



CAMPAGNE ETRE CITOYEN EN LIGNE





CAMPAGNE ETRE CITOYEN EN LIGNE



1. CONTEXTE ET JUSTIFICATION

2. OBJECTIFS ET RESULTATS ATTENDUS

3. CIBLES ET PARTIE PRENANTES

4. OUTILS ET DE LA CAMPAGNE

5. PROPOSITION GRAPHIQUE



1. CONTEXTE ET JUSTIFICATION

Le **Conseil Supérieur de la Liberté de Communication** est une **Institution constitutionnelle** dont la mission fondamentale est de veiller au bon exercice de la liberté de l'information et de la communication. Son champ d'action recouvre l'ensemble des domaines et des métiers de l'information et de la communication.

De ce fait, il « **veille à la non-diffusion des informations qui ne concourent pas à la consolidation de la paix et de l'unité nationale** ». Il a le pouvoir d'« **empêcher et réprimer la manipulation, par quiconque, de l'opinion publique à travers les médias** ».

1. CONTEXTE ET JUSTIFICATION



Aujourd'hui, avec **les réseaux sociaux**, des informations de diverse nature sont diffusées en temps réel, à l'échelle planétaire.

Ces plateformes se sont imposés comme d'importants **moyens de communication et d'expression plurielles, synonymes de liberté d'expression** par excellence, Toutefois on assiste a des usages et pratiques numériques déviantes au point de menacer l'équilibre social. Il s'agit notamment : **d'atteinte à la personnalité, de calomnie, de diffamation des personnalités publiques et de simples citoyens, d'incitation à la haine tribale, à la xénophobie, de manipulation, de chantage, etc.**



1. CONTEXTE ET JUSTIFICATION

La croissance exponentielle des délits et des atteintes sur les réseaux sociaux est telle que les autorités en ont fait une priorité.

Déjà, dans son discours lors de la cérémonie d'échange de vœux avec les forces vives de la Nation, le 6 janvier 2018, à Brazzaville, Président de la République avait déploré, dans son message, la mauvaise utilisation des réseaux sociaux, en disant:

« L'expression pluraliste n'est ni synonyme d'anarchie et de désordre, ni une prime au non-respect des lois et règlements en vigueur. Bien au contraire, elle est l'alliée attentive des prérogatives régaliennes de l'Etat. Les deux armes dont dispose la démocratie dans ses râteliers, c'est le dialogue et la tolérance ».



1. CONTEXTE ET JUSTIFICATION

Face à la persistance du phénomène de déviance morale dans les réseaux sociaux, le Président de la République revenait à la charge, avec vigueur et détermination, dans son message sur l'état de la Nation, le 28 novembre 2023, devant le Parlement réuni en congrès, en appelant ses compatriotes à s'organiser, pour mieux résister aux assauts récurrents de la désinformation : **« Les tentatives de déstabilisation de notre pays par le biais des réseaux sociaux doivent nous inciter à mieux nous organiser pour une riposte efficace aux assauts récurrents de la désinformation... ».**

Comme Institution et suivant ses missions, le Conseil Supérieur de la Liberté de Communication ne peut que se sentir concernée par l'interpellation du Président de la République sur les dérives constatées sur les réseaux sociaux.



Forum international
CNC - RIARC

RÉGULATION DES RÉSEAUX SOCIAUX

Sous le Très haut patronage du Président de la République, Son Excellence Paul BIYA, le Conseil national de la communication du Cameroun (CNC) et le Réseau des instances africaines de régulation de la communication (RIARC) se réunissent à Yaoundé au Cameroun sous le thème : « La problématique de la régulation des Réseaux sociaux : les modalités d'une collaboration entre les régulateurs africains des médias et les plateformes numériques ».

