶⁴ Elle cherche à expliquer comment et pourquoi de nouvelles idées et pratiques sont adoptées, notamment comment cette adoption peut s'étaler sur de longues périodes.

La diffusion est le processus par lequel une innovation est communiquée par le biais de certains canaux dans le temps entre les membres d'un système social. Selon Rogers (1983), l'innovation est une nouvelle idée, pratique ou objet, perçus comme nouveaux par un individu ou par d'autres unités d'adoption⁶⁵ En ce sens, l'adoption signifie qu'une personne fait quelque chose de différent de ce qu'elle faisait auparavant (c'est-à-dire acheter ou utiliser un nouveau produit, acquérir et effectuer un nouveau comportement, etc.) La clé de l'adoption est que la personne doit percevoir l'idée, le comportement ou produit comme nouveau ou innovant. C'est grâce à cela que la diffusion est possible.⁶⁶

L'adoption d'une nouvelle idée, d'un nouveau comportement ou d'un nouveau produit (c'est-à-dire une "innovation") ne se produisent simultanément dans un système social, il s'agit plutôt d'un processus par lequel certains sont plus enclins à adopter ladite innovation que les autres. Les chercheurs ont constaté que les acteurs qui adoptent l'innovation à un stade précoce ont des caractéristiques différentes de celles qui l'adoptent tardivement lors de sa promotion. Il est donc crucial de comprendre les caractéristiques de la population cible, ceux qui aideront ou entraveront l'adoption de l'innovation.

I.2.2. Contexte historique de la théorie⁶⁷

Les travaux de Everett Rogers, théoricien de la communication de l'Université du Nouveau-Mexique s'inscrivent en effet dans un courant de recherche anthropologique très répandu aux États-Unis, le diffusionnisme, autour duquel s'affrontèrent, au cours de la décennie 1960-1970, économistes et sociologues américains. Rogers établit pour la première fois sa théorie

⁶⁴ E-Learning-IFRISSE, « diffusion de l'innovation », sur

https://ifrisse.org/pluginfile.php/33237/mod_folder/content/0/innovation.pdf?forcedownload=1 (consulté le 24/11/2024 à 15h32')

⁶⁵ BENNACEUR Asmae, « Aperçu sur les fondements théoriques liés à l'explication de l'adoption des nouvelles technologies sur la base du modèle TAM » Revue Internationale des Sciences de Gestion, N°4 : Juillet 2019/Volume 2, p. 428. Disponible sur : www.revue-isg.com

⁶⁶ Argile HALTON, « Théorie de la diffusion des innovations : définition et exemples », dans :

<https://www.investopedia.com/terms/d/diffusion-of-innovations-theory.asp> consulté le 25/11/2024 à 19h

⁶⁷ Jessica Fèvres, « Everett M. Rogers, Diffusion of innovations », Essais [En ligne], 1 | 2012, mis en ligne le 31 janvier 2022, (consulté le 24 novembre 2024 à 16h42') sur : <http://journals.openedition.org/essais/11135>

en observant des agriculteurs de l'Iowa et leur capacité à intégrer, ou à rejeter, de nouveaux types de semences hybrides dans leurs cultures de maïs.

C'est en 1962 que fut la première publication de cette théorie aux États-Unis, deux ans après son travail trouvent un écho, modeste, dans la recherche sociologique française. Est alors soulignée la richesse des propositions du chercheur américain qui analyse en particulier les étapes du processus d'adoption au sein de systèmes sociaux divers et propose des catégories d'adoptants. Chez Rogers, il n'y a pas les innovateurs et les autres, mais des catégories d'individus qui adoptent une innovation plus ou moins rapidement, selon leur accès à l'information concernant l'innovation, la complexité relative de celle-ci, etc.

Plus récemment, quelques auteurs en sciences de l'information et de la communication ont contribué à promouvoir son travail dans le domaine universitaire français, et cela même parfois pour le critiquer et forger ainsi leur propre modèle diffusionniste. Ces commentaires concernent plus spécifiquement chez Rogers, l'abstraction de la technique dans la construction de son analyse. Ce dernier se concentre en effet, non pas sur l'invention, mais sur « l'après » innovation technique, ou plus exactement sur sa transmission, comme le suggère d'ailleurs le terme de diffusion lui-même. Or, cette option suppose nécessairement que ce processus de diffusion se déroule sans aucune transformation technique de l'innovation. Les adoptants sont alors essentiellement perçus comme passifs devant l'innovation. Ces critiques, justifiées, sont prises en considération par Rogers qui dès la quatrième édition de son ouvrage, introduit le concept de « réinvention » de l'innovation. Le livre publié en 2003 propose à ce titre une bibliographie impressionnante et extrêmement récente, ce qui prouve la volonté de Rogers d'amender sa théorie initiale en intégrant les dernières découvertes.

I.2.3. Processus de diffusion de l'innovation⁶⁸

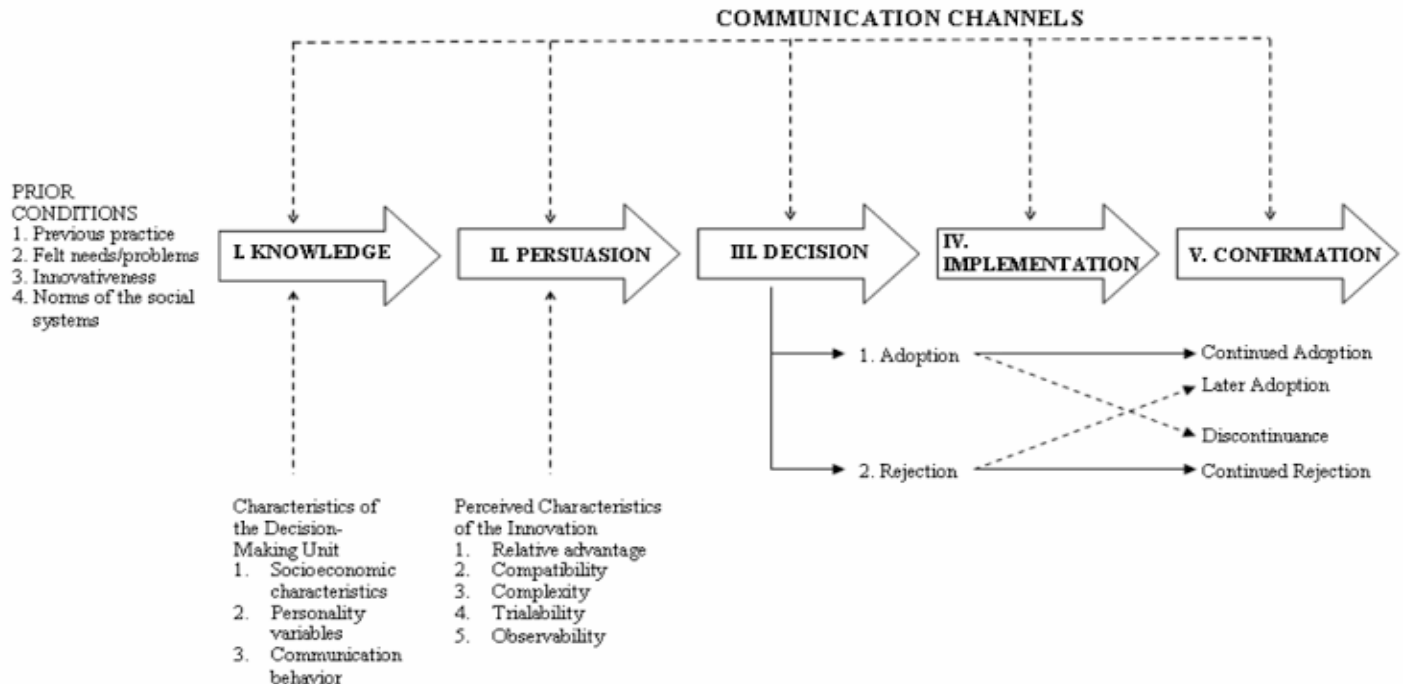
Pour le processus de diffusion des innovations, l'auteur a identifié cinq (5) étapes par lesquelles peut passer l'individu ou toute autre unité d'adoption en quête d'adoption d'une innovation :

1. ***La phase de connaissance ou de prise de conscience*** : cette phase consiste en une première exposition face à l'innovation et une première possibilité d'acquisition de connaissances sur son fonctionnement. (la prise de conscience de la nécessité d'une innovation)

⁶⁸ BENNACEUR Asmae, Op. Cit. p. 428.

2. **La phase de persuasion** : dans cette phase l'évaluation de l'innovation mène à développer une attitude favorable ou défavorable à son égard.
3. **La phase de décision** : dans cette phase l'utilisateur (individu ou toute autre unité d'adoption) cherche à s'engager dans des activités qui lui permettent soit d'accepter soit de rejeter l'innovation. (la décision d'adopter ou de rejeter l'innovation)
4. **La phase d'implantation ou d'essai** : dans cette phase l'utilisateur (individu ou toute autre unité d'adoption) essaie le produit pour prendre connaissance de ses usages et de ses attributs. (l'utilisation initiale de l'innovation pour la tester) Et enfin,
5. **La phase de confirmation ou d'adoption**, ici l'utilisateur (individu ou toute autre unité d'adoption) cherche le renforcement de sa décision d'adoption de l'innovation et essaie de chercher continuellement des arguments pour soutenir son choix. (l'utilisation continue de l'innovation)

Le processus de l'adoption est représenté par la figure suivante :



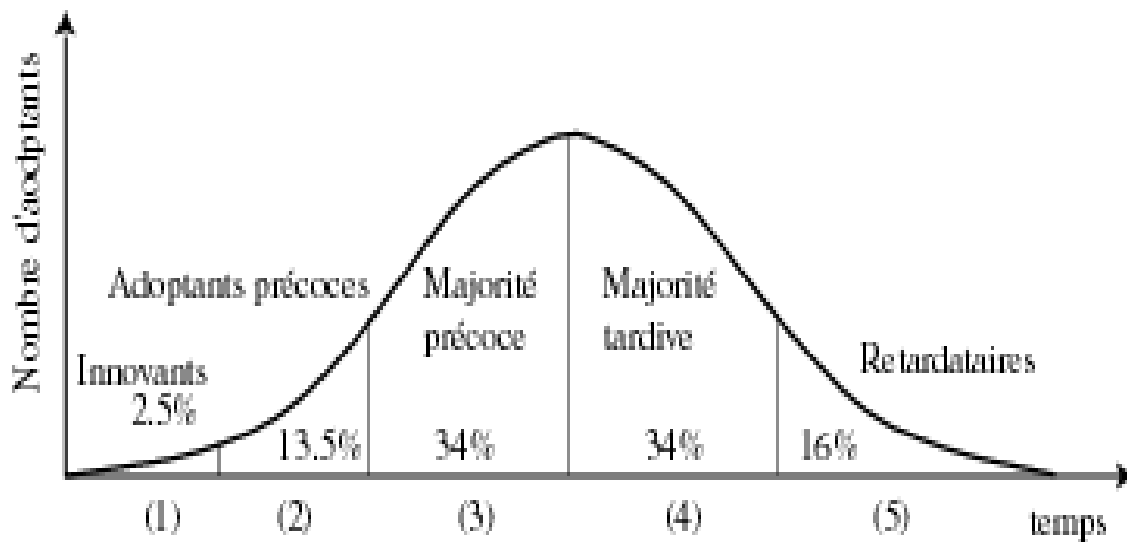
Source : SI et Management “ théorie de l'innovation diffusion, les phases d'adoption E. Rogers” dans : <http://www.sietmanagement.fr>

I.2.4. Les catégories d'adoptants (les principaux acteurs)

Pour créer de la différence entre les comportements des individus face à l'innovation, l'auteur a fait appel au concept de l'innovativité qu'il a défini comme étant la rapidité de l'adoption des innovations par un individu (ou toute autre unité d'adoption), comparativement aux membres du système social auquel il appartient. A ce titre, Rogers distingue cinq catégories d'adoptants : les innovateurs, les adoptants précoces, la majorité précoce, la majorité tardive et les retardataires, de façon à ce que :

1. **Les innovateurs**, 2,5 % de ceux qui adoptent une innovation, recherchent activement de l'information auprès des mass médias et étendent leurs réseaux interpersonnels sur une large zone. Ils se caractérisent par leur statut socio-économique qui leur permet d'être bien informés, d'occuper des emplois de prestige et d'être techniquement plus compétents pour utiliser les technologies de l'information et de la communication.
2. **Les adoptants précoces**, 13,5 % environ du total, se distinguent moins par leurs relations extérieures que par leur situation de conseil au sein de l'organisation et leur position aisée dans les sphères sociales. Ce sont des personnes qui représentent des leaders d'opinion.
3. **La majorité précoce** représente 34 % d'une ventilation statistique normale. Ces personnes sont rarement des leaders, mais elles adoptent de nouvelles idées avant la moyenne. Cela dit, elles ont généralement besoin de voir la preuve que l'innovation fonctionne avant d'être prêtes à l'adopter. Les stratégies pour attirer cette population comprennent des exemples de réussite et des preuves de l'efficacité de l'innovation. Ce groupe d'adoptants prend des décisions mûrement réfléchies et représente un lien important avec
4. **La majorité tardive**, 34 % d'une ventilation, dont les membres sont sceptiques envers l'innovation et se fient aux canaux interpersonnels.
Enfin,
5. **La catégorie des retardataires**, 16 % d'une ventilation, est attachée aux valeurs traditionnelles de leur système social et se méfie de la nouveauté (Henocque, 2002).

Cette catégorisation a été conçue sous l'hypothèse que chacune de ces catégories possède des caractéristiques économiques, des variables de personnalité et des comportements de communication différents. Dans cette vision «diffusionniste» l'évolution du taux d'adoption d'une innovation décrit, comme chez les économistes, une courbe en S :



Source : SI et Management “ théorie de l’innovation diffusion, les phases d’adoption

E. Rogers” dans : <http://www.sietmanagement.fr>

I.2.5. Les facteurs influençant l'adoption d'une innovation

Pour ce qui concerne ce point, Rogers identifie cinq caractéristiques universelles communes à toutes les innovations. Selon cet auteur, l'évaluation de ces cinq caractéristiques par les adoptants (individus ou toutes autres unités d'adoption) potentiellement intéressés par l'adoption d'une innovation déterminerait le rythme de l'adoption et le taux de diffusion de cette innovation.

Ces cinq dimensions sont l'avantage relatif, la compatibilité, la complexité, la facilité d'essai et l'observabilité de l'innovation :

1. **L'avantage relatif** est le degré auquel l'innovation est perçue comme étant supérieure à l'idée qu'elle remplace.
2. **La compatibilité** est le degré auquel l'innovation est perçue comme étant cohérente avec les valeurs, les expériences passées et les besoins des adoptants potentiels.
3. **La complexité** est le degré auquel l'innovation est perçue comme étant relativement difficile à comprendre et à utiliser.
4. **La facilité d'essai** est le degré auquel l'innovation peut être expérimentée avant l'adoption définitive.

5. *L'observabilité* est le degré auquel les résultats de l'innovation sont visibles pour les autres.

Après avoir notionnellement décrit les fondamentaux de cette théorie, nous comprenons le processus de la diffusion par à travers les étapes par lesquelles un individu, une organisation adopte ou rejette une innovation.

En somme, Il s'agit donc de cinq (5) étapes que suis le processus de décision, (la connaissance, la persuasion, la décision, la mise œuvre et la confirmation) par lesquelles doivent passer cinq (5) catégories d'adoptants (les innovateurs, les premiers utilisateurs, la première majorité, la seconde majorité, et les retardataires) qui sont influencés par cinq (5) facteurs (l'avantage relatif, La compatibilité, la complexité, a facilité d'essai, l'observabilité). Un modèle de 3-5 que nous résumons les éléments qui le composent dans le tableau ci-dessous :

Processus de diffusion de l'innovation	Catégorie d'adoptants (principaux acteurs)	Facteurs d'influence de l'adoption
La phase de connaissance	Les innovateurs	L'avantage relatif
La phase de persuasion	Les adoptants précoces	La compatibilité
La phase de décision	La majorité précoce	La complexité
La phase d'implantation ou d'essai	La majorité tardive	La facilité d'essai
La phase de confirmation ou d'adoption	Les retardataires	L'observabilité

Source : BENNACEUR Asmae, Op. Cit.

I.2.6.Rapprochement de la théorie à l'étude

Rappelons que la théorie de la diffusion de l'innovation décrit la manière dont les nouvelles avancées technologiques et autres se propagent dans les sociétés et les cultures, depuis leur introduction jusqu'à leur adoption généralisée. Envisagé de cette manière, notre étude vise à analyser les pratiques de communication des organisations publiques en pleine intégration numérique en occurrence de la fonction publique. Elle se préoccupe d'examiner les enjeux liés à la mise en place de ces outils que nous considérons en tant qu' "innovation" notamment en termes d'accessibilité et de son adoption.

À cet effet ; partant du chemin tracé par cette théorie, son application dans ce travail nous amène à :

- *La compréhension hypothétique du processus de l'adoption* : c'est partant des principes qu'elle établit sur l'analyse des étapes de l'adoption, de la prise de conscience à l'adoption et à la confirmation. À ce niveau, en connivence avec nos instruments de recherche, le model de la diffusion de l'innovation a établi des bases qui nous servent de situer les défis, obstacles et enjeux identifiables en fonction des facteurs qui influencent l'adoption tels que énoncé dans la théorie. et de les classifier par catégories d'adoptant de l'innovation, ce qui est crucial pour anticiper, enfin de suggérer sur les pratiques communicationnelles de la fonction publique, notre champ de recherche.
- *Identifier les facteurs influençant l'adoption* : Elle permet d'identifier les facteurs qui influencent l'adoption des outils, en occurrence de ce travail, les outils numériques intégré dans la communication de la fonction publique tels. Et ces facteurs prédéfinis par ce model sont : avantages perçus, compatibilité avec les valeurs et pratiques existantes, complexité, possibilité d'essai et observabilité.
- *Caractéristiques des adoptants* : Il s'agit ici de la compréhension des acteurs qui entre en jeu dans le champs de notre recherche en leurs catégorisant.

En somme, la théorie de la diffusion de l'innovation veut, à notre sens, un cadre théorie efficace et dont nous nous sommes référer pour comprendre l'option des nouvelles technologies de l'information et de la communication et le processus de son adoption dans la communication de la fonction publique enfin d'y identifier les enjeux et défis à relever pour suggérer des changements efficaces.

CONCLUSION PARTIELLE

Dans ce chapitre, nous nous sommes tachés dans un premier temps, à élucider les concepts de base qui ont formulé le titre de cette recherche ainsi que quelques concepts subsidiaires qui se rapportent à cette étude à fin d'en dégager le sens pour mieux les appréhender et les contextualiser dans la recherche.

Dans la seconde articulation de ce chapitre, nous avons ouvert une brèche qui décrit, tant soit peu, la théorie de la diffusion de l'innovation que nous avons mis en contribution pour reposer notre démarche méthodologique et notre raisonnement à fin d'attester la scientificité de notre recherche.

CHAPITRE DEUXIÈME : PRESENTATION DU MINISTÈRE DE LA FONCTION PUBLIQUE, MODERNISATION DE L'ADMINISTRATION ET INNOVATION DE SERVICE PUBLIC (RDC)

Ce chapitre porte essentiellement sur la présentation du Ministère de la Fonction Publique de la République Démocratique du Congo, en vue d'une bonne appréhension du cadre d'étude.

II.1. Notion générale⁶⁹

De façon générale et sans s'en tenir à la rigueur que nous impose la science juridique, la fonction publique peut être définie comme *l'ensemble des personnes physiques qui exercent leur activité professionnelle au service des administrations publiques*. Exercer une fonction publique, c'est être investi d'un ensemble de compétences légales d'intérêt général. C'est pourquoi nombreux de textes législatifs importants utilisent l'expression fonctionnaires publics dans un sens très large qui englobe non seulement les salariés de l'administration, mais aussi toutes les personnes qui exercent une fonction publique dans le sens de tâche d'intérêt général : ministres, maires, conseillers généraux, par exemple.

Il est généralement admis que les termes service public comprennent, d'une part, la fonction publique constituée des administrations de l'État et de celles collectivités publiques territoriales (du niveau régional et local) et, d'autre part, les entreprises, dont la totalité ou une partie du capital est détenue par l'État ou les entités publiques territoriales. « La distinction entre ces deux secteurs (fonction publique et entreprises publiques) est parfois matérialisée par deux vocables différents : secteurs public et secteur parapublic ».

