TWITTER CAMEROUN ET LE FLEAU DES DISCOURS DE HAINE : 2018-2024

Jeanne Marie Hortense MBARGA MESSOMO
Département d'Histoire de l'Université de Yaoundé I
Mbarga2000messomo@gmail.com

Résumé

Les discours de haine minent le fonctionnement des médias sociaux. Sur Twitter Cameroun, ce type de discours s'observe chez un éventail de twittos. Ce travail de recherche démontre que les discours de haine sont récurrents sur ce réseau social, cependant aussi bien les acteurs de cette plateforme que les autorités publiques dénoncent et tentent de lutter contre ce phénomène ; de plus, il existe des mécanismes de régulation des dérives au sein de ce média social. A l'aide de sources écrites et orales, ce travail adopte une approche qualitative pour analyser différents types de discours de haine et la régulation mise en place pour contrer ce fléau.

***Mots clés** : fléau, haine, média social, régulation, Twitter*

Abstract

Hate speech undermine the functioning of social media. On Twitter Cameroon, this type of speech is observed among a range of tweeters. This research demonstrates that hate speech is recurrent on this social network; however, both platform actors and public authorities denounce and attempt to combat this phenomenon. Additionally, there are mechanisms in place to regulate abuses within this social media platform. Using written and oral sources, this work adopts a qualitative approach to analyze different types of hate speech and the regulation put in place to counter this scourge.

***Key words**: hatred, regulation, scourge, social media, Twitter*

Introduction

Les discours de haine sont l'un des éléments marquants des réseaux sociaux numériques. Les contenus de ces outils de communication sont l'occasion pour certains d'exprimer leur opposition à des projets, leur rejet et leur antagonisme pour les idées des uns et des autres. Sous le couvert d'une critique constructive, ou pour exprimer une virulence qui ignore tous les filtres de la réprobation morale et légale, certains publient des discours de haine. Cette étude est intitulée **:** Twitter Cameroun et le fléau des discours de haine: 2018-2024. La période choisie est assez intéressante parce que les années 2000 ont connu une floraison d'études sur les médias numériques. Au Cameroun, par

exemple, des chercheurs ont porté leur attention à Internet (AMOUGOU, 2010 ; *Internet Society-chapitre Cameroun,* 2025). Les réseaux sociaux sont un champ de recherches dont l'intérêt n'est plus à démontrer (Bruns et al. 2016 ; MIEGE, 2004, 2020 ; NTEDONDJEU, KAMENI, 2024). Parallèlement, que ce soit sur le plan socio-économique ou dans la sphère politique (NGONO, 2021), Twitter est devenu un outil incontournable en ce 21e siècle (PELISSIER, GLLERET, 2013). Centré sur les utilisateurs camerounais de Twitter/X, le texte examine un espace social fragmenté par les discours de haine. Il est connu que la périodicité est un aspect essentiel pour la discipline historique. Les contenus de X concernent différentes thématiques, à savoir : la politique, la tribu, la communauté, le comportement des individus masculins et/ou féminins, les infrastructures, l'économie, etc. Formidable outil de communication, Twitter brille par la rapidité de partage des informations, mais est terni à cause du problème des *fake news*, ainsi que celui de la diffusion des discours de haine. En levant le voile sur les concepts utilisés, nous dirons que les médias sociaux « désignent une variété d'applications Web ou mobiles qui stimulent la création de communautés virtuelles par le biais de la diffusion et du partage de différentes formes de contenu (information, idées, photos, vidéos, articles, etc. » (iscpa-ecoles-com). Ce sont des outils qui sont devenus pratiquement indispensables dans le monde de la recherche, et dans la vie de tous les jours. Quant aux discours de haine, nous reprenons ici la définition que propose le Ministère des Postes et Télécommunications (Minpostel) :

> Par discours de haine ou discours haineux il faut entendre toute communication écrite ou orale à travers laquelle une personne fait ou souhaite faire mal à une autre. On peut ajouter qu'on parle là de toutes communications écrites ou orales qui véhiculent un sentiment de profonde antipathie à l'égard d'un individu ou d'un groupe en raison de son identité, sachant que celle-ci peut être religieuse, éthique, raciale ou autre.
>
> Selon l'UNESCO, il s'agit de : « Tout type de communication, ou de comportement, constituant une atteinte ou utilisant un langage péjoratif ou discriminatoire à l'égard d'une personne ou d'un groupe en raison de leur identité, en