Site web du CNC : www.cnc.gov.cm

TEL. (+237) 222 210 309

/CNCCAMEROUN

@CONSEILNATCOM

Suivre en live

Du 08 au 09 novembre 2023
08.30 - 15.00 HÔTEL HILTON DE YAOUNDE

CNC NCC
Conseil National de la Communication
National Communications Commission

ICT Media
STRATEGIES

[HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/CNCCAMEROUN](https://www.facebook.com/CNCCAMEROUN)

1. CONTEXTE ET JUSTIFICATION

Lors du Forum international sur la régulation des réseaux sociaux, qui s'est tenu du 8 au 9 novembre 2023, à Yaoundé (Cameroun), sous le thème, « ***La problématique de la régulation des réseaux sociaux: les modalités d'une collaboration entre les régulateurs africains des médias et les plateformes numériques*** », les Présidents des Institutions nationales de régulation de la communication en Afrique ont pris l'engagement de « ***promouvoir les bonnes pratiques dans le domaine de la régulation des contenus des réseaux sociaux, dans le respect des règles nationales et internationales, en érigeant en valeurs cardinales, la liberté d'expression, la promotion des droits de l'Homme et la protection de la dignité humaine*** ».





14:51



Suivis Pour toi



Bernard KOLELA riposte
contre les niboleks qui
pillaient les enfants laris



440



57



79



196

www.infos.com_21

Bernard KOLELA riposte contre les
niboleks qui pillaient les enfants laris... **Afficher plus**



