



PAROLES DE GUERRE ET DIPLOMATIE SUR LES ONDES : LA COMMUNICATION AU CŒUR DU CONFLIT RWANDO-CONGOLAIS

Djevys TSHITENDA TSHIBANDA

Chercheur en Relations Internationales/Université de Kinshasa

Joel MBATU

Chercheur en Sciences de l'Information et de la Communication /Université de Kinshasa

Abstract

This article examines the Rwandan-Congolese conflict through the lens of foreign policy communication, understood as a strategic instrument of power rather than a mere diplomatic accessory. In an international environment dominated by media and digital platforms, warfare no longer unfolds solely on military fronts but increasingly takes the form of a battle of narratives, images, and perceptions. Drawing on a combined framework of diplomatic discourse semiotics, public diplomacy, and game theory, this study argues that every statement, silence, and visual representation functions as a calculated move within a strategic game of information and influence between the Democratic Republic of Congo (DRC) and Rwanda.

The analysis highlights a significant communicational asymmetry between the two states. Rwanda's centralized, proactive, and internationally oriented communication strategy enables it to impose a favorable narrative, while the DRC remains largely reactive, fragmented, and defensive, struggling to assert its narrative sovereignty. The article further demonstrates how international media and social networks contribute to shaping legitimacy, normalizing violence, and manipulating public emotions within the global information space.

Ultimately, this research contends that communication has become a decisive immaterial battlefield in contemporary international relations. It calls for a strategic rethinking of the DRC's foreign policy communication as a project of narrative and cognitive sovereignty, essential for reshaping diplomatic power dynamics in the Great Lakes region.

Mots-clés : communication politique étrangère, diplomatie publique, conflit rwando-congolais, médias, soft power, guerre de l'information.

Digital Object Identifier (DOI): <https://doi.org/10.5281/zenodo.18711395>

1 Introduction

La vie dans une société n'est qu'une succession d'interactions qui établissent la communication. Il est sans ignorer que de nos jours la communication est indispensable dans tous les domaines de la vie, en politique, en économie, en médecine, en diplomatie et autres. Très particulièrement, la communication en politique étrangère d'une part sert de base de conciliation pour aplanir les divers conflits entre Etats et se diffuse dans l'espace public afin de faciliter l'échange d'opinions, d'autre part, elle constitue un moyen de démonstration de la puissance étatique, et ce, par influence ou par dissuasion. Une communication en politique étrangère n'est pas comme toutes les autres¹. La raison en est simple : l'enjeu essentiel est la recherche de l'approbation d'une position sous forme d'une démonstration du comportement étatique. Le but est de créer les conditions pour installer une idéologie concernant le changement ou le maintien d'une réalité humaine à un moment donné, ou d'une certaine forme de pouvoir.

Il est évident que le cordon ombilical qui rendait les armes la première option à recourir en relations internationales a été brisé par la montée en puissance des autres facteurs notamment la culture, l'économie, la technologie... la guerre qui dans l'ancien temps ne renvoyait qu'aux affrontements directs et aux jeux des tirs n'est plus le cas aujourd'hui d'autant plus que chaque facteur peut faire l'objet des conflits, la raison pour laquelle aujourd'hui nous connaissons des guerres économiques, culturelles, communicationnelles (médiatiques). Les armes devenues en partie obsolètes, aujourd'hui les Etats visent de plus en plus la conquête des esprits. Ainsi donc, les Etats se disposent des stratégies de communication dans l'optique soit de dissuader, persuader, influencer leur monde extérieur voire même d'intoxiquer, désinformer, manipuler, discrétiser les informations provenant d'un pays inamical etc. Les Etats se battent pour coloniser les esprits, c'est ce souci qui parfois est à la base des guerres d'influence et psychologiques.

Il est ici question de fausser la perception de la réalité pour la cible afin de la convaincre du bien-fondé d'une action menée contre elle, modifier le comportement, l'opinion ou les sentiments du public international ou carrément la population d'un autre Etat pour enfin instaurer une idéologie qui va de pair avec l'objectif que l'on poursuit ou dans le but de la ranger à sa cause et de préserver une image positive de soi sur la scène internationale, mener une campagne de diabolisation contre un gouvernement obstacle aux intérêts que l'on poursuit ou dans l'optique de diviser pour mieux régner, injecter des informations dans l'optique de détourner l'attention de tous afin de mener une action qui ne plairait à personne. Il peut arriver des surprises comme prendre une ville sans donner l'assaut, comme l'AFDL a pris Kinshasa sans avoir tiré un seul coup de feu, on peut obtenir la reddition d'un ennemi, installer la peur et le doute, amener les forces armées à trahir. Chercher à se faire victime pour attirer la sympathie de tout le monde jusqu'au point où on ne porte plus des regards sur ses mauvais actes, c'est ainsi que Paul KAGAME a utilisé le génocide pour jouer la victime, il a utilisé la grammaire mondiale, l'exemple juif, le génocide pour s'attirer la sympathie du monde entier, et ses mauvaises actions passent parfois inaperçues.