> d'autres termes, de l'appartenance religieuse, de l'origine ethnique, de la nationalité, de la race, de la couleur de peau, de l'ascendance, du genre ou d'autres facteurs constitutifs de l'identité ». (Minpostel, 2023)

La définition ci-dessus démontre la dangerosité de ce type de discours pour la société. Au plan méthodologique, cette réflexion a privilégié une collecte des posts des twittos, les articles, les ouvrages, et les sources orales. Au-delà de l'analyse des sources documentaires et orales, la collecte des posts et les entretiens avec les twittos camerounais ont été d'un apport certain. Nous avons créé notre compte Twitter en août 2016 avec comme identifiant @MbargaMessomo. Nous nous sommes particulièrement appuyés sur une observation participante des contenus de Twitter, entre 2018 et 2024 pour une étude des différents contenus. Un regard a été porté sur les échanges, les comportements, et les perceptions des twittos camerounais sur des sujets d'actualités. L'analyse critique des diatribes entre ces utilisateurs nous a amené à opter pour une approche qualitative. Le texte a souscrit à la théorie des effets limités des médias avec la prolifération des nouveaux médias (Kambale, 2017), et à la position qui tend à relativiser l'influence des médias (Derville, 2017). Un plan établi en trois parties pour ce travail permet de commencer par l'étude des particularités de la plateforme Twitter, et que s'en suivent la typologie des discours de haine et les manifestations de ce fléau dans Twitter Cameroun pour terminer par les mécanismes de lutte contre ces discours de haine.

1-Les particularités de la plateforme Twitter

Il est essentiel de donner quelques éléments de compréhension sur les particularités de Twitter : son histoire, les notions récurrentes que l'on y trouve et quelques statistiques.

1.1 L'évolution de Twitter/X

Twitter a été créé le 21 mars 2006 par Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone et Noah Glass. La plateforme permet de s'informer en temps réel sur divers sujets. Le premier Tweet a été publié par Jack Dorsey et le texte était le suivant : *« Just setting up my twttr »*. À l'époque, un tweet était constitué au maximum de 140 caractères. L'utilisateur d'un

compte est désigné sous le nom de twitto. La plateforme a été rachetée en octobre 2022 par Elon Musk pour 44 milliards de Dollars (https://www.bbc.com).

Le rachat par Elon Musk (ISAACSON, 2025) a entrainé certains changements : au niveau du nom, Twitter devient X, et l'oiseau bleu (emblème de Twitter) est devenu un X majuscule, X étant mis pour X-Corp de Elon Musk. La certification, preuve d'authenticité d'un compte sur ce réseau social, est devenue payante. L'on est passé du Tweet au post, et il y a eu l'augmentation du nombre de caractères par tweet (Entretien avec le twitto ASONG Brain ALEABELAH). On peut désormais acheter un badge bleu à 8 dollars pour un abonnement mensuel. Il y a également la possibilité d'enregistrer et de stocker les tweets (option connue sous le nom de signet), le dénombrement des vues d'un tweet est une réalité, etc. (Entretien avec le twitto MBARGA OWONA). Le nombre de Camerounais ayant un compte Twitter est bien connu. Le rapport 2021 de la *Global System for Mobile Communications* (GSMA ou GSM Association : association des opérateurs et constructeurs de téléphonie mobile) révèle que le taux d'accès à internet haut débit mobile au Cameroun en 2019 était de 31%.

Les chiffres de 2020 de Twitter au Cameroun étaient les suivants : « On dénombrait 77,5% d'hommes et 22,5% de femmes et le Cameroun comptait 110 000 personnes sur Twitter. La moitié des Camerounais sur Twitter avaient entre 25 et 35 ans, et 32% entre 18 et 25 ans. 49% se trouvaient à Douala contre 36% à Yaoundé » (CHEDJOU KAMDEM, 2023). Le nombre de Camerounais sur Twitter était inférieur à celui de Linkedin, Instagram et Facebook. Le chiffre est passé à 145.300 en 2022 (Digital 2022).

Tableau 1 : Chiffres des réseaux sociaux au Cameroun en 2020

Facebook	3.5 millions
Instagram	390 000
Linkedin	640 000
Twitter	110 000

Source : Rapport de Hootsuite et de We are social baptisé Digital 2020.

