



Enjeux de la communication de l'image de la Police Nationale Congolaise et le public kinois (RDC)

Glody KABULU MUYOYI

Université de Kinshasa (R. D. Congo)

Diplômé d'études approfondies/Master en sciences de l'Information et de la Communication (SIC)

kabulugloire@gmail.com

Résumé : La communication institutionnelle qui prône l'image de marque d'une organisation est la chose la plus importante dans laquelle, toute structure doit investir par la production des valeurs. Nous sommes partis d'un constat selon lequel, plusieurs émissions nationales tant qu'internationales, présentent négativement la police d'intervention rapide comme unité de la Police Nationale Congolaise. Par ailleurs, cette image peu honorant est vécue auprès de la population congolaise en général, celle dite kinoise en particulier. De ce fait, notre étude a analysé les images de bavures policières commises entre le 28 septembre au 30 septembre 2018 dans la ville de Kinshasa en RDC. La méthode d'analyse de contenu a été d'une utilité certaine car, elle nous a permis d'interpréter le contenu caché de notre corpus. L'objectif poursuivi est celui de revaloriser et pérenniser l'image de la police d'intervention congolaise à travers quelques suggestions durables. Certes, nos résultats ont démontré que la population kinoise à 84% a une perception négative de la Police Nationale Congolaise à cause des leurs bavures répétitives commises sur terrain. De ce fait, quelques solutions ont été proposées pour revaloriser son image ternie.

Mots clés : Communication, Image et Public.

Enjeux of the communication picture of the police national Congolese near by the public kinois (DRC)

Abstract : The communication institutionnelle who prone the picture of mark a organisation is the thing the more important in which all structure must invest through the production of the valeurs. The police of interevntion fast as unity of the police national congolese présente a picture little honorant nearby of the population congolese in general the kinoise in particulier. Thereby our study at analysé the pictures of bavures policières commises in the city of kinshasa enter the 28 september 2018 at 30 september 2018 in DRC. The method to analyse of contenu at summer has been utility sure because she we at permit of free the contenu hidden of our corpus. The goal poursuivi is that of revaloriser and of pérenniser the picture of the police of intervention congolese at through a few suggestions durables. The resultats have watch than the population kinoise at 84% has a perception negative of the police national congolese because ot their bavures répétitives commises sure ground thereby a few solutions have summer proposées for revaloriser his picture ternie.

Keywords : Communication, picture and Public.

Introduction

D'entrée de jeu, si communiquer sert à construire l'image organisationnelle, « *bien communiquer vise à s'attacher une image positive, à la fois riche et cohérente. La manœuvre n'est pas aisée : hétérogénéité des publics, pluralité des messages émis par et sur l'entreprise, diversité des circonstances d'émission, prééminence des technologies de l'information et de la communication, l'organisation évolue sur une corde raide* » (THIERRY, L., et MARIE-HELENE, W., 2011, p.6). Telle est la mission de la communication institutionnelle. En effet, la communication institutionnelle vise l'image organisationnelle. Elle produit des effets qui relèvent d'un langage spécifique. Il est préférable de connaître les éléments de base de ce langage, de savoir ce qu'une image peut transmettre sans le secours des mots ou avant de formuler les contenus textuels de la communication. Nous vivons dans un océan de sollicitations visuelles. Certains retiennent à peine notre attention pendant quelques instants à travers nos comportements, nos attitudes qui sont présentés. L'importance que revêt l'image de l'organisation comme des éléments stratégiques de sa réussite est cruciale. « *Elle constitue « une ressource essentielle que l'organisation se doit de gérer au mieux afin d'en retirer un avantage de confiance sociale, gage du développement* » (TSHINYAMA KADIMA, I., 2011, p. 149).