Ainsi donc, la communication ne se contente plus seulement à être un instrument de persuasion ou de diffusion d'images, mais il devient de plus en plus un véritable outil de puissance, mobilisé pour influencer les perceptions, construire des alliances, anticiper les crises et légitimer l'action diplomatique. Dans un monde désormais interconnecté par le numérique, la circulation des discours politiques, des représentations symboliques et des narratifs médiatiques

¹ SOUCHIER, E., introduction de la revue Communication et Langage, Paris, DUP, 2020, p14

transcende les frontières. L'arène diplomatique n'est plus confinée aux chancelleries : elle s'étend désormais aux réseaux sociaux, aux plateformes médiatiques et à la sphère publique mondiale.

Dans ce contexte, l'Afrique des Grands Lacs constitue un laboratoire singulier des nouvelles formes de communication. La République Démocratique du Congo (RDC) et le Rwanda, deux États liés par une histoire complexe faite de dépendances, de méfiances et d'intérêts sécuritaires divergents, illustrent à quel point la communication peut devenir un champ de bataille parallèle aux affrontements militaires et économiques. Le conflit Rwando-Congolais, enraciné dans les séquelles du génocide de 1994, les dynamiques transfrontalières et les enjeux de ressources naturelles, s'est progressivement doublé d'une guerre narrative : chaque acteur cherchant à imposer sa lecture des faits à la communauté internationale, d'influencer les opinions publiques et de légitimer ses actions à travers un langage diplomatique soigneusement calibré.

Si les dimensions militaires et économiques de ce conflit ont largement été étudiées, la dimension communicationnelle de la rivalité entre Kinshasa et Kigali reste, quant à elle, moins explorée, alors qu'elle joue un rôle fondamental dans la construction des alliances, dans la perception internationale du conflit et dans la définition même des positions nationales.

À l'ère de l'immédiateté médiatique, où chaque déclaration présidentielle, chaque tweet d'un ministre, chaque image de guerre diffusée sur les chaînes internationales, produit un effet diplomatique ou politique, la communication devient une arme stratégique et un champ de bataille immatériel où chaque mot, chaque silence et chaque image sont des actes politiques. Elle structure la politique étrangère des États concernés, influe sur les rapports de force et peut parfois précéder ou remplacer l'action militaire.

Le Rwanda, sous la direction de Paul Kagame, a bâti une communication proactive, centralisée et rationnelle, centrée sur la projection d'une image d'État modèle, stable et résilient. À l'inverse, la RDC, marquée par son immensité territoriale et ses fragilités institutionnelles, peine souvent à harmoniser ses messages et à imposer un narratif cohérent sur la scène internationale, malgré la légitimité historique de ses revendications. Dans cet entrelacs d'intérêts, de rivalités et de calculs, la communication se présente comme un jeu d'interactions stratégiques où chaque acteur ajuste son langage, anticipe les réactions adverses et tente d'optimiser ses gains. C'est précisément à cette intersection entre discours et stratégie que s'inscrit la présente recherche, mobilisant les apports conjoints de la sémiotique du discours diplomatique et de la théorie des jeux.

Joseph Nye a démontré que le soft power repose sur la persuasion et la légitimité, non sur la contrainte. Nicholas Cull et Jan Melissen ont approfondi cette idée en montrant que la diplomatie contemporaine est avant tout communicationnelle : elle vise à construire une relation narrative durable entre l'État et les publics étrangers.

Très peu d'études ont articulé cette approche sémiotique avec les outils analytiques de la théorie des jeux. Cette théorie postule que les acteurs, rationnels mais interdépendants, adoptent des stratégies pour maximiser leurs gains en anticipant les choix adverses. Appliquée à la communication en politique étrangère, elle permet d'interpréter les communications comme des mouvements calculés dans un jeu d'informations incomplètes.

Ainsi, le Rwanda et la RDC sont vus dans ce cadre comme deux joueurs dans un jeu répété : chacun cherche à préserver sa réputation, à influencer les perceptions internationales

et à minimiser ses pertes. Les décisions de communiquer, de se taire, d'accuser ou de coopérer obéissent à des logiques stratégiques comparables à celles d'un dilemme du prisonnier, d'un jeu de la poule mouillée ou d'un équilibre de Nash.

La présente recherche se positionne donc à l'intersection de ces lacunes. Elle vise à modéliser la communication diplomatique comme un jeu d'interdépendance stratégique, où chaque message devient un coup calculé, porteur d'informations, de signaux et de menaces implicites. Ce faisant, elle propose une lecture novatrice du conflit Rwando-Congolais : non plus comme simple affrontement militaire ou diplomatique, mais comme jeu complexe de communication stratégique, dans lequel chaque parole est une manœuvre, chaque silence un signal, et chaque réaction une stratégie.

2. Une guerre d'images et de légitimité

Dans cette guerre, le Rwanda s'est imposé comme un acteur agile, rompu à l'art de la mise en scène internationale. Kigali a su, depuis plus de deux décennies, construire et diffuser une image d'État modèle en Afrique : stable, propre, moderne et sécuritaire. La RDC, à l'inverse, peine à imposer un contre-discours solide, subissant les effets d'une communication fragmentée et souvent réactive. Cette asymétrie informationnelle renforce le déséquilibre de pouvoir entre les deux États et confère à Kigali un avantage stratégique dans la gestion des perceptions.