En 2020, on comptait 7,87 millions d'internautes au Cameroun, donc 30% d'une population évaluée à 26,21 millions (Rapport de Hootsuite et de We are social baptisé Digital 2020). Le pays comptait 10.05 millions d'internautes en janvier 2022 (Digital 2022) et en 2023, les réseaux sociaux comptaient 3,9 millions d'utilisateurs au Cameroun : 3,6 millions sur Facebook, 960 000 sur Linkedin, 467 900 sur Instagram et 204 200 sur Twitter. 18,2% étaient de sexe féminin 81,8% de sexe masculin (Melt Water, We Are Social, Hootsuite, Digital, 2023).

Tableau 2 : Chiffres des réseaux sociaux au Cameroun en 2023

Facebook	3.6 millions
Instagram	467 900
Linkedin	960 000
Twitter	204 200

Source : Melt Water, We Are Social, Hootsuite, Digital, 2023.

Par rapport à 2020, en 2023, on note une augmentation relative d'internautes au Cameroun, cependant concernant Twitter/X, les chiffres sont toujours aussi bas. Il est clair que Twitter n'intéressait pas un nombre impressionnant de Camerounais.

1.2. Les raisons du choix de la plateforme Twitter par les utilisateurs

Les réseaux sociaux sont devenus un outil de communications et de mobilisation essentiel au Cameroun (*Le Jour*, 2016 : 6). À la question de savoir pourquoi certains ont créé un compte sur ce média social, les réponses varient selon les intervenants. Pour certains, il s'agit d'un moyen d'échanger avec les twittos : « J'ai un compte Twitter depuis 2016. Je suis sur Twitter, car c'est un réseau social, et comme pour tous les réseaux sociaux, j'ai voulu m'abonner pour interagir avec les gens » (Entretien avec ASONG Brain ALEABELAH). D'autres rejoignent Twitter pour des motifs plus légers, c'est ainsi qu'une twitto avoue avoir rejoint cette plateforme « pour le *fun* » (Entretien avec MONKAM Philomène). Il y a des utilisateurs qui vont sur Twitter pour « suivre l'actualité et pour le divertissement que ça procure » (Entretien avec MEDJEBOU Marie). Les motifs des salariés diffèrent parfois de ceux des étudiants sur

quelques aspects. Une enseignante a déclaré être sur Twitter pour ses recherches et les informations générales (Entretien avec NYENTI Mildred). Un entrepreneur explique sa présence dans cette plateforme pour les raisons ci-après: « Réseauter », rencontrer des professionnels, vendre les produits et les services » (Entretien avec Armand KENANG). Un professionnel de la communication assure être sur Twitter afin de « trouver des informations utiles sur l'actualité, la culture, les sciences et pour partager des avis, des idées, des centres d'intérêts divers » (Entretien avec MBARGA OWONA Serge). Les raisons qui amènent les individus à rejoindre Twitter sont diverses, mais l'exposition aux discours de haine est une constante dans ce média social numérique.

2. La Typologie des discours de haine et les manifestations de ce fléau dans Twitter Cameroun

Si la communication et les échanges de tout genre sont la particularité de cette plateforme, les diatribes constituent l'un des éléments les plus regrettables de ce média social. Les communications qui reflètent ces discours de haine et s'attaquent aux individus ou aux groupes (Minpostel, 2023) découlent de plusieurs causes. C'est ainsi qu'à l'observation des contenus, on constate qu'il existe plusieurs types de discours de haine sur la plateforme Twitter du Cameroun.

2.1 Les différents types de discours de haine

Les discours de haine sur Twitter Cameroun sont multidimensionnels. Si certains twittos s'attardent sur l'extrémisme politique, les questions tribales, le statut social, la ville de résidence, les choix économiques, les forces de l'ordre et de défense, etc. d'autres fustigent clairement ce fléau.

À la question de savoir ce qu'ils pensent des discours de haine sur Twitter en général et sur Twitter Cameroun, en particulier, les utilisateurs de ce média social numérique ont donné quelques avis. Ils dénoncent les propos racistes, les propos discriminatoires liés au physique ou à la situation financière et les insultes gratuites, peu importe le sujet : « Il est fatigant de voir les mêmes choses tous les jours et on dirait parfois que les gens de Twitter sont juste des « rageux » » (Entretien avec MONKAM Philomène). Le type de colère que dénonce cet utilisateur est souvent caractérisé par des propos sur « le tribalisme, le