Étant donné que la notion de fonctionnaire est intimement liée à celle de service public, la fonction publique couvre les différents secteurs de la vie d'une nation. Selon la conception juridique et politique, voire culturelle d'un État, la fonction publique peut couvrir plusieurs domaines et variés, notamment les départements ministériels tant au niveau national que régional ou local ainsi que les organismes publics relevant de ceux-ci par le mécanisme de décentralisation par service. Ainsi, les Ministères régaliens tels que l'Intérieur, les Affaires Étrangères, les Finances, la Justice etc. font partie de la fonction publique. De même que les secteurs de l'enseignement, de la santé et des services sociaux ; de l'agriculture, des sports et

⁶⁹ TSHIENDA MUAMBI Richard, « La réforme de la fonction publique : vecteur de bonne gouvernance et du développement », thèse en droit public (Prof. Dr. Alexander De Becker & du Prof. Dr. Frederik Vandendriessche), Belgique/Gent : Université de Gand, 2022, p. 374.

loisirs, de la culture, de l'environnement, des transports et des communications... sont du domaine de la fonction publique. Pour résumer, la fonction publique couvre plusieurs secteurs de la vie en société. Cela part du secteur régalien en passant par celui de l'éducation, de l'économie et du social, sans oublier le secteur productif et celui des infrastructures.

II.2. Bref aperçu historique du ministère de la fonction publique⁷⁰

II.2.1. Contexte de sa création (administration publique)

Le 30 juin 1960, date de son accession à la souveraineté nationale la République Démocratique du Congo, (Jadis Congo), avait hérité d'une Administration coloniale dont le personnel était régi par le statut du juillet 1959 appelé statut unique d'Afrique, il a été constaté que l'administration, loin de constituer la pierre angulaire de l'action gouvernementale pour le changement de l'ordre colonial, s'est comportée en véritable rejeton de l'administration colonial belge. En conséquence, le rôle de celle-ci, était d'assurer la continuité de la philosophie coloniale de domination, autant dire que des années 60 lui créait plus de problèmes qu'elles ne contribuaient à l'exécution des politiques de développement économique et de promotion sociale des habitants.

II.2.2. La fonction publique sous la troisième République à nos jours (Ministère de la fonction Publique)

La mise sur pied du Département de la Fonction Publique (ministère) en 1981 n'a pas apporté le salut du peuple car le régime avait hissé la corruption, le clientélisme et d'autres antivaleurs au sommet de l'État qu'en 1991, la Conférence Nationale Souveraine sera convoquée par MOBUTU pour recueillir les avis et considérations de l'élite intellectuelle zaïroise quant à l'avenir du pays et l'élaboration des politiques publiques adéquates devant promouvoir l'émergence et le développement du pays.

Les conclusions de la conférence n'ayant pas été mises en application par le pouvoir en place conduira l'AFDL à commencer une guerre de renversement du pouvoir Mobutiste, ce qui fut réalité dès le 17 mai 1997, date marquant la prise de pouvoir par Laurent Désiré KABILA. A quelques mois de pouvoir, il est accusé par ses alliés de mégestion, autoritarisme que le pays va sombrer dans plusieurs rebellions dont le RCD, MLC, Mai-Mai, (...) Le 16 janvier 2001, le président est assassiné laissant la place à son fils Joseph KABILA KABANGE. Ce dernier a des

⁷⁰ Portail de la fonction publique, « Historique », dans : <https://fonctionpublique.gouv.cd/> (consulté le 07/12/2024 à 14h20')

défis à relever d'une part la réunification du pays, le redressement de la Fonction Publique, l'intégrité du pays et d'autres part le développement du pays.

De ce qui précède nous pouvons alors comprendre le sort de la Fonction Publique où le clientélisme, corruption, retro commission, inégalité et le sous paiement des agents durant ces 18 ans. Néanmoins, malgré ces antivaleurs qui ont subsisté durant son mandat, nous notons tout de même quelques réalisations liées à la Fonction Publique dont le début de la réforme administrative amorcée depuis 2004, la création de l'École Nationale d'Administration « ENA » qui a déjà formé plus 650 Administrateurs civils, la mise à la retraite des agents remplissant les critères légaux, mise sur pied du statut des agents de carrière du service public de l'État, Projet de Réforme et de Rajeunissement de l'Administration Publique « PRRAP » et de la Cellule de Mise en Œuvre de la Réforme de l'Administration Publique « CMRAP ».

En plus, la passation pacifique de pouvoir en 2018 qui a vu monsieur Félix Antoine TSHISEKEDI TSHILOMBO devenir Président de la république bien qu'entourée de beaucoup des défis à relever est, néanmoins, une immense opportunité pour la fonction publique par la création de l'Union Sacrée de la Nation. Sous cette dernière, l'actuel Vice Premier Ministre, ministre de la fonction publique, Modernisation de l'Administration et Innovation du Service Public, citons Jean Pierre LIHAU EBUA s'emploie à implémenter la vision du Chef de l'Etat dans son secteur par la mise à la retraite effective de plus de 10 000 agents sur 30 000 à retraiter d'ici fin 2023, la rationalisation du fichier paie, la titularisation des agents, la poursuite du programme JPO et standardistes, la résolution des problèmes des nouvelles unités, la promotion des agents éligibles, la maîtrise des effectifs, la réhabilitation du bâtiment de la fonction publique, l'acquisition de deux bus de transport des agents pour faciliter leur mobilité, l'utilisation d'énarques comme conseillers à son cabinet, l'entretien social chaque mercredi où Mr. Le VPM reçoit les agents de n'importe quelle administration qui ont le problème nécessitant l'implication du ministre. Bref, la Fonction Publique se transforme en une administration compétitive, émergente, juste et moderne. L'avancée qui s'observe actuellement dans le processus de réforme de l'administration publique RD Congolaise est une résultante des partenariats de cette dernière avec la banque mondiale, l'Agence Belge de Développement « ENABEL » ainsi que des institutions françaises qui ont accepté d'accompagner la RDC dans cet élan de modernisation de son service public par la mise en place d'une Administration Publique numérisée, rajeunie, efficace et efficiente.

II.3. Localisation

Le ministère de la fonction publique est situé dans l'immeuble communément appelé *bâtiment de la fonction publique* se trouvant au croisement des avenues boulevard du palais de la nation et de la justice, en face de la Banque Centrale du Congo et entre le secrétariat général de mines et la direction générale des recettes administratives, judiciaires, domaniales et de participation à Kinshasa Gombe.

II.4. Statut juridique⁷¹

La création de la fonction publique émane de l'ordonnance loi n°80-125 du 28 août 1980 portant création du ministère de la fonction publique ; de la loi n°81/003 du 17 juillet 1981 portant statut du personnel de carrière des services publics de l'Etat (telle que modifiée par l'ordonnance-loi n°282-011 le 19 mars 1982), fixant l'organisation et le cadre organique des ministères, telle que modifiée et complétée à ce jour par l'ordonnance n°82-046 du mars 1982 portant organisation et fonctionnement du gouvernement ; vu l'ordonnance n°92-022 du 11 février 1992 portant révision des structures du gouvernement.

II.5. Mission et attributions

Dans ce vaste champ d'intervention reconnu à la Fonction Publique Celles-ci se dégage la complexité des missions qui lui sont dévolues résumant dans la gestion rationnelle de tous les aspects afférents à la carrière des agents de l'État et dans l'optimisation de l'Administration Publique. Ces missions se trouvent clairement consignées dans le contexte de base ayant. Créé ledit Département.

Ainsi, l'on lira à l'article 02 de l'ordonnance n°280-215 du 28 août 1980⁷² portant création de ce département les dispositions suivantes : sans préjudice à d autres attributions qui pourraient lui être conférées, le département de la Fonction Publique est chargé de⁷³ :

- Application de la législation sur les agents de carrière des services publics de l'État ;
- Étude et conduite technique de la réforme et de la modernisation de l'Administration publique ;
- Gestion administrative des agents publics de l'État tant actifs, retraités que leurs rentiers ;

⁷¹ Arrêté CAB.MIN/FP/PIM/SGADC/GMK/, portant affectation et mise en place des agents de carrière des services publics de l'État (...), n°80-215 du 28 août 1980, p. 2. Disponible sur <https://medd.gouv.cd/wp-content/uploads/2020/07/ARRETE.pdf> (consulté le 8/12/2024, à 20h02')

⁷² Ordonnance portant création d'un département de la Fonction publique, n°80-125 du 28 août 1980, p. 1. Disponible sur : <https://www.leganet.cd/Legislation/Droit%20administratif/SP/O.80.215.28.08.1980.htm> (consulté 09 décembre à 04h10')

⁷³ Portail de la fonction publique, « les attributs du ministère », dans : <https://fonctionpublique.gouv.cd/> (consulté le 09/12/2024 à 04h23')

- Organisation des administrations des Ministères, Institutions et Services publics de l'État relevant du régime général ;
- Organisation, en collaboration avec l'administration sectorielle concernée, du recrutement des ressources humaines de l'État conformément au cadre organique et pour les postes budgétairement prévus ;
- Promotion et suivi des activités syndicales et autres organismes de la Fonction Publique ;
- Engagement des dépenses des rémunérations des agents de carrière des services publics de l'État et ceux émergeant aux budgets annexes et en assurer le suivi ;
- Maitrise des effectifs des agents de carrière des services publics de l'État ;
- Innovation du Service Public ;
- Recensement périodique des agents de carrière des services publics de l'État et ceux émergeant au budget annexe ;
- Contrôle administratif de la régularité de la carrière des agents et fonctionnaires de l'État ;
- Appui aux provinces dans la mise en place de la Fonction Publique provinciale et locale ;
- Coordination de toutes les actions de formation horizontale des agents de carrière des services publics de l'État.

II.6. Structure et fonctionnement⁷⁴

Le département de la Fonction Publique concentre la gestion de presque tous les agents de l'État grâce aux quatre directions chargées respectivement du personnel administratif, des départements du personnel enseignant, du personnel administratif des organes politiques et de retraités.

Les trois autres directions s'occupent de quelques aspects techniques liés à la carrière de l'agent à partir de son recrutement, La première se charge du recrutement, de la formation et du perfectionnement des agents, La deuxième s'occupe de la maitrise des effectifs et du contrôle des éléments de la paie. C'est à ce niveau que tout agent est immatriculé et que les variables nécessaires à la régularisation de la situation salariale sont traitées. La dernière, celle du service juridique et contentieux se charge de l'examen des recours introduits par les agents.

La direction dite des services généraux sert d'appui logistique et gère le personnel administratif du seul département de la fonction publique. Au secrétaire général sont rattachés aussi deux services de staff, le Service Central d'organisation et le service d'inspection. Sans

⁷⁴ Les archives du Ministère de la Fonction Publique

constituer de véritables directions, ces services exercent une fonction d'appui auprès de l'autorité du département, c'est par leur biais que le département de la fonction publique est appelé à intervenir dans les autres départements du Conseil Exécutif et services spécialisés du parti, respectivement pour les missions d'études d'innovation et de contrôle.

En région, le Département de la Fonction Publique se prolonge au moyen de ses divisions régionales et de ses bureaux sous-régionaux. La division régionale de la Fonction Publique devrait s'occuper de la préparation des organigrammes au niveau régional et de la planification des effectifs en région, du contrôle physique de tous les agents des services régionaux, des situations salariales des agents et doit assurer l'évaluation des besoins en formation, le perfectionnement et l'organisation des concours de recrutements au régional.

Le bureau sous régional aide directement la division à récolter les données de base, se charge de l'enregistrement et de la transmission des dossiers des agents et participe aux opérations de contrôle physique.

Signalons que, la structure et le fonctionnement que nous présentons dans ce travail, découle de la manière suivante l'ordonnance loi n°80/212 du 28 Aout 1980 portant du ministère de la fonction publique. Cependant, plusieurs réajustements ont été effectués suivant les différentes réformes.

II.6.1. Le cabinet du ministre

Il est chargé de :

- L'orientation générale de la politique du ministère
- La fixation des programmes d'action et de contrôle des activités de celui-ci c'est-à-dire du ministère ;
- L'application des programmes du gouvernement, il est dirigé par un directeur de cabinet, secondé par un collège des conseillers et de personnel d'appoint composé d'agents de carrières des services publics de l'Etat qui exécutent le travail de secrétariat.

II.6.2. Le secrétariat général

Le Secrétariat Général du Ministère de la Fonction Publique est composé des différents services qui sont divisés en direction, division et bureau. Le rôle du secrétaire général est de commander, contrôler, coordonner et superviser toutes les activités dans le ministère.

Il est dirigé par deux secrétaires généraux :

- Le Secrétaire Général chargé du personnel Actif

- Le Secrétaire Général chargé du personnel Passif

II.6.2.I. Le secrétaire général chargé du personnel Actif

Celui-ci exerce les missions suivant :

- I. L'ordonnance n°81/027 du 19 MARS 1982 fixant l'organisation et le cadre organique des ministères de gouvernements.
- II. L'ordonnance n°92/042 du 23 juillet 1992 nomenclatures administratives des services publics de l'Etat ;
- III. L'arrêt cab/min/FP/0972/92 du 13 Juin 1992 portant mise en place des directeurs chefs des services, inspecteurs des ministères de la fonction publiques ;
- IV. La décision n°Cab/Min/FP/0221/94 du 13 Janvier 1994 portant désignation des directeurs gestionnaires au second degré du personnel de l'enseignement primaire, secondaire et professionnel, de l'enseignement supérieur, universitaire et de la recherche scientifique et certaines scientifiques et organismes étrangères du budget annexe.

Les directions du secrétariat général chargé du personnel actif sont :

A. Direction des services généraux et du personnel

Elle a comme attributions :

- La gestion du personnel du ministère de la fonction publique tant des services centraux que provinciaux et c'est conformément au statut du personnel de carrière des services publics de l'Etat ;
- La gestion du personnel de différents ministères mis à la disposition de la fonction publique en tant que gestionnaire principal des agents et cadres des services publics de l'Etat en vue d'un éventuel reclassement de ces derniers.
- La gestion du bâtiment administratif : maintenance, intendance et logistique. Pour ce faire, la direction reçoit les instructions des autorités supérieures tant d'ordre politique, administratif que technique en matière de gestion du personnel dans le but de les traduire en terme pratique et concret par les bras de différents services directs ou indirects sous ordre. Elle est composée d'un secrétariat de trois divisions et de deux bureaux.

B. Direction de gestion du personnel administratif des ministères

- Elle est chargée de la gestion du personnel administratif des ministères, cette gestion concerne la carrière des agents, des recrutements à la retraite.

- Elle consiste à la régulation des situations tant administratives que pécuniaires des agents au plan administratif, il s'agit de régulariser des situations des agents relatifs au transfert, au détachement, à la mise en disponibilité, à la désignation à la démission et enfin à la réintégration de service.
- Sur le plan pécuniaire, il est question d'examiner les dossiers des agents élaborer et établir les documents administratifs amorçant ainsi les procédures conduisant à la mécanisation des comptes traitements, au blocage de comptes traitement et au changement.
- D'adresser de paie et à la liquidation des allocations familiales, des arriérés, des primes d'intérim, des fonctions spéciales et autres.

Dans cette direction, le Directeur est chargé de la coordination de toutes les activités, il reçoit les dossiers, les distribue aux différentes divisions pour traitement, vise ou signe pour être acheminés à qui de droit. Il fait les rapports à la hiérarchie et convoque, préside les réunions de services. Il élabore le plan d'action et l'évalue périodiquement. Il apprécie les activités de la direction et leurs animateurs.

C. Direction de formation

Celle-ci est chargée de la planification, de la programmation, de la budgétisation, d'exécution, de l'évolution, du suivie, de la coordination et du contrôle des actions de formation dans la fonction publique. Elle est composée d'un secrétaire de direction qui s'occupe de la rédaction, la réception, de l'expédition, du classement des actes administratifs ainsi que quatre divisions qui sont subdivisées aussi en bureaux de la manière suivante :

- Division actions locales
- Division action de formation
- Division études et programmation
- Division coordination

D. Direction de gestion des effectifs de l'Etat et du contrôle des éléments de la paie

Elle a été créée au lendemain du rattachement de la direction de la paie au ministère des finances et budget de l'époque.

La direction des effectifs et du contrôle des éléments de la paie a les attributions suivantes :

- Faire respecter les cadres organiques de ministère et services publics arrêtés par le service de contrôle d'organisations et méthode ;

- Surveiller le respect de l'application du statut du personnel de carrière de services publics de l'Etat ;
- Suivre le mouvement de chaque agent de l'Etat dans sa carrière au sein de l'administration publique ;
- Identifier l'obtention de numéro matricule et de tout acte administratif ;
- Assurer le contrôle permanent des actes générateurs des agents de l'Etat afin d'assainir le budget de rémunération

Cette direction possède en son sein trois divisions, seize bureaux et un secrétariat pour son bon fonctionnement.

E. Direction du contentieux et des services généraux

Elle est chargée de superviser de coordonner, de contrôler les activités de la direction. Celle-ci s'occupe de l'application du statut son identification dans son intégrité. Elle s'occupe également du contentieux. Elle se compose : d'un secrétariat de direction, de cinq divisions et de dix bureaux :

6. Division du contentieux
7. Division du conseil de discipline
8. Division des enquêtes et recherche d'investigation
9. Division juridique

Chacune de ces divisions porte deux bureaux.

Direction de recrutement et promotion

Elle a comme tâches :

6. L'élaboration des projets d'arrêter d'administration au statut des nominations des agents de collaboration et d'exécution ainsi que leur promotion sous la signature du ministre de la fonction publique ;
7. Le suivie entrainer comme « conséquence l'indexation des salaires et la promotion à des grades supérieurs ».

F. Direction des études, documents et archives

Elle est chargée de mener des études, montrer une documentation concernant l'administration publique et de garder les archives.

G. Direction des services sociaux

Cette direction a pour mission :

7. Le suivi sur le plan social, des agents de carrière de service publics de l'Etat en ce qui concerne les soins médicaux et frais funéraires ;
8. L'organisation des cantines et cafèterait au sein du ministère ;
9. L'organisation des activités et loisir en faveur des agents ;
10. Le transport et le logement ;
11. La gestion du disciplinaire de la fonction publique ;
12. L'établissement des documents relatifs au remboursement des frais des soins de santé et à l'octroi des frais funéraire.

H. Direction du centre de formation et de recherche administrative

Elle est chargé de :

6. L'identification des besoins en formation et perfectionnement des services publics de l'Etat ;
7. La programmation des sessions, séminaire, stage, journée de formation et de perfectionnement en collaboration avec les services demandeurs ;
8. L'organisation des séminaires, stage et des journées d'études fixant le perfectionnement des agents de l'Etat.

I. Direction du centre informatique

Comme toutes les autres directions, celle-ci a aussi ses attributions propres que nous pouvons énumérer de la manière ci-après :

Organiser la gestion informatique des cadres organique des services publics de l'Etat ;

- Gérer la base des données résultant des audits de contrôle ;
- Les éléments de contrôle rattachés la gestion et la paie ;
- Organiser une assistance logique et technique des ordinateurs et matériels informatique et organiser des actions concernant les formations et les perfectionnements et organiser des actions concernant les formations et les perfectionnements des organismes publics et privés demandeurs ;
- Informatiser la gestion administrative et provisionnelle de la carrière du personnel des services publics de l'Etat.

J. Direction de gestion au second degré du personnel de l'enseignement supérieur, universitaire et de la recherche scientifique et technique

En vertu de la décision n° Cab/Min/FP/0021/94 du 13 janvier 1994, elle est chargée de regrouper et exploiter toute documentation proposée des effectifs du personnel de l'enseignement supérieur, universitaire de la recherche scientifique.

K. Direction d'études et de planification

En tant qu'interface du ministère du plan et de la reconstruction, les structures d'études et de la planification ont pour mission :

La construction d'une banque de données statistiques ;

- L'élaboration des diagnostics macroéconomiques sectoriels et provinciaux ;
- La définition des politiques, des objectifs et de stratégies macroéconomiques sectoriels et provinciaux ;
- La programmation et la budgétisation des projets et programmes sectoriels et provinciaux ;
- Suivi et évaluation des politiques, des projets et programmes macroéconomiques sectoriels et provinciaux.

Il sied de souligner que, le ministère de la fonction publique fonctionne avec deux secrétaires généraux. L'un chargé des actifs et, c'est lui qui nous concerne dans notre travail et l'autre chargé des retraites et rentes dont nous allons seulement présenter les directions ainsi que attributions.

II.6.2.2. Le secrétariat général du personnel passif

Comme tout secrétariat général du gouvernement, le secrétariat général aux retraites et rentes fonctionne avec les directions ci-après :

1. La direction des services généraux et du personnel qui s'occupe de la gestion des ressources humaines, matérielles et financières du secrétariat général ;
2. La direction de la pension civile qui se charge de récolter des données pour la mise en retraite des agents et la gestion des dossiers en rapport avec les présentations sociales de retraites civiles ;
3. La direction de la pension militaires avec comme attribution la gestion des dossiers ayant trait au compte rente en faveur des veuves et orphelins des fonctionnaires et de retraités de cèdes ;

4. La direction des contrôle des effectifs et d'éléments de paie elle s'occupe de l'assainissement des fichiers paie et effectifs ;
5. La direction des études et planification, elle a comme attribution la planification et l'évaluation du programme d'action du secrétariat général ;
6. La direction d'appui technique aux actions médico-sociales qui s'occupe de l'établissement des notes de paiement ou de remboursement des médicaux et funéraires des retraités et rentiers.

II.6.3 le personnel

Dans la fonction publique nous retrouvons deux catégories de personnel comme explicité dans le chapitre précédent qui a consisté dans sa première partie à la définir des concepts. (Cfr. Fonctionnaire et agent public) Les deux catégories de personnel sont :

- I. Les agents publics, et
- II. Les fonctionnaires.