Comme le soulignait Sun Tzu, « *la suprême habileté consiste à vaincre sans combattre* » (*L'Art de la guerre*, IV^e siècle av. J.-C.). Or, dans le contexte actuel, vaincre sans combattre revient à gagner la guerre des images, celle qui se joue dans les médias internationaux, les chancelleries et les réseaux sociaux.

Les théoriciens classiques de la guerre, de Clausewitz à Sun Tzu, ont toujours insisté sur le rôle de la perception dans l'issue des conflits. Clausewitz évoquait la guerre comme un « *acte de force destiné à contraindre l'adversaire à exécuter notre volonté* » (Clausewitz, *De la guerre*, 1832). Or, dans le contexte contemporain, cette volonté passe d'abord par la maîtrise du champ symbolique : convaincre, séduire, intimider ou humilier par l'image avant même le recours à la violence physique.

Meunier, spécialiste de la diplomatie publique, affirme que « *la bataille pour les cœurs et les esprits* » est désormais au cœur des relations internationales. L'image devient l'instrument par lequel un État cherche à influencer non seulement ses adversaires, mais aussi l'opinion mondiale, les institutions multilatérales et les acteurs transnationaux².

Ainsi, la guerre ne se limite plus à la conquête d'un territoire, mais à la conquête de la légitimité narrative et la colonisation des esprits. L'image sert à produire des effets de réalité, à orienter la perception du juste et de l'injuste, du fort et du faible. Elle agit comme une arme cognitive, un outil de domination.

² MEUNIER, D., Introduction aux théories de la communication : analyse sémio pragmatique de la communication médiatique, 2^e ed, Bruxelles, De boeck, 2001 ;

Les images sont à double tranchant. Elles offrent des possibilités de preuve, de documentation. Mais ces documents peuvent également trimballer l'opinion à une perte, elles servent des instruments de contre-vérité et désinformation.

Nous sommes dans une tendance globale où les réseaux sociaux ont parfois plus besoin d'images que de mots. La manière dont CNN a couvert la guerre du Golfe en 1991 et l'émergence ensuite d'Al-Jazeera a permis d'accéder à différentes sources d'images. Le problème, c'est qu'actuellement, beaucoup d'images circulent sur les réseaux sociaux et qu'il est facile de les pirater. L'intelligence artificielle permet même d'en inventer. Dans le conflit entre la République Démocratique du Congo et le Rwanda, il y a tellement des images montées et déformées au point que même les vraies images deviennent douteuses³.

2.1. La fabrication du récit visuel pendant le conflit Rwando-Congolais

Le Rwanda n'a pas seulement cherché à soigner son image nationale ; il a aussi élaboré une narration de guerre, où chaque visuel diffusé sur les réseaux sociaux fait partie d'une opération psychologique planifiée.

a) L'épisode de Bunagana (juin 2022)

Lorsque le M23, groupe rebelle soutenu par Kigali, a pris la ville frontalière de Bunagana, des images et vidéos ont immédiatement circulé sur X (Twitter) et Facebook, montrant des combattants du M23 accueillis par une population souriante. Ces images, filmées par des caméras professionnelles et montées rapidement, visaient à inverser la perception du rapport de force : il ne s'agissait pas d'une invasion, mais d'une libération locale. Simultanément, les Forces de défense du Rwanda (RDF) diffusaient des vidéos de leurs troupes à la frontière, disciplinées, bien équipées, hiérarchisées, face à des images de soldats congolais désorganisés. Le message était clair : le Rwanda incarne la rationalité militaire, la RDC le désordre émotionnel.

De l'autre côté, alors que les images du M23 triomphant envahissaient les réseaux sociaux, drapeaux brandis, civils saluant les rebelles, messages de libération, aucune image officielle congolaise ne fut produite dans les premières 48 heures. Les FARDC et le gouvernement tardèrent à publier des preuves ou des contre-discours. Cette absence visuelle créa un vide narratif, immédiatement rempli par les récits pro-rwandais.

Lorsque, trois jours plus tard, le ministre Muyaya organisa une conférence de presse, la narration médiatique était déjà figée : le Congo apparaissait comme vaincu et désorganisé, même avant toute évaluation militaire.

Comme le souligne Joseph Nye, dans *Soft Power*, le pouvoir n'est pas seulement la capacité d'imposer sa volonté, mais celle d'imposer sa version de la réalité. La RDC, faute d'anticipation, a perdu le contrôle de sa version du conflit.