népotisme et le racisme » (Entretien avec KENANG Armand). Pour d'autres au-delà du harcèlement, et des *fakes news,* les conséquences du racisme sont assez dommageables sur la plateforme : « Le racisme récurrent empêche de profiter de l'expérience que peut procurer cette application et annihile complètement les côtés positifs de base de Twitter » (Entretien avec MEDJEBOU Marie). L'impact des dérives de ce média social est pleinement relevé : « Twitter est un amplificateur de certaines attitudes malsaines de la vie réelle à cause de l'anonymat et de la rapidité de diffusion des discours haineux et d'autres informations incorrectes ou malveillantes à une audience importante ». C'est la raison pour laquelle certains hommes de presse écrivent sur la « toxicité » (LYONS, 2024) de cette plateforme.
Loin de s'alarmer, certains twittos tendent à relativiser la portée de ces discours de haine :

> Personnellement, je pense que les discours de haine sur Twitter sont bien évidemment très visibles et conséquents, mais ils ont un impact moins réel que sur d'autres réseaux sociaux comme Facebook, car la plupart des Camerounais, moi y compris, sont beaucoup plus abonnés à ces réseaux sociaux de Meta. Cependant, les discours de haine sont très courants sur tous types de réseaux sociaux, que ce soit Twitter, Facebook, etc. (Entretien avec ASONG Brain ALEABELAH).

Que ce soit dans les réseaux sociaux de Meta ou dans ceux de X, les discours de haine sont un fléau qui divise les utilisateurs. Plusieurs exemples de discours de haine peuvent être relevés dans les contenus de Twitter Cameroun. Dans le contexte des élections présidentielles de 2018, les discours de haine ont été légion (NTEDONDJEU, KAMENI, 2024). Entre les twittos de l'opposition et ceux du parti au pouvoir, les affrontements verbaux sur le déroulement des élections et les résultats étaient assez violents. Cette atmosphère toxique a persisté bien après les élections. Par exemple, le compte du twitto - @IMongG_P (M Jr) lançait des appels au génocide, d'autres abonnés demandaient le retour de chaque Camerounais dans sa région « d'origine », quand ce n'était pas des invectives entre les uns et les autres (Entretien avec MBARGA OWONA Serge). Tandis que certains comptes distillaient ces discours de haine,

d'autres dénonçaient plutôt ce fléau. Par exemple, le compte Cameroun @237online, a publié le post suivant le 07 mai 2019 :
« Tontinard » et « Sardinard » : Il faut interdire ces expressions au Cameroun. Ils s'enracinent dans notre quotidien ».
Ce fut une recommandation très peu suivie sur Twitter. La preuve est que dans un échange entre deux twittos, le 01 juin 2020, les propos étaient assez révélateurs. Adaim's Right Man @Adam… a posté ce qui suit :

« … Moi je n'ai rien à dire quand on parle de tontine ni de sardine, agréable soirée à toi ».
Son interlocutrice (Jordane Anissa @jordane_a… 01 juin 20), a répondu en ces termes :

« Est-ce qu'on t'avait d'abord demandé de dire quelque chose ?! » Dans ces deux tweets/posts, l'animosité était palpable. Pour mieux saisir et analyser l'atmosphère toxique qui sévit quelquefois sur Twitter Cameroun, on peut analyser le phénomène de la « tontine ».

2.2. Le phénomène de la tontine

Sur cette plateforme, on observe l'acharnement de twittos sur un individu pour diverses raisons (tribales, sexuelles, économiques, occupation professionnelle, etc.), l'expression consacrée est « bouffer la tontine », ou encore « être dans la sauce » ((Entretien avec ASONG Brain ALEABELAH). C'est un type d'acharnement sur un twitto en raison de son post. Un tweet peut déclencher des posts péjoratifs et violents. L'acharnement sur un individu peut avoir pour origine des questions centrées soit sur l'économie, la santé, l'armée, les observations sur les femmes ou les hommes, etc. et cet acharnement peut durer plusieurs jours (Entretien avec MBARGA OWONA Serge). Le terme « bouffer la tontine » est utilisé pour illustrer ce phénomène et il renvoie à la concentration de critiques, de railleries, d'invectives ciblées contre la personne visée par la tontine. Par exemple, lorsque le Dr Anne Njom Nlend a fait un post sur l'élection du président de l'ordre des médecins, le 06 décembre 2023, certains twittos lui ont présenté ses limites dans ce domaine à travers des contenus assez haineux.