Dans cette perspective, après plusieurs tentatives, depuis l'indépendance de la RDC, a été créée la Police Nationale Congolaise par le « décret n°002/2002 du 26 janvier 2002 portant institution, organisation et fonctionnement de la Police Nationale Congolaise. Cette dernière a reçu pour mission, « Veiller à la sécurité et à la tranquillité publique. Elle protège les personnes et leurs biens. Et assure une surveillance continue, objet même de sa mission ». En contextualisant notre réflexion se rapportant à la communication institutionnelle qui prône l'image organisationnelle, la police d'intervention rapide comme unité de la PNC présenterait une image peu honorant auprès de la population kinoise. Nul ne peut douter que ladite institution serait dans une crise d'image. Selon plusieurs émissions télévisées et d'autres informations sur tant des médias nationaux qu'internationaux, les activités et les compétences de la police d'intervention de servir la population seraient remises en cause.

Eu égard ce qui précède, la communication institutionnelle de la Police d'intervention comme unité de PNC serait en crise d'image auprès de l'opinion. Concrètement, ce travail scientifique a pour objet d'étude d'analyser les actions concrètes des agents de la police d'intervention sur terrain lesquelles actions font office de communication de la PNC. A cet effet, les dites actions négatives seraient à la base de communication institutionnelle négative de la PNC. Par ailleurs, notre étude poursuit comme objectif général, de revaloriser et pérenniser l'image de la police d'intervention congolaise. En effet, nous sommes partis du constat selon lequel, selon certaines émissions médiatiques nationales et

internationales réalisés au sujet de la PNC présenterait cette structure négativement. Le cas, de la police d'intervention rapide comme unité de la PNC qui poserait des actions répétitives négatives sur terrain qui mettraient en péril son image institutionnelle or, elle devrait être une instance des valeurs. Un exemple peut confirmer notre constat.

Quelques années passées, un policier a tiré à bout portant sur un étudiant de notre département en plein champ de bataille d'exhiber son travail pratique du cours de cinéma. Peu importe la raison, cet acte met en crise l'image institutionnelle de cette unité.

Problématique

De ce constat précité, nous nous sommes interrogés en ces termes :

1. Pourquoi l'image de la police d'intervention rapide comme unité de la PNC serait ternie auprès des citoyens congolais en général, les kinois en particulier ? ;
 - 1.1. Est-ce que c'est à cause de leurs actions sur terrain ?
 - 1.2. Est-ce que c'est à cause de leurs communications déficitaires ou par manque d'instruction?
 - 1.3. Est-ce que c'est à cause de la mauvaise rémunération de ces agents de l'ordre?

Hypothèses

En général, l'image de la police d'intervention rapide comme unité de la PNC serait ternie auprès des citoyens congolais en général, les kinois en particulier à cause des actions sur terrain que ces agents poseraient face à la population lesquelles actions font office de communication institutionnelle négative de la structure PNC. Selon plusieurs médias en ligne, les émissions télévisées et radiophoniques, comme institution publique, la police d'intervention aurait failli à sa mission. Actuellement, elle serait raison de beaucoup de troubles dans la société. La population qui devrait sensée trouver refuge à la police, se sentirait à chaque fois en insécurité. Elle ne serait plus vue comme une institution d'ordre, mais plutôt celle qui organiserait le désordre public.

D'abord, l'image de la PNC serait ternie à cause de leurs actions sur terrain. L'impression que le public kinois aurait, est que sur terrain la hiérarchie policière placerait les illettrés, les personnes sans scrupules etc. Par conséquent, les bavures policières ne cessent de se commettre. Ensuite, l'image de la PNC ne serait pas ternie à cause de leurs communications déficitaires ni par manque d'instruction parce que sur les médias et dans tant d'autres moyens de communication et lors du recrutement, la communication de la PNC se présente positivement, la hiérarchie informerait toujours les nouveaux recrues et les anciens lors des parades afin de les interpeller et de les rappeler sur le respect de

leur mission sacrée « veiller à la protection de la population et ses biens ». Ce que nous constatons sur terrain n'a aucun lien avec le message prêché par les supérieurs. Enfin, l'image ternie de la police d'intervention comme unité de la PNC serait ternie auprès de l'opinion kinoise à cause de la mauvaise rémunération. Actuellement, selon un entretien confidentiel que nous avons eu avec un policier de dernier rang, il touche mensuellement aux environs 120.000fc équivalent à 60 dollars américains.