A. Agents publics

En ce qui concerne les agents publics ; le décret loi n°017/2002 portant code de conduite de l'agent public de l'État, reconnaît toute personne qui exerce une activité publique de l'Etat et/ou rémunérée par ce dernier. Sont agents publics de l'Etat, notamment :

1. le Président de la République, chef de l'Etat ;
2. les membres du Parlement ;
3. les membres du Gouvernement ;
4. les magistrats des Cours et tribunaux ;
5. les ambassadeurs et envoyés extraordinaires ;
6. les autorités chargées de l'administration des circonscriptions territoriales et les membres des Assemblées des entités administratives décentralisées ;
7. le personnel politique et administratif des services de la Présidence de la République ;
8. le personnel politique et administratif de l'Administration du Parlement ;
9. le personnel politique et administratif des Cabinets des ministères ;
10. les agents de l'administration de tous les ministères ;
11. Les magistrats et le personnel administratif de la Cours de comptes ;
12. le personnel de l'administration des services de sécurité ;
13. le personnel civil et militaire œuvrant au sein des forces armées congolaises ;

14. les agents de la Police nationale congolaise ;
15. les mandataires actifs et non actifs dans les institutions de droit public, les entreprises publiques et organismes ainsi que les entreprises d'économie mixte ;
16. le personnel des institutions de droit public, des entreprises publiques et des organismes publics personnalisés ;
17. les employés des entreprises privées ou d'économie mixte exerçant une activité publique pour le compte de l'État

B. Fonctionnaires

Les fonctionnaires au vrai sens du terme, sont des agents publics de l'État permanent, titillant un poste m au sein de l'administration publique. Cependant ; il peut s'agir de l'administration nationale, territoriale ou locale.

Le tableau suivant illustre hiérarchiquement les différents grades du personnel du MFP :

Num.	Code	Grade	Description
1	110	SG	Secrétaire général
2	120	DIR	Directeur
3	130	CD	Chef de Division
4	140	CB	Chef de Bureau
5	210	ATA1	Attaché d'administration de 1 ^{ère} Classe
6	220	ATA2	Attaché d'administration de 2 ^{ème} Classe
7	310	AGA1	Agent de l'administration de 1 ^{ère} Classe
8	320	AGA2	Agent de l'administration de 2 ^{ème} Classe
9	330	AA1	Agent Auxiliaire de 1 ^{ère} classe
10	340	AA2	Agent Auxiliaire de 2 ^{ème} Classe
11	350	HUISS	Huissier

Source : Portail du Ministère de la Fonction Publique, Op. Cit.

Conclusion partielle

Dans ce chapitre, nous avons présenté le Ministère de la Fonction Publique, modernisation de l'administration et innovation du service public qui est notre champ d'investigation, relèvement à l'objectif principal que nous nous sommes fixé dans cette recherche. En premier lieu, il était nécessaire de dépeindre un bref aperçu historique pour se faire une idée sur le contexte de sa création, suivi d'une description de ses missions et attributions ainsi que son statut juridique. en tant qu'organisation, nous avons dans ce chapitre, présenté sa structure fonctionnelle et organisationnelle hiérarchiquement formée en décrivant les tâche de chaque entité ou département.

CHAPITRE TROISIÈME :

COMMUNICATION NUMÉRIQUE DU MINISTÈRE DE LA FONCTION PUBLIQUE EN RDC ; PRESENTATION, ANALYSE ET INTERPRÉTATION DES RÉSULTATS.

Ce chapitre est scindé en trois sections (3) : la première consacrée à l'état des lieux de la communication numérique du Ministère de la Fonction Publique R.D Congolaise, la deuxième section aux procédés méthodologiques c'est-à-dire, le rappel de la démarche méthodologique, et la dernière portera sur la présentation, l'analyse et interprétation des résultats des nos investigations.

Section 1. ÉTAT DES LIEUX DE LA COMMUNICATION NUMÉRIQUE DU MFP EN RDC

III.1.1. contexte général du secteur numérique

III.1.1.1. Initiatives du gouvernement⁷⁵

Le gouvernement congolais entend tirer le meilleur parti des opportunités offertes par la révolution numérique. Pour ce faire, plusieurs options ont été prises, notamment à titre de rappel, celle de définir une stratégie tendant à maximiser les bénéfices des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) en faveur de la collectivité nationale en 2009. Dans le cadre de la politique de développement durable, un Document de Politique Sectorielle (DPS) des télécommunications a été élaboré, mais tombé caduc du fait de l'expiration à 5 ans de sa période de revue non effectuée.

Toujours dans ces balbutiements ; sur le plan institutionnel, « la réforme du secteur des Postes et Télécommunications est l'un des premiers chantiers de réformes sectorielles mises en œuvre par le gouvernement » (...), Cependant, dans l'exercice 2015-2016, le gouvernement congolais s'est proposé le nouveau Plan National Stratégique de Développement (PNSD) pour l'ensemble des secteurs publics d'activités. Le livre deux (Chapitre 9) du PNSD est consacré à « l'Économie numérique & Poste » dans lequel il est défini 6 axes principaux :

- Généralisation de l'accès aux réseaux et services numériques en RDC (accès réel);
- Développement de la production et de l'offre des outils numériques en RDC ;
- Développement et diversification des usages et services numériques en RDC ;
- Développement de l'industrie numérique locale ;

⁷⁵ RDC/Présidence de la république/Cabinet du Conseiller Spécial en charge du Numérique. (2019). Plan national du numérique horizon 2025, (Par Décision n°19/077 du 10 août 2019), pp. 24-25. Disponible sur www.numerique.cd

- Constitution du capital humain ;
- Instauration de la confiance numérique

En somme, le PNSD traduit la vision d'amélioration de la gouvernance de l'économie numérique, de l'investissement dans l'infrastructure nationale Haut Débit, de l'amélioration de l'accès de la population aux TIC, du passage de la télévision analogique à la télévision numérique terrestre (TNT) (...) et envisage d'ici à 2030, toute l'administration publique ainsi que les services spécialisés des postes frontaliers devraient être informatisés. Le pays devrait disposer d'un capital humain de qualité et suffisant dans le domaine des TIC.

III.1.1.2. Contexte actuel

Le contexte général du pays présente de nombreux défis pour la transformation numérique. Il en est ainsi du faible taux de couverture énergétique qui impacte non seulement les projets d'industrialisation, mais aussi le développement du pays, y compris son développement numérique. Malgré l'absence des diverses incitations, le secteur des télécommunications et des services à valeur ajoutée fait montre d'une vitalité économique encourageante. Le paradoxe du progrès reste néanmoins à appréhender, quant au cadre général des innovations, aux impacts environnementaux des TIC, aux appréhensions et résistances culturelles, aux conséquences sanitaires du Numérique, ...

À ce jour, le cadre juridique couvre les aspects des télécommunications de base ainsi que de l'audiovisuel, mais reste en retard par rapport à la révolution numérique. La dernière réglementation applicable à la convergence technologique relève de l'ordonnance n°87-243 du 22 juillet 1987 portant réglementation de l'activité informatique en République du Zaïre.

III.1.1.3. Indice de connectivité (statistiques de 2023 et du premier semestre 2024)

Selon les derniers chiffres officiels fournis par l'Autorité de Régulation de la Poste et des Télécommunications du Congo (ARPTC), dans son rapport observatoire du marché de fourniture des services internet, Effectivement, *le taux de pénétration de l'internet est estimé à 30,08% pour l'Internet mobile et à 0,017% pour l'internet fixe, ce qui est anecdotique.* Pour mettre en évidence la fracture numérique, c'est-à-dire, les inégalités d'accès à cette technologie clé en RDC, la répartition des abonnements à l'Internet mobile en révèle des disparités significatives entre les provinces. Selon l'indice de connectivité, sur les 26 provinces du pays, les quatre (4) les plus connectées sont les suivantes⁷⁶ :

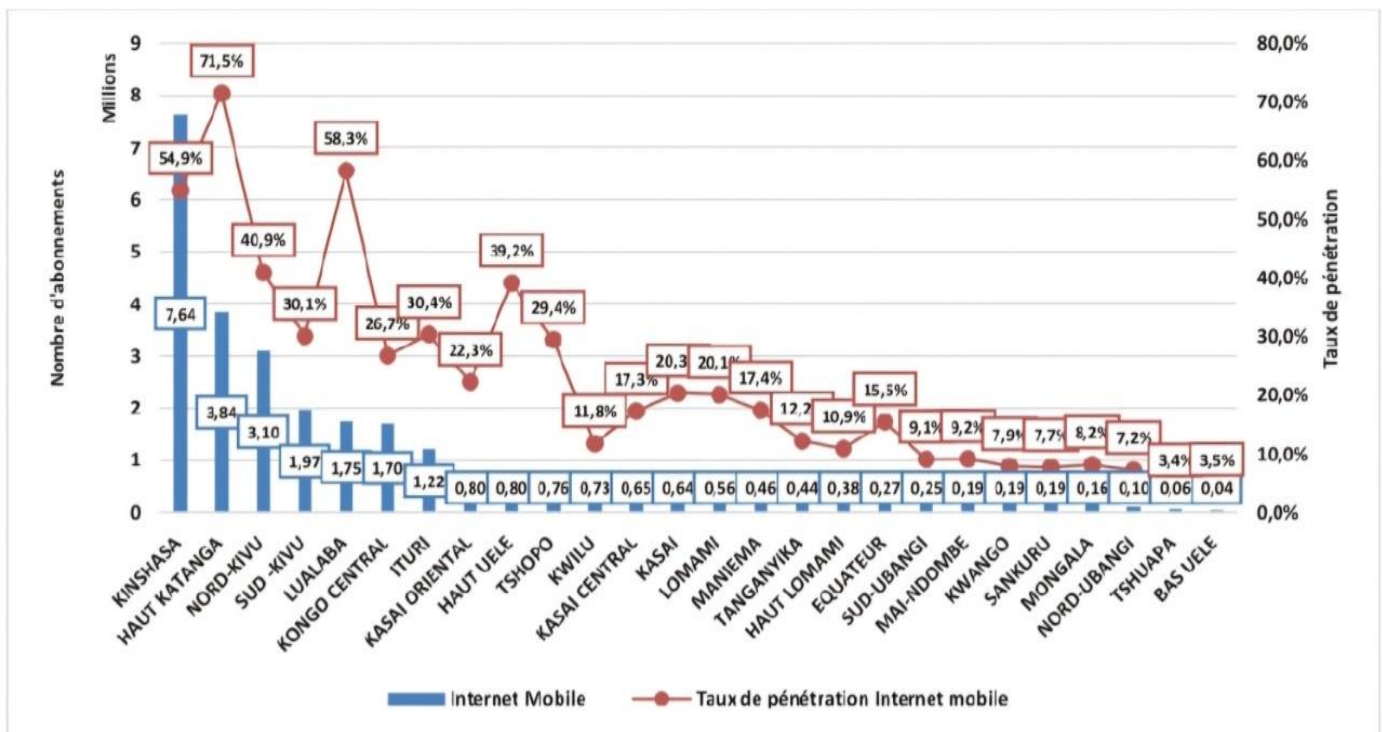
⁷⁶RDC, ARPTC. (2024). Observatoire du marché de la téléphonie mobile, rapport du premier trimestre 2024, p. 37.

- La ville-province de Kinshasa se distingue avec 7,64 millions d'abonnements à l'Internet mobile affichant ainsi un taux de pénétration de 54,9% de la population totale de la ville.
- Le Haut-Katanga et Lualaba en plein essor : le Haut-Katanga, avec un taux de pénétration de 71%, et
- Le Lualaba, à 58%, démontrent l'impact positif de l'industrie minière sur l'adoption de l'Internet mobile, plus de la moitié de leurs populations respectives étant connectées.
- Nord-Kivu : le Nord-Kivu affiche un taux de pénétration des services data de 40%, preuve d'une culture numérique bien ancrée dans cette région de l'est du pays.

Il sied de signaler par ici, il y a des provinces avec indice de connectivité tellement faible, à l'exemple de : Bas Uélé avec 3,05%, Tshuapa 3,4%, Nord Ubangi, 7,2%, Mongala 8,2% pour ne citer que cela. Toutes ces statistiques prouvent à suffisance, la fracture numérique en RDC.

Ces statistiques sont issues des études officielles les plus récentes menées par l'Autorité de Régulation de la Poste et des télécommunications du Congo (ARPTC).

La figure suivante illustre en mieux, le nombre d'abonnements et taux de pénétration des services internet mobile par provinces en RDC.



Source : RDC, ARPTC. (S1-2024). Op. Cit., p. 37.

III.1.1.4. Infrastructures et système d'informations numériques des entités publiques⁷⁷

- *Hétérogénéité technique* : pas d'infrastructures communes, ni de services d'infrastructures (accès internet, messagerie électronique, téléphonie, outils collaboratifs, etc.) mis à disposition des administrations. À part quelques réalisations dans les domaines financiers ou au niveau des bâtiments du gouvernement, chaque administration cherche individuellement ou à l'échelle de quelques entités à résoudre son problème « sur mesure » à travers de solutions « maison ».
- *Hétérogénéité applicatives et des données* : les solutions applicatives existantes ne s'appuient pas sur des produits ou logiciels ayant été précédemment agréés de façon concertée.
- *Hétérogénéité dans les niveaux de développement et les moyens* : un grand écart de développement et de moyens entre une dizaine d'entités qui ont atteint un certain niveau de développement, même si celui-ci reste insuffisant, et la grande majorité des autres entités administratives qui n'ont pratiquement rien.

III.1.2 Communication numérique du Ministère de la Fonction Publique

III.1.2.1. Notion

Le recours aux TIC a pour objectif de simplifier et d'améliorer les opérations administratives, de faciliter l'interaction des gouvernements, des citoyens et des autres parties prenantes et d'assurer la participation citoyenne, en garantissant l'inclusion et l'égalité des chances pour tous »⁷⁸. Relativement à ce qui précède, le Ministère de la Fonction Publique congolaise s'est engagé à la numérisation pour rompre avec le système ultra bureaucratique dans le cadre de la modernisation de l'administration publique.

Vu son champs d'exercice, dans l'axe 6 du Plan d'action du Gouvernement congolais⁷⁹, Le Ministère de la Fonction Publique a pour mission relativement au numérique :

- De poursuivre le processus d'informatisation des administrations publiques ;
- De concevoir des politiques innovantes tendant à améliorer la qualité et le rendement des services publics ;
- D'améliorer les conditions de travail des agents et fonctionnaires de l'État ;

⁷⁷ RDC/Présidence de la république/Cabinet du Conseiller Spécial en charge du Numérique. (2019). Op. Cit., p. 32.

⁷⁸ Telescope, revue d'analyse comparée en administration publique, « les administrations publiques à l'ère du numérique », vol 18, ENAP, Québec, 2012, p. 31 disponible sur www.erudit.org/revue/telescope (consulté le 26/12/2024 à 14h52')

⁷⁹ Portail du ministère de la fonction publique, Op. Cit. (Consulté le 26/12/2024 à 15h07')

- De poursuivre le recensement numérisé des agents publics pour une meilleure maîtrise des effectifs et appliquer progressivement, autant que possible, le barème de MBUDI.

Pour concrétiser ces objectifs de la modernisation de l'administration publique tels que assigné par le gouvernement, hormis sa communication dans les medias sociaux : Facebook, Twitter et You tube, le ministère à mis en place l'application web de la fonction publique RDC. Dans les points qui suivent nous présentons les différentes plate-forme de communication de cette institution.

III.1.2.2. Les plateformes en ligne (Canaux)⁸⁰

A. Facebook

C'est un outil de réseau social qui permet aux usagers de créer un profil personnel, d'y incorporer un cercle d'autres usagers (qui deviennent leurs amis Facebook) et d'échanger divers renseignements, lesquels entraînent des notifications automatiques chez les membres du cercle d'amis. Les usagers peuvent également devenir membres de certains groupes d'intérêts classés par lieux de travail, par écoles, par associations professionnelles ou par syndicats ou démarrer un groupe sur n'importe quel sujet.⁸¹

La page Facebook du ministère de la fonction publique est l'un des principaux canaux numériques utilisés pour la communication. C'est depuis le 11 janvier 2013 que cette page a été créée, on peut y accéder par ce lien :

« <https://www.facebook.com/FonctionPubliqueRdc?mibextid=JRoKGi> »

⁸⁰ Notre observation netnographique

⁸¹ Telescope revue d'analyse comparée en administration publique, Op. Cit., p. 47.



Source : Capture d'écran de la page officielle Facebook du MFP (22/01/2025 à 10h30)

- **Présence en ligne** (Nombre d'abonnés)

La page compte 85k des followers, c'est à dire, un effectif de plus de 85.000 internautes abonnés à ce compte afin de suivre les actualités et les contenus publiés sur ce profil ou cette page. Les publications sont sporadiques dans une fréquence quotidienne, c'est à dire en espace des jours.

- **Contenus**

Les contenus multimédias de la page Facebook du ministère de la fonction publique sont *informatifs*. Il s'agit des :

- Activités du ministre (inauguration, descente de terrain, contrat etc.) ;
- Les informations institutionnelles et sur la gestion de la fonction publique ainsi que les nouvelles initiatives, les communiqués officiels, etc.,
- les annonces administratives, les réformes ; ainsi que,

- les appels à candidature ou des offres d'emplois publics.

Bien que ces informations soient pertinentes, mais il y a une faible diversité de contenu. La communication repose majoritairement sur des vidéos/reportages avec voix-off et interviews qui semblent être longues, accompagnés des textes et moins souvent des photos avec un peu des contenus infographiques.

Parmi les publications récentes, on note des vidéos résumant les audiences publiques "Face à face avec le VPM" organisées en septembre 2024, ainsi que des communiqués officiels concernant le processus de recrutement des agents de carrière des services publics de l'État .

➤ **Interactivité et engagement**

Malgré son audience, les interactions (likes, commentaires, partages) sont faibles par rapport au nombre d'abonnés.

L'interaction entre les administrateurs de la page et les utilisateurs est relativement limitée. Les commentaires et questions des internautes ne sont presque pas répondus. Cette absence d'engagement en temps réel constitue un frein à l'efficacité de la communication numérique, car les citoyens n'ont pas toujours accès à des réponses immédiates concernant leurs préoccupations administratives.

Les publications sont généralement centrées sur des annonces officielles, mais elles manquent parfois de diversité. Par exemple, les interactions avec le public (questions, réponses, discussions) sont limitées et l'engagement avec les citoyens reste faible. De plus, les publications ne sont pas toujours accompagnées de visuels attrayants ou de contenus multimédia (photos, vidéos) qui pourraient mieux capter l'attention des citoyens.

B. Twitter (actuellement "X")

Twitter est un site Web qui offre à la fois les services de réseau social et ce qu'il convient d'appeler le microblogage (micro-blogging). Les utilisateurs peuvent envoyer et recevoir des messages appelés des « tweets » de façon synchrone ou asynchrone, ce qui permet de connecter des personnes aux informations les plus récentes sur des sujets qui les intéressent. *Les tweets* sont des messages textes dont la taille maximale atteint cent quarante caractères et peuvent également être accompagnés de photos et de vidéos. Les usagers publient fréquemment

des tweets sous forme de courts messages ou de titres que les abonnés reçoivent instantanément via leurs ordinateurs ou leurs téléphones intelligents.⁸²

Le ministère de la fonction publique a rejoint X depuis janvier 2013, On peut accéder dans sa page officielle par ce lien dans l'application X :

« @FP_RDC » soit au menu recherche sur l'application : « FonctionPubliqueRdc »



Source : Capture d'écran de la page officielle X du MFP (22/01/2025 à 11h45')

➤ Présence en ligne

Actuel le compte X du ministère de la fonction publique a plus de 29.000 abonnés ordinaires et 6 abonnements d'autres institutions (ministère des mines, ministère des hydrocarbures etc.). Les publications sont sporadiques dans un écart des jours par semaine.

⁸² Telescope, revue d'analyse comparée en administration publique, Op. Cit., p. 49.

➤ **Contenus**

De même que la page facebook, sur le compte X on retrouve les contenus plus informatifs avec un format multimédia :

- Activités du ministre (inauguration, descente de terrain, contrat etc.) ;
- Les informations institutionnelles et sur la gestion de la fonction publique ainsi que les nouvelles initiatives, les communiqués officiels etc.,
- les annonces administratives, les réformes ; ainsi que,
- les appels à candidature ou des offres d'emplois publics.

➤ **Interactivité et engagement**

Visiblement, pas de réponses directes aux commentaires ou questions des abonnés, ce qui limite l'engagement et l'interactivité entre abonnés et les administrateurs de la page.

C. Youtube

YouTube est un site de partage de vidéos. Il permet à des milliards d'utilisateurs de télécharger, de découvrir, de visionner et de partager des clips de création originale. YouTube offre un forum public auquel les utilisateurs peuvent se connecter pour s'informer et s'inspirer d'autres utilisateurs dans le monde.⁸³

Le ministère de la fonction publique est actif sur Youtube depuis le 02 janvier 2013. on peut accéder dans sa chaîne par ce lien :

« <https://youtube.com/@fonctionpublikerdc?si=YDqxngSsR99QWbXo> »

⁸³ Telescope, revue d'analyse comparée en administration publique, Op. Cit.