Un article en ligne de crisisgroup.org/fr, intitulé « Apaiser les tensions ethno-politiques au Cameroun, en ligne et hors ligne », publié le

03 décembre 2020, tirait déjà la sonnette d'alarme et demandait l'intervention du gouvernement camerounais pour juguler les discours de haine. En réalité, il existe plusieurs stratégies pour réguler les contenus haineux sur Twitter/X.

3. Les mécanismes de lutte contre les discours de haine sur Twitter Cameroun

Concernant les mécanismes de lutte contre les discours de haine, on peut évoquer les exemples suivants : les dénonciations des abonnés de Twitter, la politique de la plateforme Twitter ou X en matière de conduite haineuse et les mesures adoptées par le gouvernement camerounais.

3.1 Les dénonciations des twittos

Parmi les mécanismes internes de la lutte contre les discours de haine, il existe des posts qui sensibilisent les utilisateurs contre ces contenus haineux. Il y a donc les interventions des twittos qui essaient de critiquer et de ramener à la raison les auteurs des discours de haine.
Exemple 1 : Le 9 décembre 2021, Denis Nkwebo a fait le Tweet suivant :
NKWEBO DENIS @DENISN… 09 déc. 21

« Le rejet de l'autre est le début de la guerre. Je lance un vibrant appel à la tolérance entre Camerounais. Que cessent sans délai et sans condition tous les discours de haine. »

Exemple 2 :
NKWEBO DENIS @DENISN… 04 mai 2022
« Je lance une campagne de lutte contre le discours de haine sur les réseaux sociaux. Je commence par mon compte twitter ».

Exemple 3 : Quant au tweeto The Cameroonian, @TheCameroonianZ, le 29 juin 2023, il a publié le post suivant :
« Lutte contre les discours de haine

Cameroun :
La formation et le déploiement de mille (1000) e-volontaires Patriotes des Réseaux sociaux – lancée par le Ministre Mounouna Foutsou ».

Cette stratégie du Ministre de la Jeunesse et de l'éducation civique s'observe déjà à travers des campagnes de sensibilisation dans divers médias et des affiches dans les Centres de Jeunesse, qui ciblent prioritairement les jeunes âgés entre 15 et 35 ans. En dehors des posts, il existe également la stratégie du signalement par les twittos pour attirer l'attention du media social sur un discours péjoratif et un dérapage.

3.2. La politique de Twitter ou X en matière de conduite haineuse

Dans son fonctionnement, Twitter a pris des mesures contre les discours de haine. Il stipule notamment ce qui suit :

> Il est interdit d'utiliser des images ou symboles haineux dans votre image de profil ou dans votre bannière. Vous ne devez pas non plus utiliser votre nom d'utilisateur, votre nom d'affichage ou la bibliographie de votre profil pour vous livrer à des comportements inappropriés, tels que du harcèlement ciblé, ou pour exprimer de la haine envers une personne, un groupe ou une catégorie protégée (Help.twitter, 2023).

Les sanctions de la plateforme sont de plusieurs ordres. Le contenu peut être rendu moins visible sur X, le post peut être supprimé, on peut restreindre sa visibilité, et il peut être placé plus bas dans les réponses (Help.twitter, 2023). On peut restreindre d'autres aspects comme les « J'aime » (symbole en forme de cœur apposé par des twittos sur un tweet ou post), les réponses, les Reposts, les citations, l'ajout aux signets, le partage, la possibilité d'épingler au profil ou les décomptes d'engagements (Help.twitter, 2023). L'affichage des publicités peut être interdit et on peut exiger la suppression du post ; Twitter peut en définitive suspendre les comptes qui enfreignent sa politique en matière de profils haineux (Help.twitter, 2023).

3.3. Les stratégies de lutte du gouvernement camerounais contre les discours de haine

Dans cette lutte contre les contenus haineux, le gouvernement camerounais mobilise plusieurs stratégies: une législation souvent médiatisée, et les interventions ciblées des agences gouvernementales. Il y a les mécanismes de la législation camerounaise qui sanctionnent les