³ Tshibanda, D., *communication en politique étrangère : regard sur l'influence du Hamas-Israel sur l'Opinion publique internationale*, Université de Kinshasa 2023, p25

Dans la logique de la théorie des jeux, Kigali a ici joué un coup anticipatif : avant même la riposte diplomatique de Kinshasa, l'image du Rwanda organisé et non agresseur était déjà solidement ancrée dans les médias internationaux.

b) Les preuves visuelles fabriquées

À plusieurs reprises, Kigali a diffusé sur X ou à la télévision nationale des photos d'armes, d'uniformes et de passeports congolais, censés appartenir aux rebelles des FDLR capturés sur le territoire rwandais. En réalité, plusieurs enquêtes journalistiques ont démontré que ces preuves étaient mises en scène. Mais leur objectif n'était pas la vérité, c'était l'impact visuel immédiat. L'idée était donc d'appuyer la thèse du soutien de Kinshasa au FDLR et surtout la présence des forces rwandaises sur le territoire congolais. Selon Nicolas Cull, « dans les guerres de communication, la véracité importe moins que la capacité d'une image à se reproduire ». Le Rwanda l'a compris : en produisant rapidement une image crédible dans la forme, il gagne du temps stratégique et influence l'opinion avant la vérification des faits.

c) La diffusion d'images humiliantes de soldats congolais

Entre 2022 et 2023, plusieurs comptes pro-rwandais ont publié sur Telegram et X des images de militaires congolais capturés, blessés ou morts, parfois dans des postures humiliantes. Ces publications, rapidement viralisées, visaient à déstabiliser psychologiquement les forces congolaises et l'opinion publique. Là encore, Sun Tzu trouve une résonance : *“Il faut briser la résistance de l'ennemi sans combat”*⁴. L'humiliation publique par l'image remplace l'affrontement direct.

d) La guerre du cadrage : du terrain local à la scène internationale

Lorsque les massacres de civils à Kishishe (décembre 2022) ont été révélés, Kigali a immédiatement diffusé des images d'enfants réfugiés au Rwanda, prétendant qu'ils fuyaient les attaques des FDLR soutenues par Kinshasa. Ce renversement visuel, transformer la victime en bourreau constitue un procédé classique de la guerre psychologique.

Ce type de manipulation rappelle les images sélectives diffusées par Israël durant les affrontements avec le Hamas : montrer uniquement les roquettes du Hamas pour occulter les bombardements sur Gaza. Dans les deux cas, l'émotion visuelle devient un bouclier moral.

2.2. Les conférences de presse et la diplomatie de l'image officielle

Le gouvernement congolais a pourtant multiplié les efforts pour institutionnaliser sa parole. Les conférences de presse hebdomadaires du ministre Muyaya, souvent en compagnie du porte-parole des FARDC, visent à contrer les narratifs pro-rwandais et à afficher une image d'État coordonné. Lors de ces interventions, on observe une tentative de professionnalisation

⁴ Huang & Rosenberg, *l'art de la guerre pour les femmes*, Trédaniel, Paris, 2019, p12

visuelle : fonds bleus neutres, bannières tricolores, graphisme unifié. L'État cherche à se réapproprier les codes visuels de la crédibilité.

Mais sur le fond, la communication reste défensive. Par exemple, lorsqu'en mars 2023, des images diffusées par des comptes rwandais prétendaient montrer des FARDC combattant aux côtés des FDLR, Kinshasa réagit par un démenti tardif, sans fournir de contre-images. Le Rwanda avait déjà imposé son cadrage moral : la RDC collabore avec des génocidaires.

Ce décalage temporel illustre ce que Benoît Bréville appelle la tyrannie de la première image : celle qui paraît en premier détermine la croyance collective, même si elle est fausse. Dans la guerre des récits, la vitesse équivaut à la puissance⁵.

2.3. Les discours du président Tshisekedi et la bataille diplomatique de l'image

À un niveau plus global, la RDC a cherché à renverser la perception internationale par le biais des interventions présidentielles. Les discours du président Félix Tshisekedi à l'ONU (2022, 2023) constituent des moments clés : il y dénonce la responsabilité directe du Rwanda dans l'agression, utilisant un ton ferme, des termes forts (acte de guerre, État agresseur). Ces interventions ont souvent été accompagnées d'images de manifestations patriotiques à Kinshasa, d'affiches Non à l'agression rwandaise et de clips vidéo produits par la RTNC.

Cependant, si ces séquences renforcent la cohésion nationale, elles peinent à produire un effet durable sur la scène internationale. Les médias occidentaux, alimentés par les canaux rwandais anglophones et par la diplomatie proactive de Kigali, continuent de reprendre le narratif du petit Rwanda rationnel face au grand Congo désordonné.

En termes de théorie des jeux, on observe ici un jeu à somme non nulle, où le gain de l'un (crédibilité, soutien diplomatique, sympathie médiatique) se construit sur la perte de l'autre. Kigali capitalise sur l'inertie visuelle congolaise pour étendre son influence, tandis que Kinshasa dépense une énergie considérable à rattraper une opinion mondiale déjà façonnée.

2.4. La symbolique de la douleur : le recours à l'émotion comme riposte

Face à l'impossibilité de rivaliser sur le terrain de la maîtrise technique des images, la RDC a opté pour une stratégie émotionnelle. Les images de femmes violées, d'enfants déplacés, de villages brûlés, bien que douloureuses, servent de contre-armes visuelles pour attirer la compassion et dénoncer la brutalité du M23.