Accueil



Amis

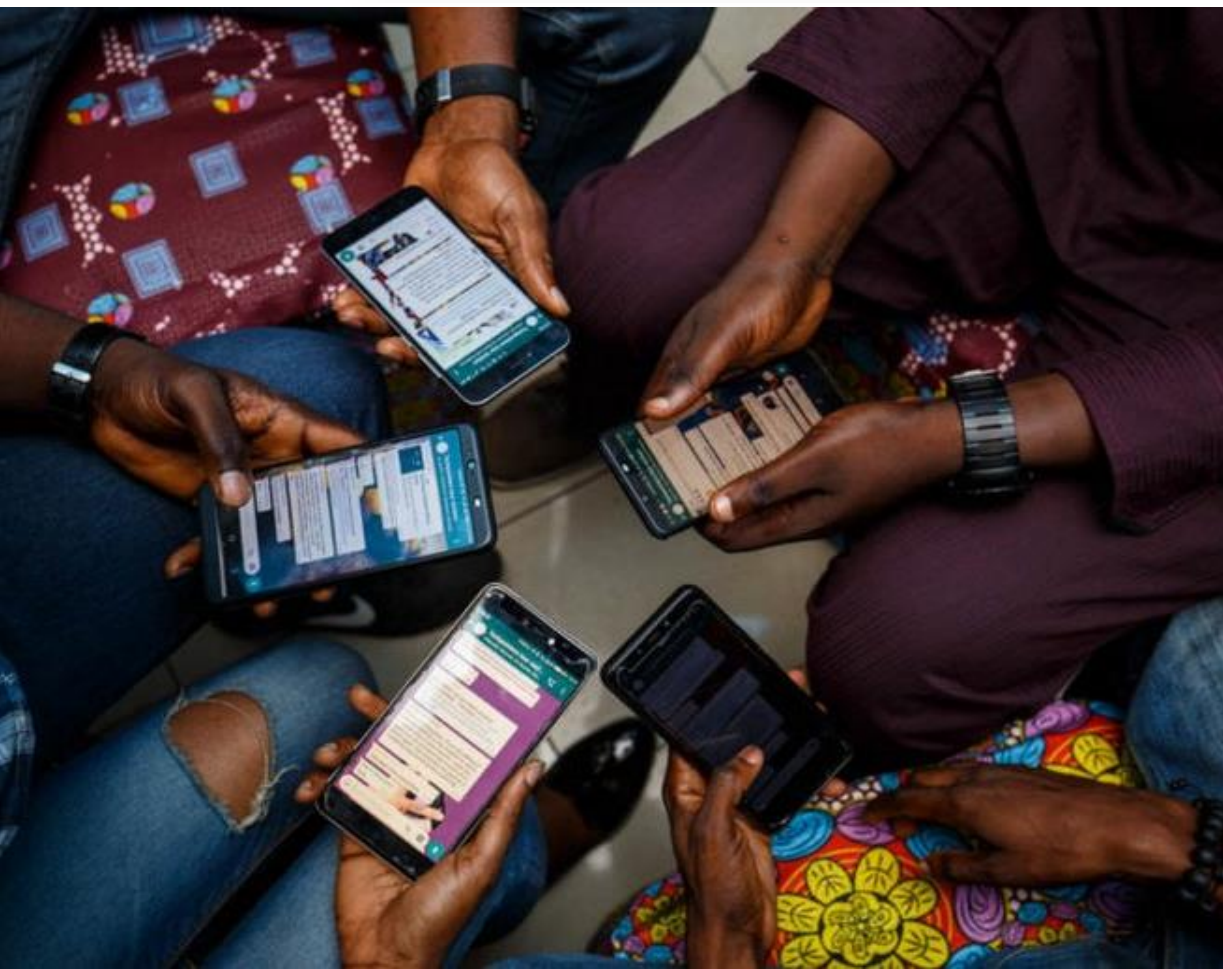


Boîte de réc...



Profil





1. CONTEXTE ET JUSTIFICATION

Face donc aux constats dressés au niveau national, il s'avère impératif de mener des actions de sensibilisation afin d'amener les usagers des réseaux sociaux à faire preuve **de citoyenneté en ligne et d'adopter des pratiques et des usages numériques responsables.**

D'où le lancement, par le Conseil Supérieur de la Liberté de Communication, d'une campagne nationale intitulée « ***Être citoyen en ligne*** », qui consiste sensibiliser et interpeler les usagers des réseaux sociaux numériques, **leur devoir de ne jamais oublier qu'ils sont d'abord citoyens**, chaque fois qu'ils interviennent sur les réseaux sociaux, et **qu'en tant que citoyens, la liberté d'expression dont ils bénéficient n'autorise pas de manquer de respect à autrui.** Car, être citoyen, c'est connaître ses droits et devoirs civiques.



2. OBJECTIFS ET RESULTATS ATTENDUS

Objectifs :

Les objectifs de la Campagne nationale « Être citoyen en ligne » sont les suivants :

- Sensibiliser les internautes à un usage citoyen et responsable de l'Internet et des Réseaux Sociaux Numériques

- Lutter contre la publication et le partage de contenus d'incitation à la haine tribale ou à la xénophobie ;

- Encourager l'adoption de comportements responsables dans la publication et le partage de contenus en ligne.

Les résultats attendus de cette campagne sont :



2. OBJECTIFS ET RESULTATS ATTENDUS

- les conséquences de la diffusion et du partage des contenus séditieux, diffamatoires et injurieux sont connues ;

;

- les sanctions réglementaires et pénales sont intériorisées ;

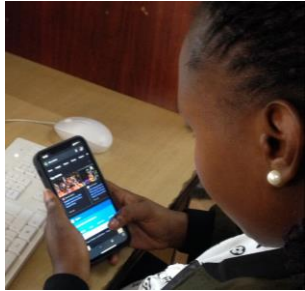
- le phénomène de dérives et autres anti-valeurs dans les réseaux sociaux en voie de diminution;

le nombre de citoyens congolais mis au courant de la législation et de la réglementation qui gouvernent au secteur de la communication au Congo est en hausse;

- le changement de comportement des citoyens par rapport à l'usage des réseaux sociaux se produit;

- les citoyens sont conscientisés sur l'usage responsable des réseaux sociaux.

La campagne « Etre citoyen en ligne » vise :



Utilisateur



Influenceur



Journaliste



Communiquant



Elèves/Lycéens



Etudiants



Grand public

3. CIBLES ET PARTIE PRENANTES

Les cibles de la campagnes :

La campagne vise comme milieux sociaux cibles, les usagers des réseaux sociaux, les influenceurs, les journalistes, les communicateurs, les jeunes (étudiants, lycéens, collégiens) et, au-delà, tout citoyen appelé à utiliser les réseaux sociaux dans ses besoins de communication.



Parties prenantes

Les parties prenantes sont des appuis à la réalisation de la campagne.

Au niveau du secteur public :

- Présidence de la République ;
- Primature ;
- Ministère en charge de la jeunesse ;
- Ministère de l'enseignement supérieur ;
- Ministère de l'enseignement préscolaire, primaire, secondaire et de l'alphabétisation ;
- Ministère de l'enseignement technique ;
- Ministère de la justice ;
- Ministère de la défense ;
- Ministère de l'intérieur ;
- Ministère de la Communication et des Médias ;
- Ministère des télécommunications et de l'économie numérique ;
- Haut-Commissariat à l'Instruction Civique ;
- Haut-Commissariat à la Justice Restaurative, à la Prévention et au Traitement de la Délinquance Juvénile ;

3. CIBLES ET PARTIE PRENANTES



Parties prenantes

Les parties prenantes sont des appuis à la réalisation de la campagne.