discours de haine. On peut notamment évoquer la loi du 21 décembre 2010 relative à la cybercriminalité et la loi du 12 juillet 2016 portant Code pénal qui réprime l'outrage à la tribu ou à l'ethnie. L'article 241 du Code pénal prévoit des sanctions contre les auteurs des discours de haine qui vont jusqu'à 2 ans de peine et jusqu'à 3 millions d'amende (ZRA, 2023). En outre, les pouvoirs publics luttent concrètement contre ce fléau à travers divers modes de communication. Les campagnes de sensibilisation du Ministère des Postes et Télécommunications (Minpostel), celles de l'Agence Nationale des Technologies de l'Information et de la Communication (ANTIC) et les interventions de la Commission Nationale pour la Promotion du Bilinguisme et du Multiculturalisme (CNPBM), sont largement relayées à travers les médias. (BOUNOUNG, 2023 ; *Cameroun Tribune*, 2024 : 1 ; AGNANG, 2024 : 8 ; *Lignes d'horizon*, 2024). Cette étude démontre que les dérives de Twitter sont visibles, et certains auteurs des discours de haine sont connus. Mais les stratégies de lutte peinent à freiner la prévalence de ce phénomène ; ce qui dévoile les failles de la politique de Twitter ou X en matière de conduite haineuse et les limites des stratégies de lutte des autorités camerounaises.

L'étude porte sur les années 2000, une période plutôt récente. Et au Cameroun, peu d'études ont été publiées sur les discours de haines dans les médias sociaux numériques, à l'exemple de Twitter. C'est à ce niveau que réside la difficulté de cerner tous les contours (notamment des variables mesurables comme les statistiques), dans l'analyse de ce phénomène. Néanmoins, le travail présente le phénomène Twitter, la violence des propos qui y sont tenus et les clivages que cet état de chose engendre malgré la réglementation en vigueur.

Conclusion

Ce texte a examiné le phénomène des discours de haine chez les twittos camerounais, (entre 2018 et 2024) et la fragmentation observée dans le milieu. Le fléau des discours de haine est une réalité saisissante sur Twitter. La lutte contre ces discours de haine est assez complexe, car les comptes qui diffusent les messages haineux sont souvent anonymes et peuvent être alimentés par des utilisateurs situés n'importe où dans le monde. C'est un phénomène multidimensionnel que le réseau social essaie de combattre. Cependant il s'agit parfois d'une lutte arbitraire. Il

est connu que parmi les twittos camerounais, il existe des sensibilités différentes. Ce qui est considéré comme un préjugé par un groupe donné peut être appréhendé comme une blague par une autre communauté. Les combats politiques et communautaires biaisent très souvent les débats. Et cet état de chose alimente les clivages. Twitter ou X est une plateforme fascinante, grâce à sa rapidité dans la circulation de l'information. Mais, ce grand avantage devient malheureusement dommageable dans le cas des *fake news,* (détectables à l'heure actuelle), qui peuvent être eux-mêmes à connotation haineuse. Malgré des chiffres (plutôt bas comparés aux autres réseaux sociaux) et les discours de haines, l'outil de communication Twitter, encore appelé X, demeure l'un des meilleurs, dans le paysage médiatique actuel. Dans cet espace d'expression, de publicité, de vente, d'enseignements et d'arnaques, les discours de haine sont certes inévitables, mais ils peuvent être combattus grâce aux moyens techniques et à l'application de la loi. L'acharnement de certains twittos pose la question de la place de la morale, du respect de l'humain et même de la liberté d'expression dans les réseaux sociaux. Tout en relativisant l'influence des contenus de Twitter sur la population camerounaise, l'étude a montré que la prolifération de ces discours de haine est une source de nuisance et constitue une menace réelle contre la sacro-sainte cohésion sociale du pays. Le politique gagnerait assurément à y communiquer et à légiférer davantage pour aider à mieux protéger la nation contre des discours de haine qui divisent les citoyens dans le vaste monde virtuel.

Références bibliographiques

Archives du Ministère des Postes et Télécommunications (AMinpostel).

AMinpostel, Campagne nationale pour la promotion de la culture de la cybersécurité et sensibilisation à l'utilisation responsable des réseaux sociaux, 2024.

AMinpostel, Tous mobilisés pour la cybersécurité au Cameroun, 2024.