En 2023, la RTNC et plusieurs journalistes indépendants ont produit des reportages sur les camps de déplacés à Kanyaruchinya et Rutshuru. Ces images ont suscité une vague d'indignation sur les réseaux sociaux congolais et africains, relançant le débat sur la passivité de la communauté internationale. Toutefois, cette approche émotionnelle, efficace sur le plan

⁵ BBC News Africa. "Rwanda's Kagame Defends Security Role in Eastern Congo." *BBC Africa*, March 2023. <https://www.bbc.com/africa>.

interne, reste limitée sur le plan diplomatique : elle confirme la position victimaire du Congo sans renforcer son image d'État organisé.

Comme le souligne Pierre Conesa dans *La fabrication de l'ennemi*, l'image de la victime mobilise la pitié, mais rarement le respect. Dans la théorie des jeux, on parlerait d'un équilibre sous-optimal : Kinshasa obtient un gain moral local, mais perd du capital symbolique global⁶.

3. LES RÉSEAUX SOCIAUX ET LE CONFLIT RWANDO-CONGOLAIS

Si, autrefois, les guerres d'influence se jouaient dans les salles de presse et les ambassades, les nouvelles se jouent sur les réseaux, le conflit Rwando-Congolais a migré vers les arènes numériques, transformant Twitter (aujourd'hui X), Facebook, YouTube et TikTok en véritables champs de bataille. Dans cet espace, les États ne s'affrontent plus seulement par les armes, mais aussi par les algorithmes, les hashtags et les vidéos virales. La guerre de communication devient alors une guerre cognitive, où la perception publique mondiale détermine la légitimité politique et diplomatique de chaque camp.

3.1. Twitter/X : la diplomatie instantanée et les guerres de hashtags

Depuis 2022, les plateformes sociales ont servi de théâtre de confrontation diplomatique directe entre Kigali et Kinshasa. Les diplomates rwandais, menés par Yolande Makolo (porte-parole du gouvernement rwandais), utilisent Twitter comme outil de diplomatie agressive. Chaque fois que Kinshasa publie une dénonciation ou une déclaration officielle, des comptes rwandais répliquent en quelques heures avec des preuves visuelles, vidéos et récits inversés.

Exemple concret :

En novembre 2022, le ministère congolais de la Communication publie une image montrant des chars rwandais repérés sur le sol congolais. Quelques minutes plus tard, Yolande Makolo publie un tweet avec les mêmes images, affirmant qu'il s'agit de vieux clichés pris au Mozambique, accusant Kinshasa de désinformation. Le tweet rwandais, bien rédigé et en anglais, sera repris par Reuters, BBC Africa et Al Jazeera, tandis que la version congolaise restera cantonnée à la presse nationale. Dans ce jeu de miroir, le Rwanda maîtrise mieux la temporalité et le langage médiatique global.

En réaction, Kinshasa lance en 2023 la campagne #RDCUnderAttack, soutenue par les comptes officiels du gouvernement, des journalistes, et de la diaspora. Ce hashtag devient un outil de mobilisation patriotique, atteignant plus de 300 000 mentions entre mars et juillet 2023. Cependant, les analyses de *Africa Data Hub* montrent que 40 % des interactions provenaient de comptes congolais, limitant sa portée internationale.

⁶ Pierre Conesa. *Digital Diplomacy and International Change Management*. *The Hague Journal of Diplomacy* 10, no. 1 (2015): 1–6.

La plateforme TikTok est devenue le nouvel instrument d'influence, notamment auprès des jeunes. Des vidéos mettant en scène des danses de soldats M23, des discours de Paul Kagame sur fond de musique entraînante, ou des parodies ridiculisant Kinshasa circulent massivement. Elles ne visent pas à informer, mais à banaliser la propagande par le rire, la musique ou la dérision.

Certains extraits de discours de Kagame, sous-titrés en anglais ou en kinyarwanda, sont visionnés plus de 2 millions de fois, donnant au président rwandais une image de leader cool et visionnaire. À l'inverse, les contenus congolais souffrent d'un manque de maîtrise technique et d'une approche souvent trop moralisatrice ou violente. Par exemple, les vidéos de dénonciation de l'agression rwandaise, montrant des corps mutilés ou des scènes de guerre, sont fréquemment signalées et supprimées, limitant la portée du message.

TikTok illustre donc la transformation du champ de bataille cognitif : l'information devient divertissement, et celui qui sait mieux divertir domine la narration émotionnelle.

Cette bataille de l'émotion est un élément central de la guerre de l'information, dans la mesure où il y a en réalité deux fronts. Il y a le front tragique militaire avec des victimes militaires et civiles. Et puis, il y a le front mondial de l'information globalisée, qui est caractérisée par une forte volatilité en raison de l'influence de l'émotion sur la viralité des contenus. Les réseaux sociaux, c'est un espace de prédilection pour tous les propagandistes des conflits. On veut tenter de cadrer l'événement en sa faveur, de rallier l'opinion publique à sa cause⁷. Parfois des statistiques des morts pendant la guerre sont douteuses, le nombre des morts subit des exagérations de deux côtés, difficile de comprendre comment la RDC qui tire une roquette dans un espace occupé par le M23 et communique de par lui-même le nombre des victimes, comment elle a su que sa roquette a causé un tel nombre de victime ?

La désinformation est faite avec l'objectif de tromper le récepteur, tandis que la mésinformation fait circuler de fausses informations auxquelles croit l'émetteur. « Les deux cas se retrouvent dans cette guerre. Les informations fausses proviennent des deux camps, mais aussi d'autres acteurs difficiles à identifier, provenant de comptes anonymes⁸.