Au niveau du secteur public :

- ARPCE (Agence de Régulation des Postes et Communications Electroniques) ;
- Collectivités Locales ;
- Conseil Consultatif de la Jeunesse ;
- Conseil Consultatif de la Société Civile ;
- Commission Nationale des Droits de l'Homme.

Au niveau international :

- Agences du Système des Nations Unies (UNESCO, UNICEF, PNUD, UIT).

Au niveau de la Société Civile

- Confessions Religieuses ;
- Sociétés de télédistribution ;
- Opérateurs de téléphonie mobile ;
- Fournisseurs d'accès Internet ;
- Associations et ONGs du secteur éducatif et du secteur des consommateurs.

3. CIBLES ET PARTIE PRENANTES

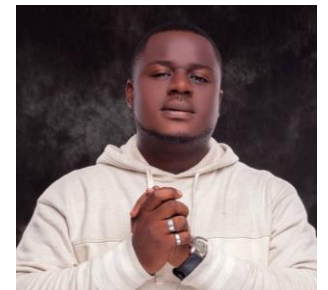


Outils de la campagne

Pour atteindre les objectifs de cette campagne de sensibilisation sur la citoyenneté en ligne et susciter un usage responsable des Réseaux Sociaux Numérique, un certain nombre d'outils ont été retenus. Il s'agit notamment de la :

- conception de supports de communication (Affichage urbain, banderoles sur bâches...);
- conception de spots publicitaires animés (Français, lingala, kituba);
- conception de spots avec les influenceurs et les leaders d'opinion;
- création et animation de page sur Facebook, Instagram, Youtube et TikTok (Publicité sur ces réseaux, diffusion et partage des contenus liés à la campagnes);
- Sélection des influenceurs et des pages à grande audience pour la diffusion des messages et des supports);
- Transformer les influenceurs en ambassadeur de la campagne;
- Organisation d'une conférence de presse avec les médias, les médias en ligne et les influenceurs.

4. OUTILS ET PLANNING DE LA CAMPAGNE



8- Déroulement de la campagne

La Campagne nationale être citoyen en ligne est prévue pour la première quinzaine du mois d'Avril 2024.

Elle va se dérouler en trois phases :

a- la phase préparatoire ;

b- la cérémonie de lancement de la campagne ;

c- le déploiement des équipes à travers le pays.

La phase préparatoire

Elle va consister à la mise en place du Comité d'organisation, composé de différentes commissions spécifiques.

Pendant cette phase, le Président du Conseil tient des séances de travail, avec différentes parties prenantes.

la cérémonie de lancement de la campagne

La cérémonie de lancement de la campagne se déroulera dans la Salle Canal Olympia (300 places assises), au Rond-Point Poto-Poto.

4. OUTILS ET PLANNING DE LA CAMPAGNE



c- le déploiement des équipes à travers le pays

Les équipes constituées par le CSLC, vont être déployées, **pendant une semaine**, dans les différents chefs-lieux des départements du pays, pour dérouler la **Campagne nationale « Être citoyen en ligne »**.

Le programme du déroulement de la campagne comprend :

- des rencontres des hauts-conseillers et leurs délégations avec les milieux cibles ;
- la communication de surface avec l'affichage des banderoles et des affiches ;
- le lancement d'émissions radios et télévisions en français et en langues nationales (kituba et lingala) ;
- des conférences de presse ou des interventions des hauts-conseillers dans les médias ;
- la diffusion des spots dans les radios et télévisions ;
- la diffusion des contenus dans les réseaux sociaux ;
- la distribution des plaquettes sur la déontologie de la communication, etc.

4. OUTILS ET PLANNING DE LA CAMPAGNE





**CAMPAGNE
ETRE CITOYEN EN LIGNE**



**NE PARTICIPEZ PAS
À UNE CAMPAGNE
DE DÉSINFORMATION
EN LIGNE.**



 CITOYEN
EN LIGNE