Source : Capture d'écran de la chaîne Youtube du MFP (23/01/2025 à 10h13')

➤ **Présence en ligne**

Cette chaîne YouTube compte plus de 12 k d'abonnés et plus de 220 vidéos. Les publications sont sporadiques.

➤ **Contenus**

- Les vidéos publiées couvrent principalement :
- Les discours officiels,
- Les réformes en cours,
- Les événements institutionnels,
- Les annonces liées aux politiques publiques, comme les concours de recrutement.

Ces vidéos sont souvent en français, sans traduction ou sous-titrage, ce qui peut limiter l'accessibilité pour certaines communautés locales.

➤ **Interactivité engagement**

Le niveau d'interaction (commentaires, partages, abonnements) reste modéré, ce qui indique une marge d'amélioration pour mobiliser une audience plus large, la majorité des contenus sont des discours filmés ou des reportages officiels, avec peu d'efforts pour créer des vidéos engageantes ou interactives.

Hormis ces médias sociaux comme décrit, le ministère de la fonction publique dispose d'une messagerie "E-mail" par cette adresse : "contact@fonctionpublique.gouv.cd"

D. Portail Web et Application mobile

a. Portail Web

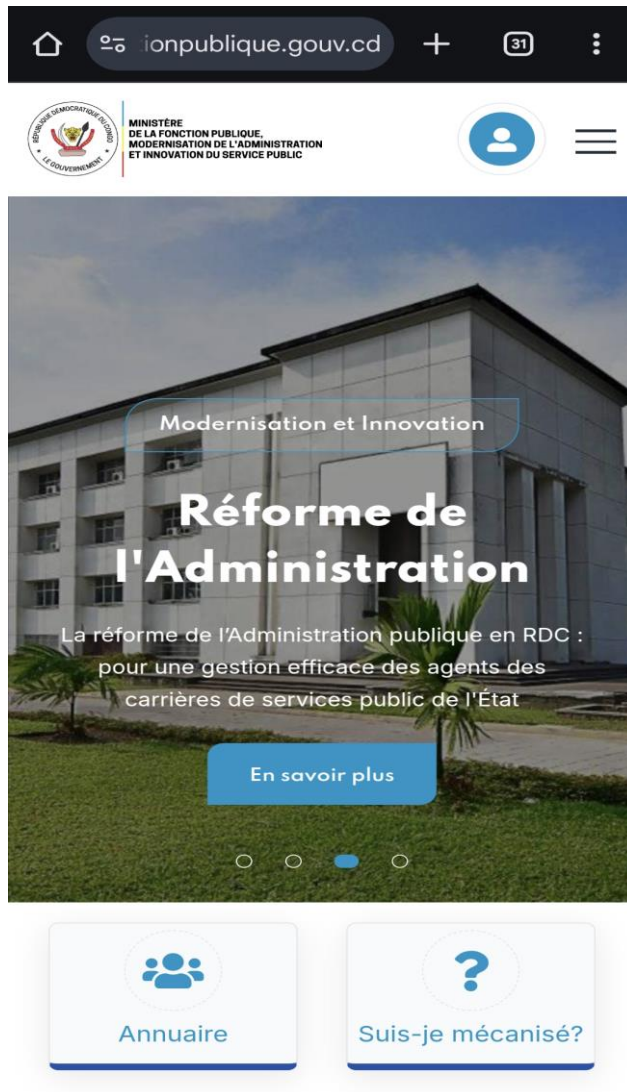
Un site web est l'ensemble des pages web et des ressources inter reliées entre elles par des liens hypertextes, auxquelles l'internaute peut accéder par une adresse web appelée Url, le tout enregistré sous le même nom de domaine. Un site web ou site internet englobe des textes et multimédia, il est hébergé sur un serveur web, auquel on peut accéder à travers le réseau internet ou intranet.⁸⁴

Le site Web du ministère de la fonction publique est une grande innovation technologique dans les pratiques communicationnelles de cette institution ainsi que de toute la fonction publique R.D Congolaise. Ce portail représente un jalon important dans la quête constante d'améliorer de la qualité des services publics et de simplifier l'accès à l'information pour tous les citoyens, Agents et cadres de l'administration publique.⁸⁵ Lancé le 18 juillet 2023, le Portail Web et l'Application Mobile de la Fonction Publique RDC, est une application numérique qui permet au fonctionnaire de l'Etat d'être en connaissance de sa situation générale. On peut y accéder par ce lien :

<https://fonctionpublique.gouv.cd/innovation-du-service-public-se-materialise-avec-le-lancement-du-portail-numerique-de-la-fonction-publique/>

⁸⁴ Taktil communication, sur <https://www.taktilcommunication.com/glossaire/projets-et-sites-internet/site-web.html> consulté le 03/01/2025 à 10h32'

⁸⁵ Portail de la fonction publique, « innovation du service public se matérialise avec le portail de la fonction publique », sur <https://fonctionpublique.gouv.cd/innovation-du-service-public-se-materialise-avec-le-lancement-du-portail-numerique-de-la-fonction-publique/> (consulté 03/01/2025 à 10h46')



Source : Capture d'écran de la chaîne Youtube du MFP (23/01/2025 à 14h27')

➤ **Contenus et services en ligne**

Ce portail fournit des informations essentielles et des services en ligne aux fonctionnaires et au grand public sur les démarches administratives, ainsi qu'un ensemble des contenus informatifs en format d'article de presse en ligne (différentes activités du ministère, les communiqués officiels, les infos sur les recrutements etc.)

Dans le site Web du ministère de la fonction publique on retrouve les fonctionnalités suivantes⁸⁶ :

- **Actualités et communications officielles** : Le site publie régulièrement des actualités, des communiqués et des informations sur les activités récentes du ministère, assurant une communication transparente avec le public.

⁸⁶ Portail de la fonction publique ,Op.Cit

- **Mécanisation des fonctionnaires** : Le site offre une fonctionnalité intitulée "*Suis-je mécanisé ?*" permettant aux agents de vérifier leur statut en ligne.
- **Identification biométrique** : Le site met en avant le processus d'identification biométrique des fonctionnaires certifiés réguliers, intégré dans le Fichier de Référence de l'Administration Publique (FRAP).
- **Référentiel de documents administratifs** : Une section dédiée permet d'accéder à divers documents officiels tels que des ordonnances, décrets, arrêtés et notes circulaires, facilitant ainsi la transparence et l'accès à l'information.
- **Processus de recrutement** : Des informations détaillées sur les étapes du recrutement à la Fonction Publique sont disponibles, guidant les candidats potentiels depuis l'inscription au concours jusqu'à la notification d'admission.
- **Demande de recensement** : Vérifier que l'agent est en situation administrative régulière et occupe effectivement un poste dans l'administration publique.
- **Listes des procédures** : la liste de procédure est une section ou un document qui détaille les étapes nécessaires pour accomplir diverses démarches administratives liées à la gestion des fonctionnaires ou des agents de l'État. Elle sert de guide pour aider les utilisateurs à comprendre les formalités à suivre pour des services spécifiques.
- **Bulletin de paie** : un document officiel délivré aux fonctionnaires et agents de l'État. Il sert de preuve de paiement des salaires et des avantages sociaux. Ce document détaille les informations relatives aux rémunérations perçues par un agent pour une période donnée.
- **Dénonciation** : la section "Dénonciation" est probablement un espace dédié à signaler ou rapporter des irrégularités, des abus, ou des pratiques illégales au sein de l'administration publique. Elle vise à renforcer la transparence et l'intégrité dans la gestion des affaires publiques.

b. Application Mobile Fonction Publique RDC (Fonction Publique na Tshombo)

L'application mobile du MFP nommée "Fonction Publique RDC" est développée pour permettre un accès plus rapide et simplifier aux contenus qu'on retrouve sur le portail Web, mais avec une expérience utilisateur fluide, plus performante et des fonctionnalités avancées sur mobile. En tant que logiciel applicatif conçu pour des appareils mobiles, elle peut exploiter des ressources du téléphone comme l'appareil photo, le GPS, le stockage pour importer et exporter les fichiers qui peuvent être le bulletin de paie, formulaires etc.

Elle est disponible, téléchargeable sur la base de logiciel mobile "*Plays store*" ou sur le site "*Google play*" pour le téléphone mobile du système *Android*, et sur "*Apple store*" pour téléphone mobile du système IOS (Apple).

L'application contient des fonctionnalités spécifiques telles que :

- Notifications en temps réel sur les actualités, les avis de recrutement, ou les nouvelles décisions du ministère.
- Certaines fonctionnalités peuvent être accessibles hors ligne (exemple : documents téléchargés).
- L'accès rapide aux informations et propose des services administratifs.
- La possibilité d'interaction plus fluide avec certaines fonctionnalités comme la gestion du dossier administratif des fonctionnaires.
- Elle inclut des services comme le suivi des dossiers, la vérification des paiements, ou l'accès aux documents officiels.

Hormis ces canaux numériques tels que décrits, il y a des plateformes subsidiaires qui diffusent les informations du ministère pour une large portée. Lors de notre investigation netnographique, nous avons remarqué une grande contribution des pages officielles du Ministre de la Fonction Publique dans la communication publique du ministère malgré qu'elles restent privées.

Comparablement aux comptes officiels du Ministère, les différentes pages du Ministre comptent un nombre d'abonnés et une audience plus élevée. On compte 64K sur son compte X (@LihauEbu) ; 31K sur Facebook (<https://www.facebook.com/profile.php?id=100063510049951&mibextid=JRoKGi>), avec ce nombre d'abonnés considérablement élevé, les canaux numériques de l'actuel Ministre de la Fonction Publique servent d'un relais important de la communication publique du Ministère.

En somme, après avoir parcouru les médias sociaux numériques qu'utilise le ministère de la fonction publique pour tenir sa communication enfin de bénéficier des avantages du numérique dans la poursuite de ses missions, au regard du contexte actuel dans le secteur numérique de la République Démocratique du Congo qui reste dominé par les problèmes d'infrastructures, de pénétration d'internet, de la fracture numérique qui se vit au pays d'où *les zones rurales et éloignées ont un accès limité aux services numériques, ce qui restreint l'usage des outils numériques dans la communication publique* l'on peut donc conclure :

Bien que des efforts aient été faits pour moderniser la communication numérique au sein de la fonction publique en RDC, il reste encore de nombreux défis à relever. Notamment, *l'amélioration de l'infrastructure numérique, la formation des fonctionnaires et agents publics ainsi que la mise en place des systèmes d'informations sécurisés, reliant les administrations entre elles et les organisations publiques pour une bonne communication institutionnelle*. Cependant, dans les médias sociaux numériques, *une absence d'interaction entre les internautes et les personnels appropriés pour répondre aux préoccupations directes des usagers, l'absence des contenus attrayants qui peuvent susciter l'engagement des internautes* sont observables et restent des premiers problèmes qu'il faut remédier.⁸⁷

Section 2. PROCEDÉS MÉTHODOLOGIQUES

Dans cette section, il s'agit de décrire la ligne de conduite suivie pour mener nos investigations, c'est à dire, apporter des éclaircissements sur les méthodes et techniques adoptées pour la réalisation de ce travail et expliquer la manière dont nous en avons fait usage.

III.2.1 Méthodes

Emmanuel VITTE, reprenant Régis JOLIVET définit la méthode comme étant l'ordre qu'il faut imposer aux différentes démarches nécessaires pour arriver à une fin donnée. Dans une démarche scientifique ; c'est l'ordre qu'il faut imposer aux différentes démarches intellectuelles pour arriver à une connaissance certaine. Dans un sens plus restreint, pour dégager un élément commun à toutes méthodes, on dira que l'on peut considérer la plupart d'entre elles comme un ensemble concerté d'opérations, mises en œuvre pour atteindre un ou plusieurs objectifs, un corps de principes présidant à toutes recherches organisées, un ensemble des normes permettant de sélectionner et de coordonner les techniques. Elles constituent, de façon plus ou moins abstraite ou vague, un plan de travail en fonction d'un but.⁸⁸

Prenant en compte les objectifs fixés dans cette recherche, puisque nous sommes tachés à collecter des données *subjectives* enfin de comprendre les expériences, les perceptions et les motivations des individus, nous avons opté une démarche *qualitative*. Son but est de développer des concepts qui nous aident à comprendre les phénomènes sociaux dans des

⁸⁷ Notre observation netnographique

⁸⁸ MULUMA Albert, *Guide du chercheur en sciences humaines rédaction et présentation d'un travail scientifique*, Kinshasa, Centre Educatif Congolais, 2012, p. 30.

contextes naturels (plutôt qu'expérimentaux), en mettant l'accent sur les significations, les expériences et les points de vue de tous les participants.⁸⁹

III.2.1.1 Méthode ethnographique

En tant que méthode qualitative, l'ethnographie permet de collecter des données ou informations dans un système complexe pour comprendre la dynamique autour des objets. Aujourd'hui pour comprendre la complexité des sociétés, communautés et comportements des individus, la méthode ethnographique est conseillée comme outil et démarche d'approche de terrain de recherche en sciences sociales, humaines et de management.⁹⁰ Elle permet également au chercheur en communication d'étudier un groupe, ses conduits, ses actions, et les interpréter en contexte. Cette méthode nécessite une certaine proximité avec les acteurs sujets de la recherche.⁹¹

Relativement à cette recherche, le recours à la méthode ethnographique nous a permis de s'immerger dans les pratiques communicationnelles des institutions publiques R.D.Congolaises avec un regard centré à la fonction publique pour explorer les perceptions, les freins organisationnels et sociaux ainsi que les représentations des citoyens et des acteurs de la fonction publique en vue d'une compréhension profonde et nuancée. Ainsi pour collecter des données riches et détaillées à travers les techniques soutenues par la participation.

III.2.1.2. Méthode netnographique (Webnographie, ethnographie en ligne)

La netnographie est une méthode de recherche qui repose sur une observation prolongée et une prise de notes détaillée. Son principal avantage réside dans son approche "naturelle", permettant au chercheur d'analyser la communauté sans interférer et de manière non intrusive, en utilisant des données disponibles publiquement sur Internet telles que les messages écrits, codés, les images et les vidéos. Cette méthode offre également une grande flexibilité puisque le chercheur peut accéder facilement aux données à tout moment. Pour une compréhension approfondie de la communauté, ainsi que des motivations et des besoins de ses membres, le chercheur ne doit pas se limiter à une simple observation et analyse des données recueillies. Il doit plutôt s'immerger dans la communauté au point de devenir un membre à part entière⁹²

⁸⁹ Scribbr, « étude qualitative : définition, techniques, étapes et analyse », sur <https://www.scribbr.fr/methodologie/etude-qualitative/> (Consulté le 29/01/2025 à 02h14')

⁹⁰ Cairn, « les méthodes de recherche du DBA », sur <https://shs.cairn.info/les-methodes-de-recherche-du-dba--9782376871798-page-140?lang=fr> (consulté le 07/01/2014 à 15h03')

⁹¹ IPONDO Elite G-G., *La recherche en sciences de l'information et de la communication. De l'objet au processus de recherche*, Paris, L'harmattan, 2017, p. 93

⁹² KOZINETS Robert, *Netnographie le guide essentiel de la recherche qualitative sur les médias sociaux*, SAGE Publications Ltd, 2019 ; cité par KHOUIAMMI Fatima et HAMADI Chakibi, « Exploration netnographique des caractéristiques des e-

Cette méthode nous a permis d'étudier les interactions et comportements des internautes sur les différentes plateformes numériques du Ministère de la Fonction Publique en observant les avis, les commentaires, ainsi que les réactions des citoyens face à ses communications sur Facebook, X (Tweeter), You Tube ainsi que le site web. À fin pour analyser les perceptions du public, évaluer l'efficacité de ladite communication numérique et mesurer l'engagement des citoyens dans l'usage de ces outils.

III.2.1.3. Analyse thématique

Selon Muchielli et Paillé, L'analyse thématique, ou plus exactement l'analyse de contenu thématique, est une méthode d'analyse consistant « à repérer dans des expressions verbales ou textuelles des thèmes généraux récurrents qui apparaissent sous divers contenus plus concrets » ; en d'autres mots, l'analyse thématique consiste à procéder systématiquement au repérage, au regroupement et, subsidiairement, à l'examen discursif des thèmes abordés dans un corpus »⁹³

En tant que méthode qualitative, c'est un processus visant à réduire et à donner un sens à de grandes quantités d'informations qualitatives provenant très souvent de sources multiples, telles que des notes de discussions de groupe, des notes d'entretiens individuels et des observations afin de dégager des thèmes et schémas pertinents qui répondent aux questions de suivi et d'évaluation posées. L'analyse des données qualitatives se concentre sur la parole des personnes interrogées, le contexte dans lequel les données ont été recueillies, la cohérence et les contradictions des points de vue des personnes interrogées, la fréquence et l'intensité des commentaires des participants, leur spécificité, ainsi que les thèmes et schémas qui se dégagent⁹⁴

Le recours à cette méthode d'analyse nous a permis de comparer et à faire des liens thématiques entre les données issues de la netnographique par la technique de l'observation directe portée dans les plateformes en ligne du Ministère de la Fonction Publique, ainsi que les différentes informations résultantes des interviews semi-directif réalisés avec les experts de la communication numérique du ministère, les citoyens et les agents publics. Nous notons aussi les données que nous ont fournies les ressources documentaires que nous avons interpréter à fin d'aboutir aux résultats de nos investigations. Il sied de réitérer que l'analyse qualitative des données se préoccupe de comprendre la complexité, le détail et le contexte. La finalité de

influenceurs émergeant sur les réseaux sociaux », International Journal of Accounting [en ligne], volume 04, 2023, p. 416. Disponible sur <https://doi.org/10.5281/zenodo.8418629> (Consulté le 29/01/2025 à 04h12')

⁹³ QUIVY Raymond, VAN CAMPENHOUDT Luc, Manuel de recherche en science sociales, Dunos, Paris, 2011, p. 179.

⁹⁴ OIM, « Méthodologies de collecte et d'analyse des données pour le suivi et l'évaluation », disponible sur https://publications.iom.int/system/files/pdf/M%26E-Guidelines-Cha-4-FR_1.pdf (Consulté le 29/01/2025 à 12h40')

l'analyse est de construire des lectures interprétatives, c'est-à-dire de donner du sens à des phénomènes sociaux et humains caractérisés par une grande complexité.⁹⁵

III.2.2. Collecte de données

III.2.2.1. Terrain d'investigation

Le terrain, en une première approximation, est le lieu où l'on recueille les informations et les données nécessaires au travail scientifique.⁹⁶ À titre de rappel, cette étude table sur les pratiques communicationnelles du Ministère de la Fonction Publique RD Congolaise dans le numérique, vu sa spécialité, il était nécessaire d'envisager deux (2) types de terrains d'investigation :

- Le Ministère de la Fonction Publique : En tant qu'institution, elle regorge en son sein les populations visées par notre enquête. C'est le cadre de production, d'émission et des pratiques de ladite communication numérique ayant sa portée dans toute la *fonction publique*. Cette dernière est comprise comme l'ensemble des personnes physiques qui exercent leur activité professionnelle au service des administrations publiques (...), dans un sens très large, elle englobe non seulement les salariés de l'administration, mais aussi toutes les personnes qui exercent une fonction publique dans le sens de tâche d'intérêt général⁹⁷ en République Démocratique du Congo.
- Le E-Terrain : appelé terrain virtuel, il s'agit dans cette recherche les plateformes numériques du Ministère que nous avons exploré en recourant à la méthode netnographique. Ces différents médias sociaux sont les suivants :
 - *Facebook* : <https://www.facebook.com/FonctionPubliqueRdc?mibextid=JRoKGI>
 - *X* : @FP_RDC
 - *YouTube* : <https://youtube.com/@fonctionpubliquerdc?si=YDqxnGSSr99QWbXo> »
 - *Portail Web* : <https://fonctionpublique.gouv.cd/innovation-du-service-public-se-materialise-avec-le-lancement-du-portail-numerique-de-la-fonction-publique/> »

⁹⁵ MARTA Anadón, SAVOIE Lorraine, Op. Cit.

⁹⁶ LACOMBE Bernard, *Pratique du terrain, méthodologie et technique d'enquête*, Sorbone, Septentrion presses universitaires, 1997, p. 144.

⁹⁷ TSHIENDA MUAMBI Richard, Op. Cit.

III.2.2.2. Population et échantillon d'étude

III.2.2.2.1. Population cible

La population utile est le segment d'une *audience* correspondant à la cible visée par un message, une campagne publicitaire ou une investigation (étude, enquête).⁹⁸ En ce qui concerne cette étude, notre population cible est constituée des :

- *Les responsables/experts en communication du MFP* : ils sont directement impliqués dans la gestion et la mise en œuvre des stratégies de la communication numérique, considérés comme émetteurs et innovateurs relativement à la théorie impliquée dans cette recherche. (Cfr. Théorie de la diffusion de l'innovation, Chap 1/Section 2)
- *Les agents publics (fonctionnaires) Et les citoyens* : ils constituent des destinataires finaux, pouvant fournir des retours sur leur expérience des actions de communication numérique du MFP.