Une analyse de la compagnie américaine Alethea, qui se spécialise dans le dépistage de la désinformation sur les réseaux sociaux, a d'ailleurs détecté un réseau d'au moins 300 comptes sur X ayant répandu du contenu trompeur et quasi identique sur la plateforme, même si ces comptes ne semblaient pas liés entre eux avant l'offensive⁹.

Selon l'analyse, ces comptes fournissaient du contenu pro-rwandais, et suggèrent que l'intention derrière l'offensive numérique était plutôt d'attiser la colère, ou simplement de « capitaliser sur l'intérêt actuel porté sur le sujet ».

⁷ GASTINEAU et VASSET, P., Armes de déstabilisation massive. Enquête sur le business des fuites de données, Paris, Fayard, 2017, p214

⁸ Jean LIYONGO, sociologue et professeur de communication à l'Université de Kinshasa, interviewé le 11 Octobre 2025

⁹ Alex Mahadevan, spécialiste de la désinformation et communication interviewé sur France 24 de l'émission intox/info

« Sur X en particulier, Elon Musk a fait en sorte que les utilisateurs vérifiés puissent monétiser leur contenu et faire de l'argent, explique. Ils tirent avantage de la situation en partageant des images violentes qui sont révélées être fausses »¹⁰.

L'idée dans cette bataille d'émotion est d'attiser la colère, la révolte dans le chef des congolais contre le gouvernement en place. Et ça marche parfois.

Les chercheurs du *Digital Africa Observatory* (2024) ont mis en évidence l'existence de réseaux de désinformation automatisés dans la région des Grands Lacs. Des "bot farms" rwandaises seraient actives depuis 2019, capables de générer des milliers de tweets coordonnés en quelques minutes, soutenant les positions officielles de Kigali. Ces comptes automatisés, souvent anglophones, amplifient artificiellement la visibilité du discours rwandais dans les tendances mondiales.

3.2. La guerre des récits : l'art d'injecter l'information pour manipuler la perception publique

La guerre des récits se joue dans l'espace médiatique, où la vérité se construit non plus selon la véracité des événements, mais selon leur force de diffusion et leur capacité à façonner les perceptions collectives.

L'une des stratégies les plus redoutables dans cette guerre cognitive est ce qu'on pourrait appeler *l'injection d'informations ou le bourrage d'informations*, la diffusion ciblée et simultanée d'informations, d'images ou de distractions culturelles afin d'orienter l'attention publique, détourner les débats ou contrôler les émotions collectives. Cette logique s'inscrit dans la logique de la théorie de la seringue hypodermique, selon laquelle le message médiatique, injecté directement dans la conscience des masses, agit comme un stimulus comportemental, influençant sans résistance critique la perception et l'opinion¹¹.

L'objectif n'est pas de dire aux gens ce qu'ils doivent penser, mais ce sur quoi ils doivent concentrer leur attention. Ainsi, contrôler le moment, le ton et la hiérarchie de l'information revient à contrôler la perception de la réalité elle-même.

L'injection d'information, au sens stratégique, consiste à diffuser un contenu particulier souvent léger, culturel, émotionnel ou spectaculaire au moment précis où une crise ou une controverse menace la stabilité de la communication officielle. Dans cette logique, l'information ne sert plus la transparence, mais le contrôle. L'objectif dans ce contexte est de détourner l'attention populaire sur un fait.

Cette technique, héritée des guerres de propagande du XXe siècle, trouve aujourd'hui son prolongement dans le numérique. À l'époque de la radio d'État, la voix officielle suffisait à orienter les masses. Aujourd'hui, l'État et ses alliés s'appuient sur des armées

¹⁰ idem

¹¹ Lazarsfeld, P. F., & Katz, E. (1955). *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. New York: Free Press.

numériques, des influenceurs, des artistes et des plateformes sociales pour injecter une émotion qui détourne du rationnel¹².

Un exemple concret, souvent cité dans les cercles médiatiques congolais, illustre ce phénomène : en 2023, alors qu'un bombardement meurtrier frappait le territoire de Rutshuru, faisant des dizaines de morts, l'actualité congolaise fut immédiatement dominée sur les réseaux sociaux par une histoire venue de nulle part avec une influenceuse nommée *Maniké*, qui alimenta l'internet sur des révélations sur Fally IPUPA, Koffi OLOMIDE et Cindy le Cœur, une affaire devenue virale en quelques heures. L'attention publique, surtout urbaine et connectée, se déplaça subitement vers le divertissement. Sur TikTok, les vidéos réactives dépassèrent en une journée les publications sur le drame qui venait de se produire à l'Est. Ce n'était pas un hasard : l'injection d'un contenu culturel, neutre en apparence, participait d'une stratégie de saturation émotionnelle, où les polémiques remplacent la douleur, et où la mémoire collective est neutralisée par l'immédiateté du plaisir.

Dans plusieurs moments récents du conflit Rwando-Congolais, on note des coïncidences troublantes entre les pics de violence à l'Est et la montée d'autres sujets dans l'espace public.