Sources orales

No	Noms et prénoms	Age	Statut	Lieu	Date
1	ASONG Brain ALEABELAH	25 ans	Etudiant-doctorant	Yaoundé	28 avril 2024
2	FINDJONGUE NGARLAI BIKAI	29 ans	Etudiant-chercheur-enseignant	Yaoundé	08 mai 2024
3	KENANG Armand	41 ans	Entrepreneur	Douala	08 mai 2024
4	KOTO Arsène	41 ans	Agent immobilier	Yaoundé	05 avril 2024
5	MBARGA OWONA Serge	49 ans	Cadre dirigeant des télécommunications	Douala	07 mai 2024
6	MONKAM Philomène	23 ans	Etudiante-Master 2	Yaoundé	23 avril 2024
7	NYENTI Mildred	50 ans	Enseignante	Yaoundé	30 avril 2024
8	MEDJEBOU Marie	24 ans	Etudiante-Master 2	Yaoundé	23 avril 2024

Bibliographie

AGNANG Lorine Claudia, 2024, « Chedjou Kamdem. Les campagnes nationales jouent un rôle crucial dans l'éducation à la responsabilité numérique », *Mutations*, No 6018, février 2024, p 8

BOUNOUNG Yvan, 2023, « Discours de haine et xénophobes : la société civile dans la lutte », 2 juin 2023, Cameroun-Tribune https://www.Cameroun-tribune.cm. Consulté le 5 juin 2023

BRUNS Axel et al., 2016, *The Routledge Companion to Social Media and Politics*, NewYork, Routledge.

CHEDJOU KAMDEM, 2023, « 10 chiffres sur Twitter 2020 au Cameroun », histoirecm.com. Consulté le 10 novembre 2023

DERVILLE Gregory, 2017, *Le pouvoir des médias*, Presses universitaires de Grenoble.

DUTOT Vincent, 2022, *Les médias sociaux*, Groupe Studyrama, Paris

ELESSA Mbassi Eitel, 2016, « Quand les réseaux sociaux prennent le pouvoir », *Le Jour* no 2343, décembre 2015, p 4

EZEAMA Victor, 2022, « Elon Musk : Twitter, Facebook, Instagram, TikTok et la valeur des plateformes de réseaux sociaux, https://www.bbc.com. Consulté le 30 septembre 2023
http://www.digital 2022: Cameroon data reportal.com. Consulté le 01 mars 2024
« **Centre d'Assistance** », Help.twitter.com/fr. Consulté le 10 novembre 2023
F. E., 2016, « Les Camerounais de plus en plus connecté », *Le Jour* N° 2333, décembre 2016, p 6
ISAACSON Walter, 2025, *Elon Musk* Simon & Chuster, New York
« **Jeunes et réseaux sociaux**. Le prix de la notoriété », 2024, *Cameroun Tribune*, No 13040, février 2024, p 1
KAMBALE KYANDA Michael, 2017, « Application de la théorie des effets limités des médias sur la population : Appréciation actuelle du Two-steps flow of Communication dans la ville de Goma » , PDF, lirenligne.net. Consulté le 27 août 2025
« **Journée internationale de la lutte contre les discours de haine** », https://www.un.org. Consulté le 27 août 2025
LYONS Kate, 2024, « The Demise of Twitter: how a 'Utopian Vision' for Social Media became a 'Toxic Mess'", Twitter. Consulté le 30 avril 2024
MIEGE Bernard, 2020, *La numérisation en cours de la société. Points de repère, enjeux*, Presses Universitaires de Grenoble
MIEGE Bernard, *L'information – communication, objet de connaissance*, https://archive.org/details/linformationcommoooomieg. Consulté le 20 décembre 2023.
NGONO Simon, « Les réseaux sociaux dans la campagne politique. Analyse critique des usages de Twitter par les candidats lors de la présidentielle de 2018 au Cameroun », https//ldf.univ-réunion.fr. Consulté le 10 décembre 2023
NGOUMOU Ingrid Alice, 2010, Internet et la presse en ligne au Cameroun. Naissance, évolution et usages, L'Harmattan Cameroun
NTEDONDJEU Michel, KAMENI WENDEU Anne-Clotide, « La mise en scène de la violence verbale dans les réseaux sociaux. Le cas des contentieux post-électoraux de l'élection présidentielle d'octobre 2018 au Cameroun », https://france.tabrizu.ac.ir/article_17715.html?lang=fr. Consulté le 26 août 2025

PELISSIER Nicolas, GALLEZOT Gabriel, 2013, *Twitter : un monde en tout petit*, L'Harmattan, Paris
« **Que sont les médias sociaux/social media** », https://www.iscpa-ecoles.com. Consulté le 27 août 2025
ZRA Dieudonné, 2023, « Cameroun : quelles conséquences pour les discours de haine? » crtv.cm, 23 mai 2023. Consulté le 10 novembre 2023