Il pourrait s'avérer qu'un agent de ce rang serait père d'une famille. Comment va-t-il nouer les deux bouts du mois ? Raison pour laquelle, certaines actions négatives sur terrain de la police d'intervention auprès de la population pourraient influencer son travail dans un objectif pécuniaire.

1. DEFINITION DES CONCEPTS CLES

1.1. *L'Image organisationnelle*

Dans ce premier concept, nous allons définir l'image organisationnelle selon quelques auteurs et étaler son évolution, ses caractéristiques, ses avantages, sa différence avec d'autres concepts similaires, son rôle.

Selon Moëne " L'image d'entreprise est considérée comme un concept plurivoque et flou" (MOËNNE, B., 2008, p.79). En considérant l'image d'entreprise comme un signal, l'auteur montre la possibilité de proposer une démarche intégrant les trois courants permettant une recherche structurée sur le concept. Il propose une nouvelle définition de l'image d'entreprise et analyse les conséquences académiques et managériales de l'image comme signal. Enfin, il propose une méthode de management du concept.

Selon, Libaert, l'image organisationnelle est un concept dont les praticiens éprouvent quelques difficultés à délimiter l'objet. Elle est composée des perceptions, croyances, impressions d'un individu ou d'un groupe à son propos. Avoir une certaine image d'une organisation, c'est la représenter, lui attribuer un certain nombre de caractéristiques, physiques et morales. Cette image, positive ou négative, orientera les comportements et la confiance qui lui seront accordés.

- Les contacts directs, les expériences personnelles avec l'organisation (par le biais de son personnel, de ses produits etc.) ;
- Les informations émises par l'organisation, par son programme identitaire (identité visuelle, publicités, etc.) ;
- Les informations diffusées par une autre source (médias, concurrents communications interpersonnelles avec l'entourage) ;

Selon, CRETU, A. E. et BRODIE « le concept d'image est apparu dans les années 1920 aux États-Unis, en conséquence de différents facteurs tels que la

dislocation croissante des entreprises et la symbolisation qui s'en suit conscience collective et d'apporter une réponse stratégique à un publique de plus en plus concurrentiel et à une opinion publique de plus en plus exigeante » (CRETU, A. E., et BRODIE, R.J., 2007).

L'usage du concept d'image a souvent été critiqué par des auteurs tels que Daniel boostions, qui dénonçait la création de « pseudo événements » par les médias américains et les relations publiques. Il mettait notamment en cause la référence à une image, supposant communicationnelle aurait détourné l'image de son sens premier pour l'assimiler aux résultats de la manipulation de l'opinion.

(CHAMARD C., (2000)

Selon Gilles Marion, il est nécessaire de faire la distinction entre :

- ✓ « **L'image voulue** : Les valeurs et intentions déclarées que l'entreprise souhaite projeter.
- ✓ **L'image diffusé ou projetée** : L'ensemble des significations et des messages émis sur l'organisation ;
- ✓ **L'image perçue ou déposée** : L'ensemble des opinions et représentations qu'ont les publics sur l'organisation ».

Bien qu'elle lui appartienne juridiquement (l'image de marque est considérée par le code de la propriété intellectuelle comme un actif immatériel stratégique), l'entreprise n'est donc pas la seule à décider de son image. Ce qu'elle veut projeter ne sera pas ce qui se formera dans l'opinion. Celle-ci se basera sur toutes les informations diffusées, quelles qu'en soient la source et la véracité.

1.2. *Public*

Le concept « public » s'inscrit dans la tradition de pensée de DANIEL DAYAN (DAYAN, D., Cité par BRETON P., ET PROULX, S., 2009, p.45) et renvoie notamment à un espace public de discussion et à la participation citoyenne dans une sphère publique. Selon Pierre SORLIN, « Un public constitue un milieu. Il engage un certain type de sociabilité et un maximum de stabilité. Cette stabilité s'accompagne d'une capacité de délibération interne » (SORLIN, H., 2004, p.72).

Un public poursuit Daniel DAYAN, « dispose d'une capacité de performance. Il procède à des présentations de soi face à d'autres publics » (DAYAN, D., Cité par BRETON P., ET PROULX, S., 2009, p.34). « Un public est susceptible de traduire ses goûts en demandes » (DAYAN, D., Cité par BRETON P., ET PROULX, S., 2009, p.34).