Par exemple :

- En janvier 2023, au moment où des bombardements touchaient la région de Rutshuru, les réseaux sociaux congolais étaient saturés de débats autour d'un scandale musical opposant deux artistes de Kinshasa.
- En juin 2023, alors que des civils étaient tués à Goma, la majorité des tendances Twitter en RDC portaient sur le débat Fally-Férré ;
- De même, lors des manifestations contre la MONUSCO à Beni en août 2022, certains médias ont privilégié des émissions "spectaculaires" sur la vie des célébrités, reléguant les drames humains à des segments mineurs de journaux télévisés.

Ce phénomène n'est pas propre au Congo. Il s'inscrit dans une logique globale de détournement de l'attention publique.

Sur Twitter, Facebook ou TikTok, la viralité n'obéit pas à la vérité, mais à l'émotion. Un message qui choque, qui fait rire ou qui scandalise aura toujours plus d'impact qu'une information rigoureuse. Les communicants politiques l'ont bien compris : il est souvent plus efficace de faire circuler une rumeur que de publier un communiqué officiel.

Pendant les massacres, les débats numériques sont orientés vers d'autres sujets : querelles de musiciens, polémiques sur les pasteurs, ou scandales politiques mineurs. Ce phénomène traduit une domestication algorithmique de l'opinion, où la hiérarchie du réel est dictée par les tendances du moment.

¹² Baudrillard, J. *La guerre du Golfe n'a pas eu lieu*. Paris : Galilée, 1991, p148

Les médias ne sont pas de simples témoins neutres, mais des instruments de fabrication du consensus¹³. Dans le cas du Congo, cette fabrique du consentement se manifeste par une naturalisation du chaos : les massacres deviennent habituels, les morts deviennent statistiques.

Ainsi, quand un drame survient, 40 morts à Goma, 80 à Beni, l'émotion publique s'épuise rapidement, aussitôt remplacée par une polémique musicale ou religieuse. C'est le triomphe de la stratégie de diversion, où la compassion se dissout dans le flux médiatique.

3.3. Les medias et le conflit rwando-congolais

Nous avons longtemps cru qu'une chose est vraie parce qu'elle est écrite dans le journal, la crainte d'une prochaine guerre et le désordre des esprits sont, pour une grande part, attribuables à la confusion qui règne en ce moment dans le domaine de la communication. Combien de nos idées sur le monde et sur les hommes ne dépendent-elles pas de la presse ? Or avons-nous jamais songé à faire une critique sérieuse de cette source de connaissance qui nous fournit la matière de presque tous nos jugements ? Nous ne croyons guère au désintéressement des journaux et des grandes agences, et nous admettons pourtant comme authentiques la plupart des informations que nous recevons, puisque nous les introduisons dans nos raisonnements¹⁴.

Le but dans cette guerre d'information est d'acquérir la supériorité informationnelle, préserver une bonne image sur la scène internationale et surtout avoir l'opinion publique internationale à ses côtés tout en rejetant le tort à l'adversaire. Dans la guerre d'information, l'Etat justifie toutes ses actions, bonnes ou mauvaises, le principe est qu'on a toujours raison et l'autre a tort.

3.3.1. Les médias et la guerre des mots dans le conflit RDC-Rwanda

Le conflit Rwando-Congolais s'est déplacé du terrain militaire vers le champ médiatique. Les armes n'ont pas disparu, mais leur efficacité dépend désormais du récit qui les accompagne. La guerre se joue autant dans les collines du Kivu que dans les salles de presse de Kigali, Kinshasa, Paris, New York ou de Bruxelles.

Les conflits armés s'accompagnent de guerre des mots. Les différents termes employés par les parties d'un conflit pour qualifier leurs adversaires constituent de puissants dispositifs discursifs qui permettent de gagner les cœurs et les esprits de l'opinion publique. L'espace médiatique et les différentes arènes politiques tant au niveau national qu'international se disputent les termes du débat : faut-il parler du M23 comme une organisation terroriste et soutenue par les forces rwandaises ou des simples rebelles congolais frustrés par le régime en place ? le conflit armé à l'Est de la RDC a longtemps été qualifié d'un problème inter-congolais par les médias internationaux, cette banalisation des faits, était-ce par manque d'information ou juste une volonté de s'échapper de la vérité ?

¹³ Charaudeau, P. *Les médias et l'information : l'impossible transparence du discours*. Paris: De Boeck, 2005, p111

¹⁴ Florence Aubenas et Miguel Benasayag, *La fabrication de l'information : les journalistes et l'idéologie de la communication*, La Découverte, paris, 1990, p7

Le fait est que l'acte de qualifier le conflit d'inter congolais, des groupes ou des individus n'a rien de neutre : il s'agit en réalité d'un processus politique qui illustre les relations de pouvoir qui s'exercent entre les parties opposées du conflit.

« rebelles » ou « armée rwandaise », les termes utilisés par les médias, les agences de presse semblent complexes. Faut-il parler de « l'agression rwandaise » ou se limiter aux « groupes armés congolais » ? Les membres de cette organisation militent-ils en faveur de la « libération » ou pour la destruction de la RDC ?