III.2.2.2.2. Échantillonnage

L'échantillon est défini comme une petite quantité d'un produit destinée à en faire connaître les qualités ou à les apprécier, *une portion représentative d'un ensemble*, un spécimen. En outre, l'échantillonnage est donc l'opération qui consiste à prélever un certain nombre d'éléments (échantillon représentatif) dans l'ensemble des éléments à observer ou un certain traître (population), l'échantillon autrement dit est l'ensemble des éléments à propos desquels on a effectivement recueilli les données, *il désigne le sous-ensemble d'une population*.⁹⁹

À cet égard, puisque cette étude repose dans une démarche qualitative, *la représentativité statistique n'est donc pas prise en compte*. **Mathew MILES et Michael HUBERMAN** affirment que les chercheurs qualitatifs travaillent habituellement avec de petits échantillons de personnes, mises dans leur contexte et étudiés en profondeur.¹⁰⁰ Les entretiens approfondis ne visent pas à produire des données quantifiées et n'ont donc pas besoin d'être nombreux. Ils n'ont pas pour vocation d'être représentatif.¹⁰¹ Pour constituer notre échantillon, nous avons procédé par la méthode d'*échantillonnage à choix raisonné* appelé aussi *échantillonnage jugé* ou *dirigé*. C'est une technique d'échantillonnage non probabiliste qui

⁹⁸ BALLE Francis, *Lexique de l'information communication*, Paris, Dalloz, 2006, p. 317.

⁹⁹ LEJEUNE Christophe, *Manuel d'analyse qualitative ; analyser sans compter ni classer 2e édition*, Bruxelles, De Boeck, 2019, p. 30.

¹⁰⁰ MILES Mathew ; HUBERMAN Michael, *Analyse des données qualitatives 2e édition*, Bruxelles, De boeck, 2003, p.11.

¹⁰¹ BEAUD Stephane ; WEBER Florence, *Guide de l'enquête de terrain*, Paris, La Découverte, 2003, p. 293.

consiste à sélectionner des individus au sein de la population cible en fonction d'une série de critères.¹⁰²

C'est ainsi pour les répondants, nous avons tenu compte de la pertinence des unités sélectionnées par rapport à l'objet de l'étude, c'est à dire, les éléments qu'on suppose tenir des informations riches, nécessaires et variées. Les personnes habiles, fiables, disponibles et accessibles.

L'échantillon qualitatif est considéré suffisant lorsqu'on atteint la *saturation des données*, c'est-à-dire lorsqu'un nouvel apport de matériau brut (ex. un entretien supplémentaire) n'amène plus de nouvelle propriété,¹⁰³ la collecte ne génère plus des nouvelles idées et thématiques. C'est de cette manière que nous avons nous arrivé à un nombre total de Dix sept (17) enquêtés répartis de la manière suivante :

- ✓ 2 responsables/experts en communication du MFP
- ✓ 5 agents publics (Fonctionnaires)
- ✓ 10 citoyens

III.2.3. Techniques utilisées

III.2.3.1. Technique Documentaire

La technique documentaire consiste en une fouille systématique de tout ce qui est écrit ayant une liaison avec le domaine de recherche.¹⁰⁴ Ainsi donc nous avons consulté les ouvrages, les articles, les ordonnances-loi, les journaux, les rapports et autres documents officiels, etc. autant sur le Web qu'en dur pour obtenir des informations riches et diversifiées afin de situer notre recherche dans un cadre théorique et renforcer la validité des résultats. Elle complète parfaitement les autres méthodes de collecte de données combinées et enrichit notre analyse.

III.2.3.2. Observation directe

L'observation directe est celle où le chercheur lui-même procède directement au recueil des données sans s'adresser aux sujets concernés et qu'il enregistre selon un plan et une grille d'observation préalablement élaborée.¹⁰⁵ Il existe ; l'observation directe participante et l'observation directe non participante. La dernière est plus plébiscitée dans les études netnographiques, elle permet au chercheur d'analyser la communauté virtuelle sans interférer et

¹⁰² OIM (Organisation Mondiale pour les Migration), Op. Cit., p. 125.

¹⁰³ MGTf (Médecine Générale, Travaux de Fin d'étude), « Recherche qualitative », sur <https://mgtfe.be/guide-de-redaction/6-les-differentes-methodes-dinvestigation/6-2-recherche-qualitative/> (consulté le 02/02/2025 à 05h30')

¹⁰⁴ GRAWITZ Madeleine, Op. Cit.

¹⁰⁵ FREYSSINET Jacqueline, *Méthodes de recherche en sciences sociales*, Paris, Deug, 1997, p. 24.

de manière non intrusive, en utilisant des données disponibles publiquement sur Internet telles que les messages écrits, codés, les images et les vidéos¹⁰⁶

Pour collecter les données netnographique, le chercheur prend en considération certains éléments relatifs aux messages partagés, tels que la taille du message, le nombre de réactions et de commentaires, la date d'envoi, etc. Toutes ces données sont enregistrées dans un journal de bord.¹⁰⁷ Pour en arriver, Robert KOZINETS propose six (6) étapes qui doivent être prises en compte : définition de la question de recherche (sujet de recherche), identification des communautés virtuelles cible, collecte d'informations, interprétation, garantie des normes éthiques et présentation des résultats.

Connaissant notre question de recherche, nous avons identifié les communautés virtuelles qui sont les *internauts* interagissant dans les médias numériques du MFP pour élaborer une *grille d'observation* avec les thèmes ci-après :

- Présence en ligne
- Nature et qualité des contenus
- Interaction avec les internautes
- Perceptions et engagement des internautes
- Contrainte et accessibilité

III.2.3.3. Entretien semi-directif

L'entretien semi-directif ou dirigé est aussi appelé « entretien qualitatif » ou « entretien approfondi ». Comme son nom l'indique, il s'agit d'un entretien pour collecter des informations, à partir d'un questionnaire, dans lequel les interrogations sont préparées et posées aux interviewés de façon à leur laisser s'exprimer plus librement.¹⁰⁸

Cette technique nous a permis de collecter des données qualitatives à l'aide des questionnaires adressés à nos populations cibles. laissant une certaine liberté aux répondants, Il nous a permis de comprendre comment les responsables de la communication du Ministère, les agents publics ainsi que les citoyens pratiquent et perçoivent ladite communication numérique.

Pour interroger directement les individus un par un en vue de dégager à partir des réponses obtenues des informations nécessairement relatives à notre objet de recherche, nous avons élaboré deux (2) *guides* d'entretien avec des thèmes ci-après :

¹⁰⁶ KHOUIAMMI Fatima, HAMADI Chakib, Op. Cit.

¹⁰⁷ Ibidem, p. 417.

¹⁰⁸ PAQUET Pierre, « Expert Mémoire », sur <https://www.expertmemoire.com/guide-entretien/> (consulté le 03/02/2025 à 13h42')

A. Guide d'entretien adressé aux responsables/experts de la communication du MFP

Thèmes :

- Organisation stratégique de la communication numérique du MFP ;
- Impact et perceptions ;
- Obstacles et défis d'implémentation de la communication numérique ;
- Accessibilité, engagement et utilisation des services numériques par les citoyens et les agents publics ;
- Amélioration et perspectives d'évolution.

B. Guide d'entretien adressé aux agents publics et citoyens

Thèmes :

- Connaissance des outils numériques
- Usage et accessibilité aux outils numériques ;
- Perceptions et impact de la communication numérique ;
- Barrières sociales et organisationnelles rencontrées ;
- Suggestions et perspectives d'amélioration.

Section 3. PRÉSENTATION DES DONNÉES, ANALYSE ET INTERPRÉTATION DES RÉSULTATS

III.3.1. Présentation des données

III.3.1.1. Données issues de l'observation netnographique

Grille d'observation

Canaux observés : X (Tweeter), Facebook, YouTube, site Web

Durée de l'observation : Du 03 Novembre 2024 au 05 janvier 2025 (2 mois)

Critères d'observation/thèmes	Description	Observations
<i>Présence en ligne</i>	Nombre d'abonnés	<i>Facebook</i> (depuis janvier 2013) : + 85k d'abonnés <i>X</i> (depuis janvier 2013) : + 30k d'abonnés et 6 abonnements des institutions. <i>YouTube</i> (depuis janvier 2013) : + 12k La variabilité d'abonnés est estimée à moins de 15/semaines dans tous ces médias numériques. <i>Site web</i> (lancé en juillet 2023)
	Fréquence des publications	Sur <i>Facebook</i> , <i>X</i> ainsi qu'au <i>site Web</i> , les publications sont hebdomadaire avec écart sporadique des jours et sporadiquement sur <i>Youtube</i> sans une fréquence bien déterminée.
<i>Nature et qualité des contenus</i>	Contenus multimédia	Les contenus sont informatifs dans toutes ces plates-formes numériques. On note : Les activités du ministre, les informations institutionnelles et sur la gestion de la fonction publique ainsi que les nouvelles initiatives, les communiqués officiels, etc., les annonces administratives, les réformes ; ainsi que, les appels à candidature ou des offres d'emplois publics. Une carence des contenus infographiques attrayants pour attirer plus des internautes. Pas de sous-titrage. Au <i>site Web</i> il y'a autant des articles d'informations et plusieurs options (Cfr. état de ma situation de la communication numérique du MFP, Chap. 3, Section 1)
	Langue	Français, pour les commentaires et les publications.
<i>Interactivité</i>	Nombre des réactions/publication	<i>Facebook</i> : les commentaires varient entre 08 et 95, rares sont les publications qui atteignent plus de 100 et 400 commentaires. Cependant, une variation de 100 à 300 j'aime/publication et rares sont les postes qui atteignent plus de 600 à 1k de j'aime. On compte aussi un nombre variant entre 4 à 15 partage par publication, le nombre des vues pour les vidéos va jusqu'à 2k. <i>X</i> : les commentaires varient entre 6 et 50, rare sont les publications qui dépassent ces nombre. Le j'aime ou likes n'atteignent pas plus de 300 pour les postes le plus likés. Les vidéos les plus suivies font moins de 20k. <i>YouTube</i> : un nombre de vue qui varie entre 1 à 11k pour les vidéos les plus anciennes, on compte actuellement plus de <i>Site Web</i> : On compte quelques réactions positives sur l'initiatives mais sans réponse.
	Nature des réactions Négatives/positives	Les réactions sont majoritairement négatives. Des plaintes sur l'insatisfaction des processus administratifs ainsi que plusieurs questions, préoccupations et suggestions sont apparentes. On peut compter quelques réactions positives mais très rares à l'endroit des publications sur les activités du ministre (Descente de terrain, inauguration etc).
	Réactivité du ministère	Le ministère n'interagit pas aux réactions des internautes. Plusieurs questions et réactions importantes sont constatables aux commentaires mais aucune réponse ou réaction de la part du ministère.
<i>Perceptions et engagement des internautes</i>	Genre de préoccupations fréquentes des internautes	Les internautes sont moins engagés, vu le genre de préoccupations négatives fréquentes. Le nombre de réactions moindres par rapport au total d'abonnés.
<i>Contrainte et accessibilité</i>	Technique et d'accessibilité	Les pages sont accessibles avec un format compatible aux smartphones, il suffit donc d'avoir la connexion internet. mais cependant, il manque des stratégies pour les animer enfin de susciter plus d'intérêts.

Source : notre observation e-terrain

Commentaire : Les données recueillies à l'aide de l'observation netnographique montrent en évidence une présence en ligne du MFP mais cependant la croissance des abonnés reste faible. Les publications ne semblent pas être suffisamment attrayantes pour dynamiser l'engagement des internautes, cela par manque de diversité des contenus et des formats qui sont peu attractifs. Ces données mettent également en lumière une *faiblesse d'interactivité et d'engagement*, voyant la nature des commentaires majoritairement négatifs et des réactions jugées moindres par rapport au nombre d'abonnés. Par ailleurs, les plateformes sont accessibles avec un format techniquement compatible aux Smartphones et ordinateurs mais un *problème des stratégies pour capter un large public* enfin de renforcer la présence en ligne est apparent. La grille montre également, l'usage d'une seule langue et l'absence des surtitrages, ce qui limite l'inclusivité comme pour les personnes ayant un handicap.

III.3.1.2. Données issues des entretiens

III.3.1.2.1 Entretien avec les responsables/experts de la communication numérique du MFP

1^{er} Entretien

Identité de l'enquêté : Mr le Professeur Marc MUTSHIPAYI, niveau d'étude/Doctorat, Poste occupé/Direction à la Direction d'Archivages et Nouvelles Technologies d'Information et de la communication, Ancienneté/+13 ans

Thèmes	transcription des réponses (Verbatims)
<i>Organisation stratégique de la communication numérique du MFP</i>	« ...Au sein de la DANTIC, notre rôle consiste à l'élaboration et mise en œuvre des stratégies digitales qui permettant de moderniser la diffusion de l'information, de renforcer la transparence institutionnelle et de favoriser l'interaction avec l'ensemble des parties prenantes... » « ...des stratégies articulées dans plusieurs axes : la modernisation des infrastructures, le système d'information pour connecter toutes les administrations publiques etc... » « ...un plan stratégique qui vise à accroître la visibilité en ligne, l'amélioration pour instaurer une communication transparente et interactive et la dématérialisation des procédures administratives »
<i>Impact et perceptions</i>	« ...une adoption progressive des outils numériques, même s'il y a encore des difficultés liées au manque de familiarité ou aux infrastructures limitées. C'est pourquoi nous travaillons pour faciliter cette transition et assurer une intégration optimale des technologies dans le quotidien professionnel.
<i>Obstacles et défis d'implémentation de la communication numérique</i>	« ...il y en et on y travaille. Techniquement, l'infrastructure internet reste inégale à travers le pays... », « ...la coordination entre départements est parfois entravée par des procédures bureaucratiques héritées du passé... », « la résistance au changement et le déficit de compétences numériques chez certains agents représentent des obstacles »
<i>Accessibilité, engagement et utilisation des services numériques par les citoyens et les agents publics</i>	« ...une montée progressive de l'engagement sur nos plateformes, une participation active de la part des citoyens ainsi qu'une utilisation par les agents... »
<i>Amélioration et perspectives d'évolution</i>	« Nous prévoyons l'acquisition de plus d'infrastructures pour équiper tous les départements, nous envisageons plus de programmes de formation pour que la maîtrisent parfaite des outils numériques... »

Source : notre enquête

2^{ème} Entretien

**Identité de l'enquêté : Mr ZANGILUA, niveau d'étude/licenciée, poste occupé/secrétaire à la DANTIC.
Ancienneté/06 ans**

Thèmes	transcription des réponses (Verbatims)
Organisation stratégique de la communication numérique du MFP	« Le MFP dispose d'un service de communication chargé de la diffusion des informations institutionnelles et de la gestion de l'image du ministère auprès des fonctionnaires et du public... »
Impact et perceptions	« ...Les outils numériques améliorent la diffusion de l'information, mais des défis subsistent...», « ...au sein du ministère, avec tous ces services disponible en ligne, c'est vraiment une grande innovation et amélioration pour les agents publics... »
Obstacles et défis d'implémentation de la communication numérique	« ...Infrastructures informatiques insuffisantes « ...une faible connectivité » Internet.
Accessibilité, engagement et utilisation des services numériques par les citoyens et les agents publics	L'engagement est encore limité, mais au fur et à mes progressivement grâce à la sensibilisation et à la formation des agents publics.
Amélioration et perspectives d'évolution	« ...plusieurs projets sont en cours avec des partenaires internes et externes, parmi les plus récent, c'est d'abord de doter de l'équipement informatiques dans toutes les directions, connecter intégralement le ministère pour une bonne communication interne et améliorer le rendement du service... »

Source : notre enquête

Commentaire : deux interlocuteurs, responsables de la communication numérique du MFP confirment l'existence des plans et stratégies de communication numérique structurées autour de la modernisation des infrastructures et de l'amélioration de la transparence institutionnelle. Cependant, accessibilité et l'engagement restent limités mais connaissent une progression, cela grâce aux efforts fournies par la DANTIC. Mr Marc MUTSHIPAYI mentionne une montée progressive de l'utilisation de ces outils par les citoyens et les agents, tandis que M. ZANGILUA admet que l'engagement est encore faible, bien qu'il y a des améliorations. On note, cette différence d'appréciation suggère que l'adoption des outils numériques varie selon les catégories d'utilisateurs, des efforts supplémentaires doivent être fournis en ce sens, pour renforcer l'appropriation des services numériques.

III.3.1.2.2. Entretien avec les agents publics et fonctionnaires

1^{er} entretien

Identité de l'enquêté : Mr. Francis Mbaki, niveau d'étude/licencié, fonction occupée/agent à la Regideso, Ancienneté/+4 ans.

Thèmes	Description	transcription des réponses (Verbatims)
<i>Usage et accessibilité aux outils numériques</i>	<i>Usage</i>	S'informer et communiquer
	<i>Accès</i>	Par téléphone et ordinateur
<i>Connaissance et utilité de la communication numérique du MFP</i>	<i>Connaissance</i>	« Oui, sur Facebook je vois tantôt les publications sur les activités du ministère »
	<i>Utilité</i>	« ...pour la publicité de cette institution et du ministère... »
<i>Perceptions et impact de la communication numérique du MFP</i>	<i>Avis</i>	« ...rien que pour des publications et des infos du MFP... »
<i>Barrières sociales et organisationnelles rencontrées</i>	<i>Difficultés</i>	« ...Les forfaits ne traînent plus pour finir... », « ...la page je la vois rarement... »
<i>Suggestions et perspectives d'amélioration.</i>	<i>Avis</i>	Résoudre le problème de la visibilité

Source : notre enquête

2^{ème} entretien

Identité de l'enquêté : anonyme, niveau d'étude/licencié, fonction occupée/agent d'administration 1ère classe (MFP), ancienneté/3 ans

Thèmes	Description	transcription des réponses (Verbatims)
<i>Usage et accessibilité aux outils numériques</i>	<i>Usage</i>	« Pour s'informer, être en communication permanente et se divertir »
	<i>Accès</i>	Par téléphone mobile
<i>Connaissance et utilité de la communication numérique du MFP</i>	<i>Connaissance</i>	« Oui, pour faire connaître les activités du ministère et faire plusieurs opérations administratives en ligne, sans se déplacer... »
	<i>Utilité</i>	« ...Rendre facile et rapides l'exécution de certaines tâches administratives... » (Communication interne)
<i>Perceptions et impact de la communication numérique du MFP</i>	<i>Avis</i>	« ...Malgré sa mise en place, il y a toujours continuité du système ancien dans la majorité des bureaux et la lenteur de traitement des dossiers persiste... »
<i>Barrières sociales et organisationnelles rencontrées</i>	<i>Difficultés</i>	Infrastructures et la compétence des agents
<i>Suggestions et perspectives d'amélioration.</i>	<i>Avis</i>	« Améliorer les compétences par des formations et équiper tous les services au niveau du secrétariat général... »

Source : notre enquête

3^{ème} entretien

Identité de l'enquêté : anonyme, niveau d'étude/licencié, fonction occupée/agent d'administration de première classe (MFP), ancienneté/+3 ans

Thèmes	Description	transcription des réponses (Verbatims)
<i>Usage et accessibilité aux outils numériques</i>	<i>Usage</i>	S'informer et communiquer
	<i>Accès</i>	Téléphone mobile, ordinateur
<i>Connaissance et utilité de la communication numérique du MFP</i>	<i>Connaissance</i>	« ...pour publier les activités du ministère et du ministre, accompagné sa vision et ses actions... »
	<i>Utilité</i>	« Rendre public les services que nous proposons et l'exécution des commandes disponibles en ligne... »
<i>Perceptions et impact de la communication numérique du MFP</i>	<i>Avis</i>	L'évolution est progressive, beaucoup de procédures restent manuelle
<i>Barrières sociales et organisationnelles rencontrées</i>	<i>Difficultés</i>	« ...il y a des services qui manquent d'équipement informatiques... »
<i>Suggestions et perspectives d'amélioration.</i>	<i>Avis</i>	« ...Améliorer à l'interne et à l'externe... », rajeunir les personnels pour mieux utiliser ces outils... »

Source : notre enquête

4^{ème} entretien

Identité de l'enquêté : Mme Ange Mweka, niveau d'étude/licenciée, fonction occupée/agent du bureau DRHS/MFP, ancienneté/-1 ans

Thèmes	Description	transcription des réponses
<i>Usage et accessibilité aux outils numériques</i>	<i>Usage</i>	Pour s'informer, communiquer et se divertir
	<i>Accès</i>	« ...souvent les forfaits manquent aussi... »
<i>Connaissance et utilité de la communication numérique du MFP</i>	<i>Connaissance</i>	« ...Pour communiquer sur ce qui se passe au ministère... »
	<i>Utilité</i>	« ...mettre le public au cœur sur les activités... »
<i>Perceptions et impact de la communication numérique du MFP</i>	<i>Avis</i>	Aucune idée
<i>Barrières sociales et organisationnelles rencontrées</i>	<i>Difficultés</i>	Problème de forfait internet
<i>Suggestions et perspectives d'amélioration.</i>	<i>Avis</i>	Aucune recommandation à donner

Source : notre enquête

5^{ème} entretien

Identité de l'enquêté : anonyme, fonction occupée/employé à la Société Nationale d'Assurance, niveau d'étude/licencié, ancienneté/7 ans

Thèmes	Description	transcription des réponses
<i>Usage et accessibilité aux outils numériques</i>	<i>Usage</i>	« ...pour s'informer à temps réel et partager les contenus, messages, vidéos etc. Avec les autres ainsi que pour le travail... »
	<i>Accès</i>	« ...Par ordinateur au travail et par téléphone mobile à la maison pour communiquer »
<i>Connaissance et utilité de la communication numérique du MFP</i>	<i>Connaissance</i>	« ... Oui sur Facebook, X et il y a également tout un site Web »
	<i>Utilité</i>	Pour informer les publics
<i>Perceptions et impact de la communication numérique du MFP</i>	<i>Avis</i>	Aucun avis à propos, « ...étant donné que je ne sais rien de la communication numérique de cet établissement public... »
<i>Barrières sociales et organisationnelles rencontrées</i>	<i>Difficultés</i>	Le coût élevé des forfaits, un problème social
<i>Suggestions et perspectives d'amélioration.</i>	<i>Avis</i>	Aucun

Source : notre enquête

Commentaire : l'entretien avec les agents publics met en évidence leur usage des outils numériques qui principalement c'est pour s'informer, communiquer et, dans certains cas, se divertir. En ce qui concerne l'accès, plusieurs obstacles ont été soulignés, notamment, le problème des forfaits Internet coûteux, ce qui limite la connexion et la consultation des plateformes numériques. En interne, des infrastructures insuffisantes et un manque d'équipements informatiques dans certains services. Malgré certaines connaissances sur les objectifs de la communication numérique du ministère, les agents interrogés laissent voir la limite de cette de ladite communication numérique à la diffusion d'informations et laissent entendre, qu'elle ne permet pas encore d'interactions efficaces avec les citoyens ou d'automatisation complète des procédures administratives. D'où, elle est considérée comme un progrès, mais estiment que la lenteur administrative persiste. Certains trouvent qu'elle reste limitée qu'aux publications d'informations sans un réel changement dans la gestion des dossiers et problèmes administratifs. Un manque de sensibilisation et de formation est également souligné, ce qui empêche une adoption plus large des outils numériques par les agents publics et fonctionnaires.