Enfin, comme le conclue DAYAN, « Un public ne peut exister que sous forme réflexive. Son existence passe par une capacité à s'auto-imaginer par des

modes de représentation du collectif, par des ratifications de l'appartenance » DAYAN, D., Cité par BRETON P., ET PROULX, S., 2009, p.34).

- Audience

Selon le dictionnaire français¹, le terme audience issu du latin « audientia », signifie nombre de personnes à l'écoute d'une station de radio ou télévision pendant une tranche horaire donnée. Pour Daniel DAYAN, l'audience « ne répond ni à un impératif de sociabilité, ni à une obligation de performance. L'audience ne se constitue qu'en réponse à une offre, elle est le produit d'une construction discursive réalisée par des tiers à l'intention d'autres tiers » (DAYAN, D., Cité par BRETON P., ET PROULX, S., 2009, p.56).

Sociologiquement parlant, le concept de public est particulièrement difficile à manipuler (...), les risques sont grands quand il s'agit de dresser le portrait d'un public particulier car hétérogénéité semble le trait dominant de nombreux publics : il ne suffit pas d'assister à la sortie d'un stade pour pouvoir dire quelque chose de général sur le public d'un match » (ESQUENAZI, JL., 2003, p.3).

Dans cet état de chose, nous distinguons le public selon l'horizon culturel. Le terme « masse », en effet renvoie à une évaluation à la fois quantitative et qualitative : soit à l'ensemble de la population, soit à la catégorie de la population jugée peu lettrée » (MABIALA, P., 2014-2015, p.105). C'est un public caractérisé par une forte capacité d'interpréter selon son profit affectif ou cognitif. Ceci corrobore à ce que disait CERTEAU « Il y a une créativité de gens ordinaires qui s'exprime dans leurs pratiques de consommation et leurs usages de médias » (CERTEZALD, D., Cité par BRETON, P., ET PROULX S., *Op.cit.*, p.252). Ce public est constitué de plus des femmes de tranches d'âges confondues que des hommes.

2. Méthode et théorie

En premier lieu, pour qu'un travail scientifique soit bien élaboré, il doit répondre aux exigences de la méthode et des techniques d'investigations bien appropriées.

Les chercheurs qui travaillent dans un même domaine ou dans les domaines très variés, peuvent acquérir des méthodes assez différentes au cours de leurs recherches ; donc, chaque chercheur peut se situer dans différentes méthodes pour exposer et appréhender les phénomènes sociaux. Ceci étant chaque méthode privilégie sa vision du monde pour aborder l'étude des sciences sociales.

(RUSS J., 2002, p. 12).

¹ Dictionnaire de la langue Française, *Op.cit.*

En vue de crédibiliser nos résultats, les rendre reproductifs et vérifiables, nous avons appliqué dans cette étude, la méthode d'analyse de contenu à travers ces étapes : la pré-analyse, le codage et les unités de comptage, la catégorisation, l'inférence et interprétation des résultats. Cette méthode a servi dans l'analyse et à interpréter les contenus de communication de la police d'intervention à savoir : les images des bavures policières. Et pour récolter les données, nous avons recouru aux techniques ci-après : documentaires, d'observation, et d'interview libre. En deuxième lieu, tout problème de recherche doit premièrement s'intégrer dans une perspective théorique générale qui garantit l'intégration de la recherche dans la communauté scientifique. A partir de cette perspective théorique générale, le chercheur doit deuxièmement concevoir un cadre théorique spécifique à l'objet d'étude.

Par conséquent, nous nous inscrivons dans la perspective théorique de la représentation sociale telle que développée par DENISE JODELET (spécialiste en représentation sociale et enseignante à l'école des hautes études en sciences sociales de paris) en vue de pénétrer la pensée sociale de la population sous étude.