Il y a donc une grande bataille qui se joue au niveau médiatique entre les deux camps en conflit. Les médias pro-occidentaux ont longtemps omis de préciser le rôle du Rwanda dans ce conflit. On peut également parler de wazalendo, qualifié d'une « milice ». Ce qualificatif unilatéral et biaisé qu'utilisent les médias occidentaux ne constituent qu'une façon de peindre cette force de défense par une couleur noire devant l'opinion publique dans le but de rendre légitime les actions offensives rwandaises.

Les médias internationaux jouent ici un rôle d'arbitre partiel : la presse anglophone, plus proche des narratifs rwandais, tend souvent à valoriser l'efficacité et la discipline de Kigali ; la presse francophone, plus favorable à la RDC, insiste davantage sur la souveraineté et les souffrances congolaises. Sauf que la presse francophone n'expose pas les faits comme il le fallait.

La présentation des gros titres des journaux par les médias internationaux a déjà une ligne d'orientation de réflexion donnée pour l'opinion publique. Quand par exemple France 24 parle d'une attaque du M23 soutenu par le Rwanda qui fait 500 morts, il s'agit déjà d'une prise de partie, d'où, le récepteur pourra débiter son raisonnement avec une affirmation préalable selon laquelle le Rwanda a fait tuer 500 personnes et c'est lui le méchant de l'histoire. Voilà comment le média oriente la pensée de l'opinion publique.

L'asymétrie de puissance se reflète également dans le discours, où les assignations portent des conséquences concrètes et souvent dramatiques pour les parties faibles. Le résultat est un paysage communicationnel polarisé où le soft power se confond avec le bataillon des récits.

Conclusion

Au terme de cette recherche, il apparaît clairement que la communication en politique étrangère n'est plus un simple instrument d'accompagnement diplomatique : elle est devenue une composante essentielle du pouvoir d'État et de la souveraineté contemporaine. Dans un monde où la visibilité conditionne la légitimité, où le récit façonne la perception, et où la perception détermine la décision, communiquer, c'est gouverner.

Cette recherche a démontré, à travers une approche à la fois théorique, analytique et prospective, que la communication diplomatique ne relève ni de la rhétorique ni du hasard. De manière plus globale, elle défend une idée centrale : la souveraineté du XXI^e siècle est d'abord narrative. Dans un monde saturé d'images et de récits, être souverain, c'est pouvoir nommer sa propre réalité, définir sa propre histoire, projeter ses propres valeurs. Le Congo doit redevenir maître de sa parole, producteur de sens et constructeur d'imaginaires. Tant que son

image sera racontée par d'autres, il demeurera dépendant de la perception d'autrui or la dépendance narrative est une forme subtile de domination.

Repenser la communication en politique étrangère de la RDC, c'est donc bien plus qu'une réforme technique : c'est un projet de souveraineté narrative et cognitive. C'est aussi reconnaître que la diplomatie moderne n'est plus seulement une affaire de chancelleries, mais de médias, de réseaux et d'opinion publique internationale. Un pays qui ne communique pas stratégiquement devient un territoire d'interprétation pour les autres ; un pays qui parle avec cohérence devient un acteur d'influence.

En définitive, communiquer pour exister, tel pourrait être le mot d'ordre d'une nouvelle diplomatie congolaise. Une diplomatie qui ne se contente plus de réagir aux discours des autres, mais qui propose un récit du monde à hauteur d'Afrique. Une diplomatie qui remplace le silence par la stratégie, la dispersion par la cohérence, la réaction par la vision. C'est dans cette perspective qu'il faut désormais non pas seulement améliorer mais repenser profondément la communication en politique étrangère de la République démocratique du Congo : comme un instrument de puissance, comme une arme de dignité, et comme le fondement d'une souveraineté narrative retrouvée.

REFERENCES

1. Baudrillard, J. *La guerre du Golfe n'a pas eu lieu*. Paris : Galilée, 1991, p148
2. Charaudeau, P. *Les médias et l'information : l'impossible transparence du discours*. Paris: De Boeck, 2005 ;
3. Florence Aubenas et Miguel Benasayag, *La fabrication de l'information : les journalistes et l'idéologie de la communication*, La Découverte, paris, 1990 ;
4. GASTINEAU et VASSET, P., *Armes de déstabilisation massive. Enquête sur le business des fuites de données*, Paris, Fayard, 2017 ;
5. Huang & Rosenberg, *l'art de la guerre pour les femmes*, Trédaniel, Paris, 2019, p12
6. Lazarsfeld, P. F., & Katz, E. (1955). *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. New York: Free Press ;
7. MEUNIER, D., *Introduction aux théories de la communication : analyse sémio pragmatique de la communication médiatique*, 2 ed, Bruxelles, De boeck, 2001 ;
8. **Pierre Conesa**. *Digital Diplomacy and International Change Management*. *The Hague Journal of Diplomacy* 10, no. 1 (2015);
9. SOUCHIER, E., *introduction de la revue Communication et Langage*, Paris, DUP, 2020 ;
10. Tshibanda, D., *communication en politique étrangère : regard sur l'influence du Hamas-Israel sur l'Opinion publique internationale*, Université de kinshasa 2023.