III.3.1.2.3. Entretien avec les citoyens

1^{er} entretien

Identité de l'enquêté : Mr SANGWA LUBALA Leonard, niveau d'étude/graduat, profession/journaliste.

Thèmes	Description	transcription des réponses
<i>Usage et accessibilité aux outils numériques</i>	<i>Usage</i>	Pour s'informer et communiquer.
	<i>Accès</i>	Difficulté de connexion et le coût élevé des forfaits.
<i>Connaissance et utilité de la communication numérique du MFP</i>	<i>Connaissance</i>	Aucune connaissance, mais j'aimerais savoir plus.
	<i>Utilité</i>	Aucune idée, «... je sais que c'est une institution publique qui doit communiquer pour les citoyens, mais je n'ai jamais eu recours...»
<i>Perceptions et impact de la communication numérique du MFP</i>	<i>Avis</i>	Aucun avis à propos, « ...étant donné que je ne sais rien de la communication numérique de cet établissement public... »
<i>Barrières sociales et organisationnelles rencontrées</i>	<i>Difficultés</i>	Le coût élevé des forfaits, un problème social
<i>Suggestions et perspectives d'amélioration.</i>	<i>Avis</i>	Aucun

Source : notre enquête

2^{ème} entretien

Identité de l'enquêté : Mr. MBUNGU MAKENGO Espoir, niveau d'étude/licence, profession/informaticien.

Thèmes	Description	transcription des réponses
<i>Usage et accessibilité aux outils numériques</i>	<i>Usage</i>	Pour entrer en communication avec les autres, s'informer et se divertir
	<i>Accès</i>	Aucune difficulté d'accès, «... Il suffit seulement que j'aie des magas, que je ne manque souvent pas...»
<i>Connaissance et utilité de la communication numérique du MFP</i>	<i>Connaissance</i>	Aucune connaissance, « ...mais j'ai vu souvent les publications sur X et Facebook, mais ça ne m'intéresse pas... »
	<i>Utilité</i>	Pour informer les citoyens sur leurs actions
<i>Perceptions et impact de la communication numérique du MFP</i>	<i>Avis</i>	Les pages sont moins visibles (présence en ligne)
<i>Barrières sociales et organisationnelles rencontrées</i>	<i>Difficultés</i>	Difficulté économique et le problème de fiabilité dans les médias en ligne
<i>Suggestions et perspectives d'amélioration.</i>	<i>Avis</i>	«... Le MFP doit booster ses publications pour qu'il soit plus visible... »

Source : notre enquête

3^{ème} Entretien

Identité de l'enquêté : Mme KAMALANDWA NSAU Grâce, niveau d'étude/Graduat, profession/étudiante.

Thèmes	Description	transcription des réponses (Verbatims)
<i>Usage et accessibilité aux outils numériques</i>	<i>Usage</i>	Recours aux outils numériques pour «... l'information comme news et comme connaissance...»
	<i>Accès</i>	«... j'accède par téléphone, sans aucun problème... »
<i>Connaissance et utilité de la communication numérique du MFP</i>	<i>Connaissance</i>	Oui, dans les réseaux sociaux
	<i>Utilité</i>	« pour mieux s'imprégner de l'enchaînement des activités qui en découlent »
<i>Perceptions et impact de la communication numérique du MFP</i>	<i>Avis</i>	Fiabilité et crédibilité. « importance capitale du fait qu'elle ne relève pas d'une communication de seconde main, ni de la méfiance »
<i>Barrières sociales et organisationnelles rencontrées</i>	<i>Difficultés</i>	« Les difficultés sont très souvent liées à la recherche de la véracité de contenu (la quête de fact NEWS) ».
<i>Suggestions et perspectives d'amélioration.</i>	<i>Avis</i>	« Celle de faire des sondages d'opinion tant soit peu selon chaque communication numérique ».

Source : notre enquête

4^{ème} entretien

Identité de l'enquêté : Mr MAKONDA AKEDIKA Caleb, niveau d'étude/licence, profession/enseignant

Thèmes	Description	transcription des réponses (Verbatims)
<i>Usage et accessibilité aux outils numériques</i>	<i>Usage</i>	Pour s'informer et communiquer
	<i>Accès</i>	Oui
<i>Connaissance et utilité de la communication numérique du MFP</i>	<i>Connaissance</i>	«... je ne connais vraiment pas sa communication »
	<i>Utilité</i>	« Juste la paye de salaire qui est numérisé depuis plus de 3 ou 4 ans »
<i>Perceptions et impact de la communication numérique du MFP</i>	<i>Avis</i>	« Moins d'importance vu que je n'ai suis pas un fonctionnaire de l'État »
<i>Barrières sociales et organisationnelles rencontrées</i>	<i>Difficultés</i>	Problème de connexion
<i>Suggestions et perspectives d'amélioration.</i>	<i>Avis</i>	« Digitaliser les données, numérisée certaine tâches pour éviter certaines dérapage »

Source : notre enquête

5^{ème} entretien

Identité de l'enquêté : Mr. NGOMA NLANDU Alain, niveau d'étude/Diplomé d'état, profession/commerçant.

Thèmes	Description	transcription des réponses (Verbatims)
<i>Usage et accessibilité aux outils numériques</i>	<i>Usage</i>	Pour se divertir et des fins commerciales. «... pour regarder les vidéos et poster mes articles à vendre...»
	<i>Accès</i>	Par téléphone mobile
<i>Connaissance et utilité de la communication numérique du MFP</i>	<i>Connaissance</i>	« non, je ne connais que le ministère du MFP ... »
	<i>Utilité</i>	Aucune idée de son utilité
<i>Perceptions et impact de la communication numérique du MFP</i>	<i>Avis</i>	«... je n'ai aucun avis, vu que je ne connais pas réellement de quoi s'agit-il...»
<i>Barrières sociales et organisationnelles rencontrées</i>	<i>Difficultés</i>	Problème de connexion
<i>Suggestions et perspectives d'amélioration.</i>	<i>Avis</i>	« Digitaliser les données, numérisée certaine tâches pour éviter certaines dérapage »

Source : notre enquête

6^{ème} entretien

Identité de l'enquêté : Mr KAHIMBO Élie, niveau d'étude/graduat, profession/étudiant.

Thèmes	Description	transcription des réponses (Verbatims)
<i>Usage et accessibilité aux outils numériques</i>	<i>Usage</i>	« ...Interaction avec les autres et prendre des nouvelles... »
	<i>Accès</i>	Par plusieurs moyens (téléphone, ordinateur...)
<i>Connaissance et utilité de la communication numérique du MFP</i>	<i>Connaissance</i>	« non »
	<i>Utilité</i>	Aucune idée de son utilité
<i>Perceptions et impact de la communication numérique du MFP</i>	<i>Avis</i>	La communication numérique favorise le gain de temps
<i>Barrières sociales et organisationnelles rencontrées</i>	<i>Difficultés</i>	« ...La désinformation, le Fake New et l'infobesité... », «... La lenteur de la connexion... ».
<i>Suggestions et perspectives d'amélioration.</i>	<i>Avis</i>	« Plus d'information sur la faisabilité des services internes et externes »

Source : notre enquête

7^{ème} entretien

Identité de l'enquêté : Mme FATAKI Souzy, niveau d'étude/licence, profession/entrepreneur.

Thèmes	Description	transcription des réponses (Verbatims)
<i>Usage et accessibilité aux outils numériques</i>	<i>Usage</i>	Pour communiquer ainsi que faire des recherches
	<i>Accès</i>	« Oui »
<i>Connaissance et utilité de la communication numérique du MFP</i>	<i>Connaissance</i>	« ...Oui , pour avoir des renseignements... »
	<i>Utilité</i>	« ...Il communique à travers les moyens numériques pour atteindre une grande audience... »
<i>Perceptions et impact de la communication numérique du MFP</i>	<i>Avis</i>	« ...c'est pas trop intéressante cette communication... »
<i>Barrières sociales et organisationnelles rencontrées</i>	<i>Difficultés</i>	« Problème de connexion mobile ou internet »
<i>Suggestions et perspectives d'amélioration.</i>	<i>Avis</i>	« améliorer certaine manière de communiquer pour attirer plusieurs abonnés »

Source : notre enquête

8^{ème} entretien

Identité de l'enquêté : Mr KASINDI Gilber, niveau d'étude/licencié, profession/communicateur

Thèmes	Description	transcription des réponses (Verbatims)
<i>Usage et accessibilité aux outils numériques</i>	<i>Usage</i>	Pour communiquer ainsi que faire des recherches
	<i>Accès</i>	« Oui »
<i>Connaissance et utilité de la communication numérique du MFP</i>	<i>Connaissance</i>	« ...Oui , pour avoir des renseignements... »
	<i>Utilité</i>	« ...Il communique à travers les moyens numériques pour atteindre une grande audience... »
<i>Perceptions et impact de la communication numérique du MFP</i>	<i>Avis</i>	« ...c'est pas trop intéressante cette communication... »
<i>Barrières sociales et organisationnelles rencontrées</i>	<i>Difficultés</i>	« Problème de connexion mobile ou internet »
<i>Suggestions et perspectives d'amélioration.</i>	<i>Avis</i>	« améliorer certaine manière de communiquer pour attirer plusieurs abonnés »

Source : notre enquête

9ème entretien

Identité de l'enquêté : Mr NGOMA Alain, niveau d'étude/licence, profession/journaliste

Thèmes	Description	transcription des réponses (Verbatims)
<i>Usage et accessibilité aux outils numériques</i>	<i>Usage</i>	Divertir, s'informer et communiquer
	<i>Accès</i>	Par téléphone, ordinateur connecté
<i>Connaissance et utilité de la communication numérique du MFP</i>	<i>Connaissance</i>	« ...Oui, sur Facebook en tant que page officielle... »
	<i>Utilité</i>	« ...Pour tenir au courant les citoyens et fonctionnaires sur les activités du ministère... »
<i>Perceptions et impact de la communication numérique du MFP</i>	<i>Avis</i>	« ...Aucun avis, je ne suis pas vraiment la page fréquemment... »
<i>Barrières sociales et organisationnelles rencontrées</i>	<i>Difficultés</i>	« Les réseaux sociaux n'aspirent pas trop confiance surtout à ce qui concerne le service public, vaut mieux faire ses démarches en presentiel »
<i>Suggestions et perspectives d'amélioration.</i>	<i>Avis</i>	« ...Améliorer leurs contenus... »

Source : notre enquête

10ème entretien

Identité de l'enquêté : Mme BYAMUNGU BINJA Kelly

Thèmes	Description	transcription des réponses (Verbatims)
<i>Usage et accessibilité aux outils numériques</i>	<i>Usage</i>	Pour se divertir et s'informer
	<i>Accès</i>	Par téléphone mobile
<i>Connaissance et utilité de la communication numérique du MFP</i>	<i>Connaissance</i>	« Je connais l'existence du ministère mais aucune idée sur sa communication »
	<i>Utilité</i>	« ...sûrement pour informer, mais aucune précision à donner... »
<i>Perceptions et impact de la communication numérique du MFP</i>	<i>Avis</i>	Aucun avis à émettre
<i>Barrières sociales et organisationnelles rencontrées</i>	<i>Difficultés</i>	Problème de connectivité
<i>Suggestions et perspectives d'amélioration.</i>	<i>Avis</i>	« ...j'en ai aucun »

Source : notre enquête

Commentaire : les entretiens avec les citoyens révèlent un faible niveau de connaissance, aussi d'intérêt pour la communication numérique du Ministère. Malgré l'usage de ces outils à sa juste raison qui est principalement de s'informer et de communiquer, certains font mention des difficultés liées aux coûts élevés des forfaits internet et à la mauvaise connexion ce qui représente un problème d'accès, à en croire, une barrière sociale, ainsi que le manque de crédibilité et la fiabilité comme l'ont relevé certains citoyens ayant peu d'intérêt et de compétences pour accéder au numérique.

L'impact de la communication numérique du Ministère de la Fonction Publique semble être très limité. Plusieurs interviewés déclarent n'avoir aucun avis sur le sujet, faute de connaissance à propos, d'autres soulignent le manque de visibilité en ligne des pages numériques du ministère et expriment un désintérêt général envers cette communication.

Les suggestions proposées en vue d'améliorer cette communication table sur la présence en ligne, d'où le MFP doit booster la visibilité, numériser ou digitaliser davantage les services pour limiter certains problèmes administratifs et mieux lutter contre la désinformation en communiquant activement.

III.3.2. Analyse et interprétation des résultats

III.3.2.1. Analyse thématique des données

L'analyse thématique met en évidence les représentations ou les jugements des locuteurs à partir d'un examen de certains éléments constitutifs du discours. Sa forme la plus ancienne et la plus courante, c'est l'analyse catégorielle. Elle consiste à calculer et à comparer les fréquences de certaines caractéristiques (le plus souvent les thèmes évoqués) préalablement regroupées en catégories significatives. Elle se fonde sur l'hypothèse qu'une caractéristique est d'autant plus fréquemment citée qu'elle est importante pour le locuteur.¹⁰⁹

L'analyse thématique présentée ici, est faite sur base des données issues de netnographiques, celles recueillies par les entretiens ainsi que de la technique documentaire qui nous a fournies des références pertinentes pour aboutir aux résultats. Nous avons procédé par la compilation de toutes les informations recueillies en extrayant les plus pertinentes et les organiser en fonction des grands axes qui sont les thèmes clés de l'étude :

¹⁰⁹ QUIVY Raymond, VAN CAMPENHOUDT, Op. Cit., p. 202.

A. Organisation stratégique de la communication numérique

Les responsables de la communication numérique ont affirmé la mise en place des stratégies et plans structurés pour mieux organiser ladite communication ainsi que des projets visant à moderniser les infrastructures et à dématérialiser les procédures administratives pour l'optimisation du service à rendre. Cependant, les données netnographiques prouvent que l'adoption de ces outils numériques est inégale. Les plateformes en ligne du MFP montrent une participation limitée, suggérant que les stratégies actuelles ne parviennent à mobiliser pleinement les citoyens et les agents publics. Cela est confirmé par le rapport de l'Autorité de Régulation de la Poste et des Télécommunications (Cfr. État de lieux), un taux de pénétration internet jugé très faible en province et prouve une fracture numérique.

B. Impact et perceptions

Les entretiens avec les responsables révèlent une bonne impression quant aux avantages de la numérisation au sein MFP, notamment en termes de transparence et l'efficacité du service. En revanche, les citoyens et les agents publics expriment des réserves, citant des défis tels que la complexité de ces outils numériques et un manque de formation adéquate. Cette dichotomie prouve une certaine déconnexion entre la vision stratégique et la réalité du terrain. En ce sens L'observation en ligne met aussi en évidence cette inégalité, certains adoptant rapidement le numérique, tandis que d'autres y restent réfractaires.

C. Accessibilité, engagement et utilisation des services numériques

Malgré les efforts fournis pour promouvoir les services numériques relativement aux stratégies mises en place, l'engagement des citoyens et des agents publics reste faible. Les données netnographiques prouvent que les interactions sur les plateformes sont réduites, et les entretiens avec les citoyens et agents publics révèlent suffisamment manque de sensibilisation et de confiance envers ces outils. Cette situation souligne la nécessité d'une communication plus ciblée et d'une bonne base pour encourager l'utilisation des services numériques surtout par les agents publics.

D. Obstacles et défis de l'implémentation

Les responsables reconnaissent que des obstacles techniques, tels que l'insuffisance des infrastructures informatiques et une connectivité internet limitée, entravent la mise en œuvre efficace du numérique dans la communication du MFP. De plus, les entretiens mettent en évidence des résistances culturelles au sein de l'administration, où la préférence pour les méthodes traditionnelles, notamment la bureaucratie, freine l'adoption des nouvelles technologies. L'analyse netnographique indique que les interactions sur les plateformes sont parfois limitées en raison du manque d'outils et des stratégies de mise en ligne adaptés pour attirer les internautes, cela est une raison de plus d'une appropriation incomplète par les agents publics.

E. Amélioration et perspectives d'évolution

Pour l'amélioration de la situation, le ministère envisage l'acquisition de nouvelles infrastructures pour connecter toute l'administration et le renforcement des compétences en interne. Ils affirment que des prises sont en cours avec des partenaires pour la digitalisation afin d'optimiser la communication interne et externe. Cependant, pour que ces initiatives soient efficaces, il est crucial d'adopter une approche inclusive, c'est à dire, une approche qui va impliquer activement les citoyens et les agents publics dans le processus de digitalisation, une adaptation des outils numériques aux besoins réels des utilisateurs.

III.3.2.1. Interprétation des résultats

L'analyse des données issues de nos investigations ; de l'observation netnographique et des entretiens semi-directifs met en évidence plusieurs dynamiques influençant la communication numérique du MFP en RDC. En comparant les objectifs stratégiques des responsables et la recevabilité de ces stratégies par les citoyens et agents publics, on observe des écarts notables qui méritent une interprétation approfondie.

- Du point de vue stratégique et l'appropriation par les utilisateurs, il existe une rupture observable entre la communication institutionnelle et les attentes du public, en occurrence, les internautes. Les contenus sont mis en ligne, mais ils ne suscitent ni engagement ni appropriation. Ce manque d'impact traduit une absence de stratégie centrée sur l'utilisateur, qui devrait privilégier l'interactivité, la diversité de formats et l'accessibilité. D'où ressort des défis stratégiques, à en croire, une stratégie numérique mise en place mais mal vulgarisée et insuffisamment adoptée par le public. On détecte

ici, *l'enjeu communicationnel*. Le MFP doit communiquer suffisamment sur l'innovations, faire connaître ses activités numérique, l'importance et les avantages de l'option de ces outils dans ses pratiques communicationnelles pour remonter cette appropriation encore timide.

- Un impact limité de la communication numérique : La communication numérique du MFP est unidirectionnelle, Or, l'un des principaux avantages de la technologie numérique avec les outils Web 2.0 est l'interaction en continue. D'où, sans engagement du ministère, les internautes perdent confiance et ne s'approprient pas les outils mis en place, l'enjeu ici est l'engagement du ministère.
- En ce qui concerne l'accessibilité et l'engagement du public, l'accessibilité ne se résume pas seulement à la présence en ligne techniquement parlant d'un site web ou des pages sur les médias sociaux. Elle doit plutôt inclure une stratégie d'animation permanente et dynamique, avec des formats adaptés surtout diversifiés et variés : les vidéos, les contenus infographiques, les sous-titres et des publications plus interactives. Sans cela, la communication reste passive, moins attrayante et inefficace. Il y a ici, un manque de dynamisme sur les plateformes numériques. Les publications ne sont pas adaptées aux besoins du public.
- Les obstacles à l'Implémentation de la Communication Numérique : le premier problème est structurel et organisationnel. La transition numérique du MFP est freinée par des barrières techniques (fracture numérique, infrastructures,) mais aussi par des résistances culturelles. Voilà pourquoi il faut un accompagnement au changement, incluant des sensibilisations, formations et en considérant le problème économique.
- Perspectives d'amélioration : le MFP doit visé une communication numérique plus Interactive et inclusive. Cette amélioration ne doit pas uniquement être technique, c'est à dire, l'ajout de nouvelles infrastructures. Elle doit être surtout centrée sur l'expérience utilisateur, en adoptant des méthodes qui vont être plus participatives et une approche inclusive qui répond aux besoins réels des citoyens et agents publics.