3. Le corps du sujet dans la logique du travail

3.1. Police Nationale Congolaise et son image : Analyses

- Les images des bavures policières (pré-analyse)

Au départ, il sied de souligner que notre question principale de recherche se rapporte sur le pourquoi de l'image de la police nationale congolaise ternie auprès de l'opinion ? De ce fait, les images des bavures policières sont au nombre de 4. Elles constitueront notre corpus d'analyse qui est composé de 2 types de documents à savoir : d'une part, les documents non produits par nous chercher : les images des bavures policières de la ville province de Kinshasa et d'autre part, les résultats de l'enquête que nous avons menée. Retenons que les documents (images) en question qui seront analysés ne sont pas produits par le chercheur que nous sommes. Certes, le choix de ce corpus est étroitement lié avec notre problématique susmentionnée et obéit à certains critères notamment : la disponibilité, la prise en compte du contexte de production, l'authenticité, la pertinence et la complétude.

Image 1



Arrestation inhumaine d'un civil par deux policiers et un autre présentant une arme dans une position de tirer à bout portant.

Source : <https://www.radiookapi.net/2021/08/02/emissions/okapi-service/bavures-policieres-en-rdc-quelles-peines-sexposent-les-auteurs>. Publié le 02/08/2021 - 17 :51

Image 2



Arrestation brutale de deux civils entrant d'être placé sans dignité dans une jeep defender dans une répression d'une manifestation pacifique.

Source : <https://capsud.net/2021/07/28/bavure-policiere-on-en-a-assez-de-servir-de-chair-a-canon-disait-autrefois-felix-tshisekedi/>

Image 3



Source : <https://www.afriwave.com/2021/12/19/rdc-mort-dolivier-mpungatshibanda-des-images-inacceptables-dune-bavure-policiere/>

Un civil déshabillé, menotté et torturé dans un des Anglos de la Police. Ce monsieur a été tabassé à demi-mort. Et l'on en prendra, qu'il était mort par hémorragie et de ses blessures.

Image 4



Source:

<https://www.sangoyacongo.com/2019/02/drame-kinshasa-5-policiers-battent-mort.html>

Après avoir roué de coups, placé sous les pieds des policiers dans une jeep defender dans l'objectif de l'anéantir physiquement en l'administrant de coup de baïonnettes.

-Le codage et les unités de comptage

Notre unité d'enregistrement est les personnages. Il s'agit des personnes à repérer dans les images. Par ailleurs, notre unité de contexte est les bavures policières en république démocratique du Congo en générale et dans la ville province de Kinshasa en particulier.

<i>Images des bavures policières</i>	<i>Unité d'enregistrement</i>	<i>Unité de numération</i>	<i>Unité de contexte</i>
Image 1	Arrestation brutale d'un civil (personnage)	Le mot « <i>arrestation</i> » est répété 4 fois dans l'article.	Nous sommes dans un contexte de bavures policières. (répressions d'une manifestations pacifiques).
Image 2	L'arrestation inhumaine d'un civil (personnage);	Le mot « <i>image ternie</i> » est répété 3 fois.	Nous sommes dans un contexte d'une arrestation brutale ; (bavures policières)
Image 3	Personnage au nom d'Olivier punga menotté et torse nu,	Les mots « <i>tabassé et mort</i> » sont répétés 3 fois.	Nous sommes dans un contexte d'une arrestation avec

	tabassé à mort par la PNC		menotte et à la mise à taba d'un civil, blessé et mort de ses blessures. (bavures policières)
Image 4	Un paisible citoyen, placé sous les pieds des policiers dans une jeep defender.	Le mot « <i>dénigrement</i> » est répété 2 fois.	Nous sommes dans un contexte d'arrestation incivique d'un chef des wewa de lemba, tabassé à mort.(bavures policières)

Catégorisation

Sources	Catégorie	Fréquence
Image 1. Source : https://www.radiookapi.net/2021/08/02/emissions/okapi-service/bavures-policieres-en-rdc-quelles-peines-sexposent-les-auteurs . Publié le 02/08/2021 - 17 :51	La présence policière	4 policiers 3 policiers en action

		2 policiers ceinturent un civil
<p>Image 2.</p> <p>Source : https://capsud.net/2021/07/28/bavure-policiere-on-en-a-assez-de-servir-de-chair-a-canon-disait-autrefois-felix-tshisekedi/</p>	<p>Arrestation inhumaine d'un civil par les policiers</p>	<p>4 policiers en action</p> <p>2 policiers devant pour faciliter le travail dénigrant de la PNC</p>
<p>Image 3.</p> <p>Source : https://www.afriwave.com/2021/12/19/rdc-mort-dolivier-mpunga-tshibanda-des-images-inacceptables-dune-bavure-policiere/</p>	<p>Un civil menotté et torse nu dans un local de la PNC</p>	<p>0 policier dans le local</p> <p>4 policiers à l'extérieur comme surveillant du local après l'avoir tabassé à demi-mort</p>

<p>Source : https://www.sangoyacongo.com/2019/02/drame-kinshasa-5-policiers-battent-mort.html</p>	<p>Les policiers entrant de mettre à taba un civil pour le en dessous de jambes des policiers dans une jeep defender.</p>	<p>Plus de 6 policiers en présence 1 policier en action 2 policiers en renfort</p>

-Interprétation, inférence et suggestions

D'entrée de jeu, les contenus communicationnels qui constituent notre corpus d'analyse sont les images de bavures policières dans la ville province de Kinshasa. Elles démontrent à suffisance comment peut-on qualifier la police d'intervention de notre pays. Certes, le choix de ce corpus est étroitement lié avec notre problématique susmentionnée et obéit à certains critères notamment : la disponibilité, car il y a plusieurs informations qui témoignent les actions des agents de la police d'intervention de la RDC, la prise en compte du contexte de production. Nous sommes dans un contexte où, ça devenait un peu du trop dans les actions peu honorant de la police d'intervention et l'authenticité de ses actions sont certaines car, avec l'avènement des nouvelles technologies de l'information et de la communication, les informations sont à la portée de tous.

Du point de vue de la catégorisation de notre corpus, le titre sur lequel porte l'image est la désacralisation de la tenue policière. En décordant ces images, nous diront que Formellement parlant, les policiers d'intervention en tenu, transportant un civil pour le placer dans un defender de manière humaine, vient renchérir l'image négative de la police d'intervention auprès de l'opinion. Nos

hypothèses émises précédemment viennent renforcer qui stipulaient que l'image de la police d'intervention est ternie à cause de certaines actions que poseraient cette unité, peu importe l'infraction commise par les hommes en uniforme, il faudrait cas même un certain respect de la dignité humaine.

A cet effet, pour ce qui est du codage et les unités de comptage, affirmons que l'unité d'enregistrement, les mots « *arrestation, dénigrement, brutal* » sont revenus à plusieurs reprises, l'arrestation est tout à fait juridique et conforme à la loi mais la manière de la faire parfois ternisse l'image de ses auteurs. Raison pour laquelle, les actes d'arrestations inhumaines contribuent à la mauvaise image de la police d'intervention. Ces mots sont revenus plus de 6 fois. Nous sommes dans un contexte de répressions d'une manifestations pacifiques qui fait la une auprès des policiers d'intervention. Dans la première image, il s'agit d'une arrestation avec menotte et à la mise à taba d'un civil, blessé et mort de ses blessures. Souvent, on se pose plusieurs questions, la police est pour protéger les peuples ou être son ennemi. Par ailleurs, il y a eu arrestation incivique d'un chef de taxi moto de la commune de Lemba à Kinshasa, tabassé à mort. Ces pratiques constatées ne permettent pas une bonne image de marque, la sympathie du public ainsi que la confiance de l'opinion. Notre étude a démontré les limites de la police d'intervention, dans le sens que la population est devenue résistante face à elle. D'où, nous proposer à la PNC de mettre en action une police de proximité de porte à porte dans les coins et recoins de la ville de Kinshasa qui travaillera en synergie avec la population en vue de se familiariser dans le but de créer un climat de confiance mutuelle, de la sympathie dont l'objectif serait de promouvoir un travail de qualité de revalorisation de son image de marque.