❖ **Vérification des hypothèses**

L'interprétation des données analysées met en lumière trois contradictions majeurs : premièrement, (1) Il existe des stratégies de communication numérique mais mal comprise. Les responsables ont confirmé l'existence d'un plan, mais il n'est pas bien perçu par les utilisateurs, ni approprié pour ce dernier. Deuxièmement, (2) les informations sont diffusées mais sans

interaction, une communication unidirectionnelle ne suffit pas, l'interaction en temps réel est l'un des atouts majeurs des NTIC. En troisième lieu, (3) Il y a accessibilité mais l'engagement reste faible, c'est à dire, les plateformes numériques du MFP sont techniquement accessibles en ligne, mais sans une stratégie d'animation efficace. Par conséquent, elles restent peu attractives et peu utilisées.

L'étude démontre ipso facto que la communication numérique du Ministère de la Fonction Publique RD Congolaise est confrontée à des défis majeurs liés à la connectivité, aux infrastructures, à la résistance au changement, à l'absence de planification stratégique et au déficit de confiance du public. Ces résultats nous valident nos hypothèses du départ.

Tableau des Défis et Enjeux de la Communication Numérique du Ministère de la Fonction Publique en RDC

<i>Catégories</i>	<i>Défis</i>	<i>Enjeux</i>
<i>Défis stratégiques et communicationnels</i>	Absence de stratégie d'animation des médias sociaux	Élaboration d'un plan de communication numérique en mettant au centre les attentes et besoins du public
	Manque de sensibilisation du public : Faible communication sur l'existence et l'intérêt des outils numériques du ministère.	Communiquer sur l'innovation, aussi par les médias traditionnels. Vulgariser l'utilité et l'efficacité des services numériques offerts par le Ministère
	Absence des contenus multilingues et plus inclusifs	Rendre les contenus multilingues y mettant les sous-titrages pour les personnes handicapées, cela rendra cette communication inclusive
<i>Défis liés à l'engagement et à l'interaction</i>	Manque d'interactivité sur les plateformes, Absence de réponses aux commentaires et aux questions des internautes.	Répondre aux questions et préoccupations pertinentes des internautes d'une manière personnalisée et automatique. Créer des contenus interactifs
	Faible engagement des citoyens et agents publics, Peu d'intérêt pour les publications du ministère, faible taux de réactions et de partages.	Encourager les citoyens et agents publics à interagir, en posant leurs préoccupations et besoins
	Contenus numériques peu attractifs : Publications essentiellement textuelles, manque d'infographies, vidéos sans sous-titrage.	Diversifier les formats des contenus : infographies, podcasts, vidéos etc. Pour capter les internautes

<i>Défis institutionnels et organisationnels</i>	Résistance au changement des agents publics et le manque des compétences dans la manipulation des outils numériques	Proposer des formations, sensibiliser et accompagner l'adoption des outils numériques en vulgarisation ses avantages
	Lenteur bureaucratique : Procédures administratives complexes retardant l'implémentation des innovations numériques.	Simplifier les procédures administratives grâce au numérique
	Faible coordination entre les départements : Manque d'intégration des outils numériques dans les processus administratifs.	Intégrer la communication numérique dans tous les services administratifs
<i>Défis Sociaux et culturels</i>	Faible culture numérique	Mettre en place des formations pour sensibiliser à l'importance du numérique
	Méfiance envers les services en ligne : Crainte de la désinformation, préférences des démarches administratives en présentiel.	Renforcer la transparence et la fiabilité de la communication en ligne en communiquant activement, à temps réel pour lutter contre la désinformation et les fakenews
<i>Défis techniques</i>	Insuffisance d'infrastructures au sein du MFP	Moderniser les infrastructures pour une administration publique connectée
	Fracture numérique (Un défi de connectivité nationale)	Amélioration de la couverture internet pour favoriser l'accès aux outils numérique au pays

SUGGESTIONS ET RECOMMANDATIONS

Pour surmonter ces défis tels que listés au tableau ci-dessus, le Ministère de la Fonction Publique doit adopter une approche globale intégrant les infrastructures, l'interactivité, la formation et sensibilisation afin de rendre sa communication numérique plus efficace et inclusive en répondant aux attentes des citoyens et des agents publics. Pour en arriver, nous avons formulé les recommandations et suggestions suivantes :

1. Stratégies pour accroître l'engagement et l'interaction du public

- Mettre en place un service permanent pour la gestion des réseaux sociaux avec des réponses rapides aux commentaires et préoccupations des citoyens. Engager des Community Manager, des créateurs de contenu.
- Organiser des sessions de questions-réponses en direct, c'est à dire, des live sur Facebook, YouTube, X pour favoriser l'échange avec les citoyens et susciter l'engagement.
- Mettre en place une messagerie interactive automatique ou chatbot pour répondre aux préoccupations fréquentes des utilisateurs

2. Diversifier et optimiser les contenus dans les plateformes.

- Créer des contenus plus attrayants et engageants, incluant infographies, vidéos sous-titrées, animations et podcasts, ainsi que des directs.
- Mettre les contenus informatifs dans plusieurs langues nationales pour rendre la communication plus inclusive.
- Adapter les contenus pour les personnes en situation de handicap (ex : vidéos avec sous-titrage)

3. Renforcement de la crédibilité, fiabilité et de la transparence de la communication

- Communiquer activement dans les réseaux en publiant régulièrement pour lutter contre la désinformation et les fakenews les car « si tu ne dis pas ce que ton entreprise est, quelqu'un d'autre le fera à ta place)
- Lutter contre la désinformation en instaurant un fact-checking officiel sur les plateformes du Ministère.
- Encourager les retours d'expérience des utilisateurs en lançant des enquêtes de satisfaction et des sondages en ligne.

4. Réduire les barrières à l'accès numérique

- Travailler avec les opérateurs télécoms pour minimiser la consommation des forfaits Internet liés à l'usage pour l'accès au site Web.
- Installer des bornes unternet gratuites (Wifi) dans les administrations pour permettre aux agents d'accéder aux services numériques.

5. Amélioration des Infrastructures Numériques

- Investir dans l'acquisition des infrastructures informatiques modernes pour une administration publique congolaise connectée
- Renforcer la connectivité internet dans les administrations publiques et créer un système d'information pour toutes les administrations.

Conclusion partielle

Ce dernier chapitre est scindé en 3 sections : la première a consisté à l'état des lieux de la communication numérique du Ministère de la Fonction Publique. A l'issue de cette section, nous avons brièvement décrit le contexte général du secteur numérique en République Démocratique du Congo ainsi qu'une description de la manière dont le Ministère de la Fonction Publique tient sa communication sur ses plateformes numériques

La deuxième section a tablé sur les procédés méthodologiques, c'est à dire, elle explicite le chemin méthodologique emprunter pour recueillir les données et produire les résultats. À la troisième et dernière section, nous avons présenté toutes les données recueillies, soumises à l'analyse qui nous a permis d'interpréter les résultats. En dernier lieu de cette section, nous avons élaboré un tableau présentant les défis et enjeux détectés ainsi qu'une liste des suggestions et recommandations.

CONCLUSION GENERALE

« *Communication du Ministère de la Fonction Publique a l'ère du numérique : Enjeux et défis sur l'Administration Publique en République Démocratique du Congo* » tel est notre maillon dans la longue et interminable chaîne de la littérature scientifique en Sciences de l'Information et de la Communication. Cette recherche a tablé sur les pratiques communicationnelles des institutions publiques en République Démocratique du Congo en pleine mutation numérique, spécifiquement, le cas du Ministère de la Fonction Publique.

À l'ère actuelle, les technologies numériques représentent un levier stratégique en communication des organisations publiques pour améliorer l'efficacité des services publics en favorisant l'accessibilité et renforcer l'engagement citoyen. Ce mémoire a analysé les pratiques communicationnelles mises en place dans un contexte de modernisation de l'administration publique pour identifier les défis auxquels cette transition est confrontée.

À notre point de départ, nous avons posé la problématique de la digitalisation de la communication publique en RDC, son impact sur la transparence, l'accessibilité et la participation citoyenne dans l'action publique. Nous avons cherché à comprendre *comment le Ministère s'adapte aux exigences du numérique tout en identifiant les obstacles à cette mutation*. En entreprenant cette recherche, notre questionnement était formulé de la manière suivante :

Quels sont les principaux obstacles qui freinent la communication numérique de la fonction publique en RDC ?

Quelles sont les barrières sociales et organisationnelles qui rendent difficile l'implémentation de la communication numérique du Ministère de la Fonction Publique ?

De quelle manière le Ministère de la Fonction Publique tient-elle sa communication numérique ?

Quelle perception les citoyens et agents publics ont-ils de cette communication ?

Sur base de notre problématique et de l'objectif poursuivi, nous avons, sans attendre les résultats finaux de l'étude, répondu de manière anticipative : les principaux défis de la communication numérique des institutions publiques en RDC, particulièrement le cas du MFP sont : l'accès à internet réduit (problème de connectivité) et la fracture numérique qui se vit au pays ; quelques résistances internes au changement causées par une gestion bureaucratique de

certaines départements, l'absence de formation spécialisée dans les administrations publiques sont des obstacles organisationnels qui ralentissent l'adoption des outils numériques dans la communication publique et institutionnelle du MFP. Les canaux numériques du Ministère sont sous-utilisés et cette communication reste sans une planification stratégique ou des objectifs clairs, ce qui limite son efficacité et sa portée. Quant à sa perception, les citoyens et agents publics la perçoivent comme peu fiable, suite aux problèmes de crédibilité causés par la désinformation dans les réseaux. L'absence des contenus attrayants et la faible interaction avec les autorités publiques diminue l'engagement.

Pour ainsi vérifier nos hypothèses, *nous avons combiné trois méthodes qualitatives* : (1) *la netnographie* nous a permis d'explorer le e-terrain du MFP. En faisant recours à la technique de d'observation directe non participante, nous avons étudié les interactions et les contenus des plateformes numériques du Ministère, en analysant les avis des internautes, les différentes réactions et les stratégies mises en place. (2) La méthode *ethnographique* nous a permis de s'immerger dans les pratiques communicationnelles des organisations publiques au champ physique ou social. Par le biais de la technique d'entretien semi-directif nous avons recueilli des témoignages, perceptions des responsables de la communication du MFP, des agents publics citoyens. Et à fin, (3) la méthode d'*analyse thématique*, qui a confronté et interprété les données issues des observations, entretiens et documents afin de comprendre la complexité de la communication numérique institutionnelle. Aux côtés de cette démarche méthodologique, nous avons reposé notre raisonnement sur *la théorie de la diffusion de l'innovation*, elle décrit le processus de l'acceptation et du rejet d'une innovation.

Hormis l'introduction et la conclusion générale, nous avons divisé ce travail en trois chapitres : le premier chapitre a permis d'établir les bases conceptuelles et théoriques en définissant les notions clés et subsidiaires de la recherche ; le deuxième s'est consacré à la présentation du MFP, son organisation, ses missions et son cadre juridique ; et le troisième chapitre a présenté l'état des lieux de la communication numérique du Ministère ainsi que la présentation des données, l'analyse et interprétation des résultats.

Les résultats de l'étude ont confirmé ipso facto nos hypothèses initiales. Il existe des stratégies numériques, mais elles sont mal appréhendées et peu efficaces. L'absence de

l'interactivité limite l'impact de cette communication publique et institutionnelle dans les canaux numériques. De plus, bien que les plateformes numériques soient accessibles, le faible engagement du public réduit leur utilité. Ces défis sont aggravés par des barrières technologiques, organisationnelles et culturelles.

En somme, bien que la transition vers une communication publique et institutionnelle numérique en RDC soit encore en cours, elle représente une opportunité majeure pour moderniser les services publics et renforcer la relation entre l'administration et les citoyens. Une stratégie qui mettra au centre les besoins et attentes du public suscitera plus d'engagement et d'intérêt ; une approche intégrée combinant modernisation technologique, renforcement des compétences et participation citoyenne, permettra d'optimiser cette transformation et d'en maximiser les bénéfices. Ce travail ouvre également la voie à des recherches futures sur l'impact des stratégies numériques dans l'administration publique congolaise et leur adaptation aux vraies réalités sociales et quotidiennes.

BIBLIOGRAPHIE

1. Ouvrages

- AMYOTTE L., *Méthodes quantitatives ; applications à la recherche en sciences humaines*, Québec, Erpi, 2011.
- AUGE C. et AUGÉ P., *Larousse classique illustré 21^e éd.*, Paris, Abebooks, 1952.
- BALLE F., *Lexique de l'information communication*, Paris, Dalloz, 2006.
- BEAUD S. et WEBER F., *Guide de l'enquête de terrain*, Paris, La Découverte, 2003.
- BRUNO J., *La communication, Louvain-la-Neuve, De Boeck Supérieur*, 2009.
- COOLEY C., *Communication et réseau de communication*, Paris, ISF, 1978.
- DUBASQUE D., *Comprendre et maîtriser les excès de la société numérique*, Paris, Presse de l'HESPE, 2019.
- EKAMBO J-C, *Nouvelle anthropologie de la communication*, Kinshasa, Ifasic éditions. 2006.
- FREYSSINET J., *Méthodes de recherche en sciences sociales*, Paris, Deug, 1997.
- FREYSSINET J., *Méthodes de recherche en sciences sociales*, Paris, Deug, 1997.
- GRAWITZ M., *Méthodes des sciences sociales 4^eme éd.*, Dalloz, Paris, 1979.
- GUIBERT J. et JUMEL G., *Méthodologie des pratiques de terrain en sciences sociales et humaines*, Paris, Armand Colin, 1997.
- IPONDO E., *La recherche en sciences de l'information et de la communication. De l'objet au processus de recherche*, Paris, L'harmattan, 2017.
- LACOMBE B., *Pratique du terrain, méthodologie et technique d'enquête*, Sorbone, Septentrion presses universitaire, 1997.
- LAMIZET B., *Dictionnaire encyclopédique des sciences de l'information et de la communication*, Paris, Ellipse/éd, Marketing, 1997.
- LARAMÉE A. et VALLEE B., *La recherche en communication : élément de méthodologie*, Québec, Presse de l'Université du Québec, 1991.
- LEJEUNE C., *Manuel d'analyse qualitative ; analyser sans compter ni classer 2^e édition*, Bruxelles, De Boeck, 2019, p. 30.

LIBAERT T. et WESTPHALEN M-H., *La communication externe des entreprises*, 3^e édition, Paris, Dunod, 2011.

LOHISSE J., *La communication de la transmission à la relation*, Bruxelles, De Boeck, 2009.

Martial P., *Communication des organisations publiques*, Louvain-la-Neuve 2^e édition, Deboeck, 2017.

MEGARD D., *La communication publique et territoriale*, Paris, Dunod, 2012.

MILES M. et HUBERMAN M., *Analyse des données qualitatives 2e édition*, Bruxelles, De boeck, 2003.

MOLES A., *théories structurelles de la communication et société*, Paris, Ed. Maison, 1998.

MULUMA A., *Guide du chercheur en sciences humaines rédaction et présentation d'un travail scientifique*, Kinshasa, Centre Educatif Congolais, 2012.

PASQUIER M., *Communication des organisations publiques*, Louvain-la-Neuve 2^e édition, Deboeck, 2017.

QUIVY R. et VAN C., *Manuel de recherche en science sociales*, Paris, Dunod, 2011.

2. Thèses

MUKAMBILWA MBUYI Trésor, « Communication de l'État et des banques lors de la bancarisation de la paie des partenaires en RDC », thèse en Sciences de l'Information et de la Communication, spécialité : Communication des Organisations (Prof BOTETEME MUNKE et Prof. TEFÉ TAGNE Robert), Cameroun/Douala : Université de Douala, 2024,

TSHIENDA MUAMBI Richard, « La réforme de la fonction publique : vecteur de bonne gouvernance et du développement », thèse en droit public (Prof. Dr. Alexander De Becker & du Prof. Dr. Frederik Vandendriessche), Belgique/Gent : Université de Gand, 2022, 423 p.

3. Textes législatifs et réglementaires

LOI N° 08/009, du 07 JUILLET 2008, portant dispositions générales applicables aux établissements publics » p.1. Disponible sur <https://www.leganet.cd> › EPubPDF RD Congo - Loi n°08-007

Loi N°08/009 du 07 juillet 2008 portant dispositions générales applicables aux établissements publics dans ses articles 2, 3, 4 et la loi N° 78/002 du 06 janvier 1978 portant dispositions générales applicables aux entreprises publique dans son article 2. Disponible sur

<https://www.leganet.cd/Legislation/Droit%20Public/EPub/loi.08.009.07.07.2008.pdf>

Ordonnance portant création d'un département de la Fonction publique, n°80-125 du 28 août 1980, Disponible sur :

<https://www.leganet.cd/Legislation/Droit%20administratif/SP/O.80.215.28.08.1980.htm>

4. Rapports et documents officiels

RDC, ARPTC. (2024). Observatoire du marché de la téléphonie mobile, rapport du premier trimestre 2024.

RDC/Présidence de la république/Cabinet du Conseiller Spécial en charge du Numérique. (2019). Plan national du numérique horizon 2025, Par Décision n°19/077 du 10 août 2019. Disponible sur www.numerique.cd

5. Dictionnaires

Dictionnaire français en ligne, « défi » dans <https://www.le-dictionnaire.com/definition/d%C3%A9fi>,

Dictionnaire Hachette, « enjeu », Paris, Hachette édition, 2023.

Petit Larousse illustré 2009, « défi », Paris, collectif Larousse, 2008.

SFEZ Lucien, Dictionnaire critique de la communication, Tome 2, Paris, PUF, 1993. Grand dictionnaire terminologique, « transformation numérique », dans :

<https://vitrinelinguistique.oqlf.gouv.qc.ca/fiche-gdt/fiche/26558201/transformation-numerique>

6. Notes de cours

MUPAYA Didier, Nouveaux médias et société Notes de cours], SIC-UPN, 2022-2023.