Conclusion

Notre étude a analysé les images de bavures policières commises entre le 28 septembre au 30 septembre 2018 dans la ville de Kinshasa en RDC. La méthode d'analyse de contenu a été d'utilité certaine car, elle nous a permis de dégager le contenu caché de notre corpus. L'objectif poursuivi est celui de revaloriser et pérenniser l'image de la police d'intervention congolaise à travers quelques suggestions durables. Les résultats ont montré que la population kinoise à 84% a une perception négative de la Police Nationale Congolaise à cause des leurs bavures répétitives commises sur terrain. De ce fait, quelques solutions ont été proposées pour revaloriser son image ternie. Les résultats ont montré que la population kinoise à 84% a une perception négative de la Police Nationale Congolaise à cause des leurs bavures répétitives commises sur terrain. De ce fait, quelques solutions ont été proposées pour revaloriser son image ternie.

Partant de la problématique et de nos hypothèses formulées au début de cette recherche, les solutions issues des investigations menées sur terrain se résument autour de deux axes, à savoir : résolution du problème de l'image de la PNC et le public kinois du point de vue physique par le réveil du service éthique et morale suivi d'une police de proximité en renforçant considérablement l'effectif des policiers dans toute l'étendue. En effet, en abordant cette recherche, nous avons suggéré à la PNC de Relever le niveau de recrutement eu égard aux besoins du service : qualités physiques et intellectuelles, enquête de moralité approfondie exigée ; Interdiction formelle de fumer, prendre l'alcool en plein service à tous les policiers. Aux autorités politico-administratives, de savoir que le problème la revalorisation de l'image de marque de la police nationale congolaise n'est pas la chasse gardée exclusivement de la police mais l'affaire de tous ; Peut-importe les comportements des policiers, lorsqu'ils sont en plein, respectons leurs ordres car, ils agissent au nom de l'Etat ; Quant aux moyens pour réaliser ce rapprochement, il faudrait d'abord penser au changement de comportement des policiers en vue de s'attirer la confiance de la population Kinoise et ensuite, les motiver avec un salaire adéquat. L'objectif final est de revaloriser l'image de la PNC, de façon plus générale, pour répondre aux problèmes complexes du contrôle social.

Références bibliographiques

- BOURDIEU, P., *Réponses pour une anthropologie réflexive*, Paris, Seuil 12, p.57, 1997 ; lire aussi J. HAMEL, *Quelques remarques sur la singularité en sciences exactes, en mathématiques et dans les sciences humaines* » in DIOGENE, 1993, Vol. 16, N °1, p.1
- CHARAUDEAU, P., *Le discours politique : les masques du pouvoir*, Bruxelles, Lambert-Lucas, 2014, p.234.
- CROZIER, M., *L'entreprise à l'écoute*, Paris, InterEditions, 1989, p.145.
- DELAPORTE, Y., *L'objet de la méthode*, Paris, P.U.F, 1998, p.168
- DEREZE, G., *La croisée des regards, éléments pour une ethnologie active*, Ed presse universitaire de bordeaux, 1994, P. 17
- DIKANGA, K., et JEAN, M., *la communication politique et le nouvel espace public congolais (RDC)*, Paris, L'Harmattan, 2013, p.210.
- DUMAS, M., *Les relations Publiques, une profession en devenir*, Paris, Presse de, 2015, p.423.
- FUEYO, C., *L'entreprise peut-elle gérer la construction de son e-réputation corporate afin d'en influencer sa perception en utilisant la voix de ses employés via le contenu de leur « Profil » sur les réseaux sociaux ?* Thèse de Doctorat, Toulouse, Université de Toulouse, 2015, p.445.

- GERSTLE, J., *La communication politique*, Paris, Armand Colin, 2016, p.145.
- GUICHARD, J. et HUTEAU, M., *Psychologie de l'orientation*. Paris : Dunod. 2001. 334p.p.143.
- HERBIG, P. ET MILEWICZ, J. (1993). The Relationship of Reputation and Credibility to Brand Success. *Journal of Consumer Marketing*. 10:1.5-10.
- HERBIG, P., MILEWICZ, J. et Golden, J. (1994). A Model of Reputation Building and Destruction. *Journal of Business Research*. 31.23-31.
- JODELET, D., *Les représentations sociales : phénomènes, concepts et théorie*, Paris, PUF, p. 357.