7. Webographie

AWS Amazone, « Qu'est-ce que la transformation numérique ? », dans :

<https://aws.amazon.com/fr/what-is/digital-transformation/#> (consulté le 19/09/2024 à 15h15')

BENIER Gerar, « établissement et institution. Documentation et bibliothèques », disponible sur <https://doi.org/10.7202/1028451ar> (consulté le 19/12/2024 à 7h20')

BENNACEUR A., « Aperçu sur les fondements théoriques liés à l'explication de l'adoption des nouvelles technologies sur la base du modèle TAM » *Revue Internationale des Sciences de Gestion*, N°4/Volume 2, Juillet 2019, Disponible sur : www.revue-isg.com

BRISSON Geneviève, « Exploration conceptuelle de la notion d'enjeu et de quelques termes apparentés : projet de recherche ATISÉE (analyse territoriale des impacts sociaux au sein de l'évaluation environnementale) », Québec, Université du Québec, 2019, p. 6-7 disponible sur le site EE@uqar.ca. (consulté le 21/11/2024 à 17h5')

E-Learning-IFRISSE, « diffusion de l'innovation », sur https://ifrisse.org/pluginfile.php/33237/mod_folder/content/0/innovation.pdf?forcedownload1 (consulté le 24/11/2024 à 15h32')

HALTON Argile, « Théorie de la diffusion des innovations : définition et exemples », dans : <https://www.investopedia.com/terms/d/diffusion-of-innovations-theory.asp> (consulté le 25/11/2024 à 19h8')

Jessica Fèvres, « Everett M. Rogers, Diffusion of innovations », *Essais [En ligne]*, 1 | 2012, mis en ligne le 31 janvier 2022, sur : <http://journals.openedition.org/essais/11135> (consulté le 24 novembre 2024 à 16h42')

KHOUIAMMI F. et HAMADI C., « Exploration netnographique des caractéristiques des e-influenceurs émergeant sur les réseaux sociaux », *International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics*, vol. 4, Disponible sur <https://doi.org/10.5281/zenodo.8418629>

KOMBO J., « L'administration publique congolaise aux prises avec les TIC : innovations, défis et perspectives. Le cas de la publication des résultats des examens d'État », *Télescope*, vol. 18, n° 1-2, 2012, Disponible sur <https://doi.org/10.7202/1009256ar>

MARTA A. et SAVOIE L., « L'analyse qualitative des données », *Recherches qualitatives*, vol. 28(1), 2009, disponible sur <http://www.recherche-qualitative.qc.ca/Revue.html>

MÉGARD D., « sur les chemins de la communication publique », *les cahiers dynamiques*, N°35, juillet 2005, Disponible sur <https://www.cairn.info>

MGTF (Médecine Générale, Travaux de Fin d'étude), « Recherche qualitative », sur <https://mgtfe.be/guide-de-redaction/6-les-differentes-methodes-dinvestigation/6-2-recherche-qualitative/> (consulté le 02/02/2025 à 05h30')

MILES Bernard, « théorie de la diffusion des innovations : les phases de l'adoption E. Rogers » dans <https://www.soetmanagement.fr/théori-des-innovations-les-phases-de-ladoption-e-rogers/>, (consulté le 21 octobre à 15h21')

PAQUET Pierre, « Expert Mémoire », sur <https://www.expertmemoire.com/guide-entretien/> (consulté le 03/02/2025 à 13h42')

Portail de la Fonction Publique, « les attributs du ministère », dans : <https://fonctionpublique.gouv.cd/> (consulté le 09/12/2024 à 04h23')

Scribd, « L'acte de communiquer », sur <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://fr.scribd.com/> (consulté le 25/10/2024 à 15h23')

Télescope, revue d'analyse comparée en administration publique, « les administrations publiques à l'ère du numérique », vol 18, ENAP, Québec, 2012, p. 31 disponible sur www.erudit.org/revue/telescope (consulté le 26/12/2024 à 14h52')

Tutos'Me, « Quelle est la différence entre le digital et le numérique ? », dans : <https://www.tutos.pro/quelle-est-la-difference-entre-le-digital-et-le-numerique/> (consulté le 06/11/2024 à 10h50')

TABLE DES MATIÈRES

EPIGRAPHE.....	i
IN MEMORIAM.....	ii
DEDICACE.....	iii
REMERCIEMENTS	iv
LISTE DES ABREVIATIONS ET SIGLES	v
LISTE DES FIGURES	vi
LISTE DES TABLEAUX.....	vii
RÉSUMÉ.....	viii
ABSTRACT	ix
0. INTRODUCTION GENERALE.....	1
0.1. Objet de la recherche.....	1
0.2. Problématique.....	2
0.3. Hypothèse de la recherche.....	4
0.4. Revue de la littérature.....	5
0.5. Choix et intérêt du sujet	7
0.6. Annonce du cadre théorique.....	8
0.7. Méthodes et techniques utilisées	8
0.7.1. Méthodes	8
0.7.1.1. Méthode ethnographique.....	8
0.7.1.2. Méthode netnographique.....	9
0.7.1.3. Méthode d'analyse du contenu thématique	9
0.7.2. Techniques de collecte	9
0.7.2.1. Entretien semi-directif.....	10
0.7.2.2. Technique d'observation directe	10
0.7.2.3. Technique documentaire	10
0.8. Délimitation spatio-temporelle.....	10
0.9. Division du travail.....	11
CHAPITRE PREMIER : GENERALITES CONCEPTUELLES ET THEORIQUES.....	12
Section 1 : Approche conceptuelle.....	12
I.1.1. Communication.....	12

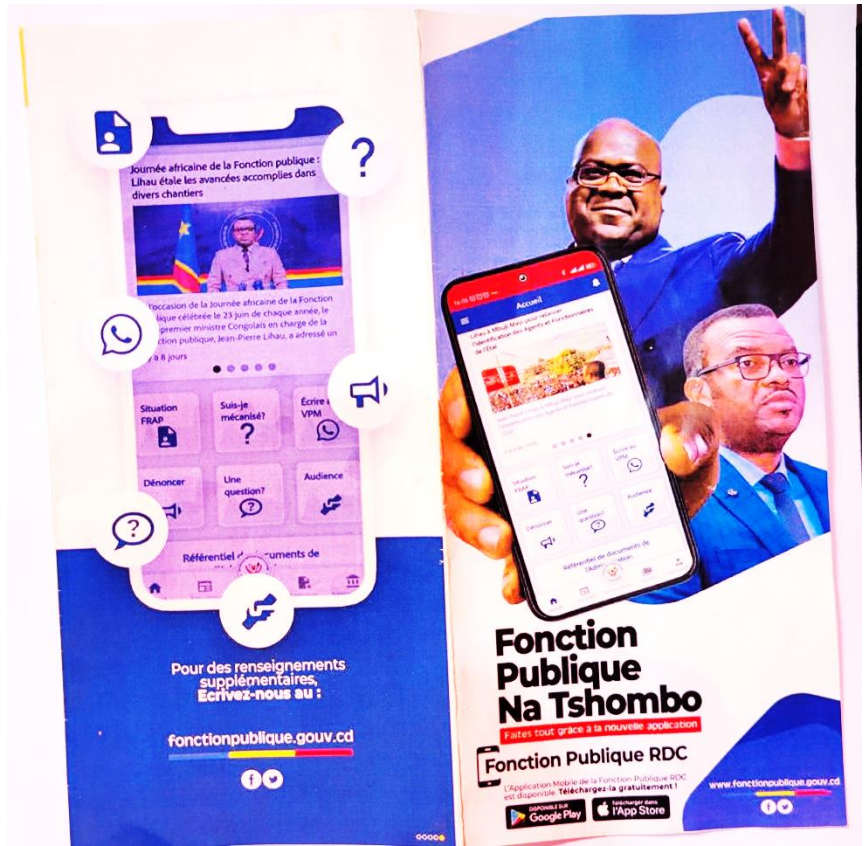
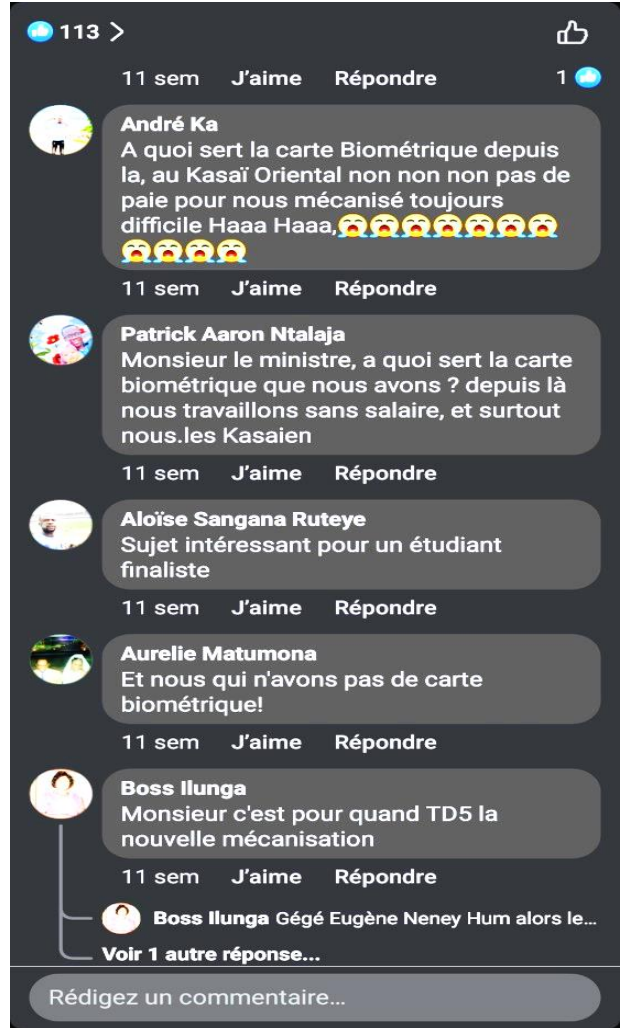
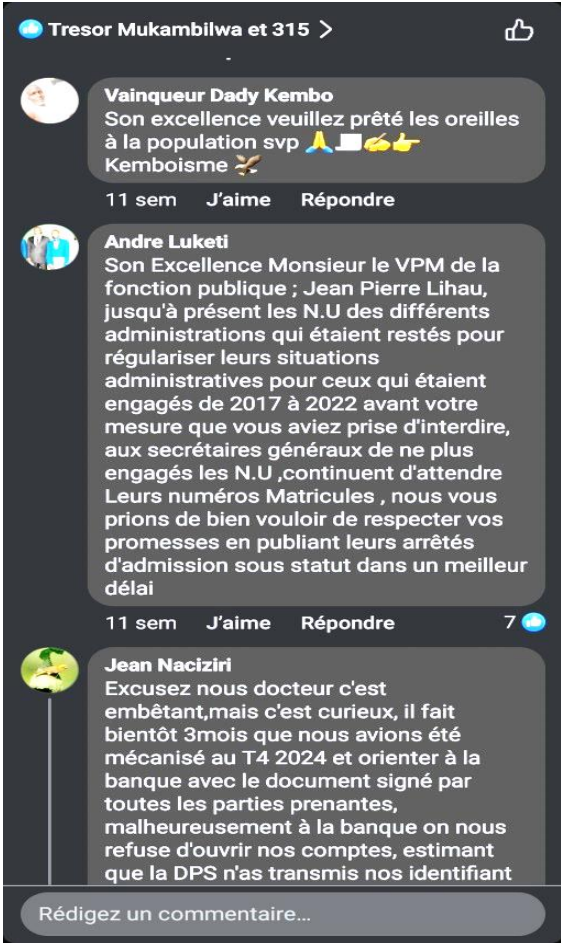
I.1.1.1 Notion et définition	12
I.1.1.2. Objectifs du processus communicationnel.....	13
I.1.1.3. L'acte communicationnel.....	14
I.1.1.4. Enjeux de la communication.....	15
I.1.1.5 Communication institutionnelle.....	16
I.1.2. Généralités sur la communication des organisations publiques	18
I.1.2.1. Notion et définition	18
I.1.2.2. Spécificités et enjeux de la communication publique, un levier au sein des services publics et au centre des ses actions	18
I.1.2.3. Qui sont les émetteurs de la communication publique ?.....	19
I.1.3. Institution publique, établissement public et administration publique	20
I.1.4. Fonctionnaire et agent public.....	21
I.1.5. Numérique.....	22
I.1.5.1 Définition	22
I.1.5.2 Le numérique à la différence de l'analogie, comme mode de traitement, de stockage et de transmission d'informations la plus optimale	23
I. 1.5.3. L'ère du numérique.....	25
I. 1.5.3.1. Notion	25
I. 1.5.3.2. La révolution numérique.....	25
I.1.5.3.3. Facteurs clés de l'ère du numérique	26
I.1.5.4. La transformation numérique des organisations quid ?	27
I.1.6. Enjeux et défis.....	28
I.1.6.1. Enjeux	28
1.1.6.1.1 Notion et définition	28
1.1.6.1.2 Nuance entre enjeu, problème et objectif.....	29
I.1.6.2. Défis	30
I.1.6.3. Contextualité.....	31
Section 2 : APPROCHE THÉORIQUE	31
I.2.1. Notion et Définition de la théorie de la diffusion de l'innovation.....	32
I.2.2. Contexte historique de la théorie	32
I.2.3. Processus de diffusion de l'innovation	33
I.2.4. Les catégories d'adoptants (les principaux acteurs)	35
I.2.5. Les facteurs influençant l'adoption d'une innovation.....	36
I.2.6.Rapprochement de la théorie à l'étude.....	38

CONCLUSION PARTIELLE.....	39
CHAPITRE DEUXIÈME : PRESENTATION DU MINISTÈRE DE LA FONCTION PUBLIQUE, MODERNISATION DE L'ADMINISTRATION ET INNOVATION DE SERVICE PUBLIC (RDC)	40
II.1. Notion générale.....	40
II.2. Bref aperçu historique du ministère de la fonction publique.....	41
II.2.1. Contexte de sa création (administration publique)	41
II.2.2. La fonction publique sous la troisième République à nos jours (Ministère de la fonction Publique)	41
II.3. Localisation	43
II.4. Statut juridique	43
II.5. Mission et attributions	43
II.6. Structure et fonctionnement.....	44
II.6.1. Le cabinet du ministre	45
II.6.2. Le secrétariat général.....	45
II.6.2.I. Le secrétaire général chargé du personnel Actif	46
A. Direction des services généraux et du personnel.....	46
B. Direction de gestion du personnel administratif des ministères	46
C. Direction de formation.....	47
D. Direction de gestion des effectifs de l'Etat et du contrôle des éléments de la paie.....	47
E. Direction du contentieux et des services généraux	48
F. Direction des études, documents et archives	48
G. Direction des services sociaux.....	49
H. Direction du centre de formation et de recherche administrative	49
I. Direction du centre informatique	49
J. Direction de gestion au second degré du personnel de l'enseignement supérieur, universitaire et de la recherche scientifique et technique.....	50
K. Direction d'études et de planification	50
II.6.2.2. Le secrétariat général du personnel passif.....	50
II.6.3 le personnel.....	51
A. Agents publics	51
B. Fonctionnaires	52
Conclusion partielle.....	53
CHAPITRE TROISIÈME :	54

COMMUNICATION NUMÉRIQUE DU MINISTÈRE DE LA FONCTION PUBLIQUE EN RDC ; PRÉSENTATION, ANALYSE ET INTERPRÉTATION DES RÉSULTATS.	54
Section 1. ÉTAT DES LIEUX DE LA COMMUNICATION NUMÉRIQUE DU MFP EN RDC	54
III.1.1. contexte général du secteur numérique	54
III.1.1.1. Initiatives du gouvernement	54
III.1.1.2. Contexte actuel	55
III.1.1.3. Indice de connectivité (statistiques de 2023 et du premier semestre 2024)	55
III.1.1.4. Infrastructures et système d'informations numériques des entités publiques	57
III.1.2 Communication numérique du Ministère de la Fonction Publique.....	57
III.1.2.1. Notion.....	57
III.1.2.2. Les plateformes en ligne (Canaux).....	58
A. Facebook	58
B. Tweeter (actuellement "X").....	60
III.2.2. Collecte de données.....	71
III.2.2.2. Population et échantillon d'étude	72
III.2.3. Techniques utilisées	73
III.2.3.2. Observation directe	73
III.2.3.3. Entretien semi-directif.....	74
A. Guide d'entretien adressé aux responsables/experts de la communication du MFP.....	75
Section 3. PRÉSENTATION DES DONNÉES, ANALYSE ET INTERPRÉTATION DES RÉSULTATS	75
III.3.1. Présentation des données.....	75
III.3.1.1. Données issues de l'observation netnographique.....	75
III.3.1.2. Données issues des entretiens	77
III.3.1.2.1 Entretien avec les responsables/experts de la communication numérique du MFP.....	77
III.3.2. Analyse et interprétation des résultats.....	87
III.3.2.1. Analyse thématique des données.....	87
A. Organisation stratégique de la communication numérique	88
B. Impact et perceptions.....	88
C. Accessibilité, engagement et utilisation des services numériques.....	88
D. Obstacles et défis de l'implémentation	89
E. Amélioration et perspectives d'évolution	89
III.3.2.1. Interprétation des résultats	89

SUGGESTIONS ET RECOMMANDATIONS.....	93
1. Stratégies pour accroître l’engagement et l’interaction du public.....	93
2. Diversifier et optimiser les contenus dans les plateformes.	93
3. Renforcement de la crédibilité, fiabilité et de la transparence de la communication.....	93
4. Réduire les barrières à l’accès numérique.....	94
Conclusion partielle.....	95
CONCLUSION GENERALE.....	96
BIBLIOGRAPHIE	99
TABLE DES MATIRES	104

ANNEXES





UNIVERSITE PEDAGOGIQUE NATIONALE
Faculté des Lettres et Sciences Humaines Département des Sciences de
l'Information et de la Communication

GUIDE D'ENTRETIEN 1

Au terme de notre formation marquant l'achèvement de notre deuxième cycle (Licence) en Communication des Organisations de l'Université Pédagogique Nationale (UPN), nous avons formulé un questionnaire d'enquête pour une recherche intitulée : ***La communication des institutions publiques à l'ère du numérique en République Démocratique du Congo. Regard sur le Ministère de la Fonction Publique.***

La présente grille est formulée et destinée **aux Experts en Communication** du Ministère de la Fonction Publique de la RD Congo pour nous permettre à bien mener notre recherche. Il facilitera la connaissance de la situation pour mettre en place ou évaluer l'action de notre étude.

a) IDENTIFICATION DE L'ENQUETE (E)

- Noms :
- Sexe :
- Etat-Civil :
- Niveau d'études :
- Fonction occupée :
- Ancienneté :

b) QUESTIONS DE RECHERCHE

1) *Le Ministère de la Fonction Publique de la RD Congo possède une cellule/un Département et/ou Direction de la Communication ?*

- Oui
- Non

2) *Existe-t-il une Direction ou département de Communication numérique ?*

- Oui
- Non

- *Si oui, quel est son rôle stratégique de communication numérique ?*

.....

3) *Comment le Ministère de la Fonction Publique structure-t-il ses stratégies de communication numérique ?*

.....

4) *Existe-t-il une politique ou plan spécifique pour la Communication numérique ?*

- Oui
-

- Non

Si Oui, Quels sont les principaux objectifs de cette communication ?

.....

5) *Les stratégies mises en place sont-elles efficaces et répondent aux besoins attendus :*

a) *Du Ministère ?* Oui Non *Si Oui/Non, pourquoi?*

b) *Des Fonctionnaires ?* Oui Non (Idem)

c) *De la population en générale ?* Oui Non (Idem)

.....

6) *Comment les Fonctionnaires réagissent-ils face aux outils numériques proposés par le Ministère de la Fonction Publique ?*

.....

7) *Comment évaluez-vous le niveau d'engagement et d'interaction via les outils numériques ?*

.....

.....

8) *Quels sont les défis techniques (infrastructures, outils) organisationnels et sociaux rencontrez-vous ? Et comment gérer-vous ces obstacles ?*

.....

.....

.....

9) *Quelles solutions ou améliorations envisagez-vous pour renforcer la communication numérique ?*

.....

.....

10) *Selon vous, quels seraient les leviers prioritaires pour surpasser ces défis actuels?*

.....

.....

Nous vous remercions.

Fait à Kinshasa, le/.....2025

Crispin NDOMBASI

Etudiant en L2 SIC/C.O



**VICE-PRIMATURE
MINISTÈRE DE LA FONCTION PUBLIQUE,
MODERNISATION DE L'ADMINISTRATION ET
INNOVATION DU SERVICE PUBLIC**

*Secrétariat Général Chargé des Actifs
Direction des Ressources Humaines
Le Directeur-Chef de Service*

Kinshasa, le 05 FEV 2025

N° DRH/VPM-FP-MA-ISP/SGA/12/123/RM/187 /2025

TRANSMIS copie pour information à :

- Madame le Secrétaire Général à la Fonction Publique chargé des Actifs ;
- Madame le Chef de Division Gestion et Développement des Compétences
C/O Direction des Ressources Humaines du
Secrétariat Général à la Fonction Publique
chargé des Actifs.

(Toutes) à **KINSHASA/GOMBE**

Objet : Recommandation
de Recherche

**A Monsieur le Directeur-Chef de Service
Archives et Nouvelles Technologies de
l'Information et de la Communication
du Secrétariat Général à la Fonction
Publique chargé des Actifs
KINSHASA/GOMBE**

Monsieur le Directeur et Cher Collègue,

J'ai l'honneur de vous recommander Monsieur **NANIZAYA YAYO NDOMBASI**, étudiant de la deuxième année de licence en Sciences de l'Information et de la Communication à l'Université pédagogique nationale (UPN), pour effectuer des recherches au sein de votre Direction, en vue de collecter les données relatives à son travail de fin de cycle qui porte sur « Communication des Institutions publiques à l'ère du numérique : enjeux et défis cas du ministère de la Fonction Publique »

Veillez agréer, **Monsieur le Directeur et Cher Collègue**, l'expression de mes sentiments patriotiques

BAKEKE BEN POSHO Didier





ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET UNIVERSITAIRE
UNIVERSITE PEDAGOGIQUE NATIONALE
FACULTE DES LETTRES ET SCIENCES HUMAINES
KINSHASA/NGALIEMA

DECANAT

ATTESTATION DE DOCUMENTATION ET DE RECHERCHE
N° 055/2025

Le Doyen de la Faculté des Lettres et Sciences Humaines de l'Université Pédagogique Nationale soussigné, atteste par la présente que Monsieur, Madame, Mademoiselle Crispin NANIZAYAYO NDOMBASI porteur de la présente est étudiant régulièrement inscrit en **DEUXIEME ANNEE DE LICENCE EN SCIENCES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION. Option: Communication des Organisations**

L'intéressé effectue des recherches en vue de la présentation de son travail de fin de cycle de Graduat ou mémoire de Licence sur le sujet : **«Communication des Institutions publiques à l'ère du numérique : enjeux et défis cas du ministère de la Fonction publique.»**

Les responsables des services, tant publics que privés, auxquels il (elle) aura à s'adresser à cet effet, sont priés de bien vouloir lui accorder leur concours.

Fait à Kinshasa, le 10 janvier 2025

MINISTERE DE LA FONCTION PUBLIQUE
SECRETARIAT GENERAL
Direction des Ressources Humaines
DHR
ENTREE LE : 15/01/2025
SORTIE LE : 20/01/2025
ENREGISTRE LE : 1984/10



Le Doyen,

Dr. Leonard MPEMBELE NDONGALA
Professeur Ordinaire