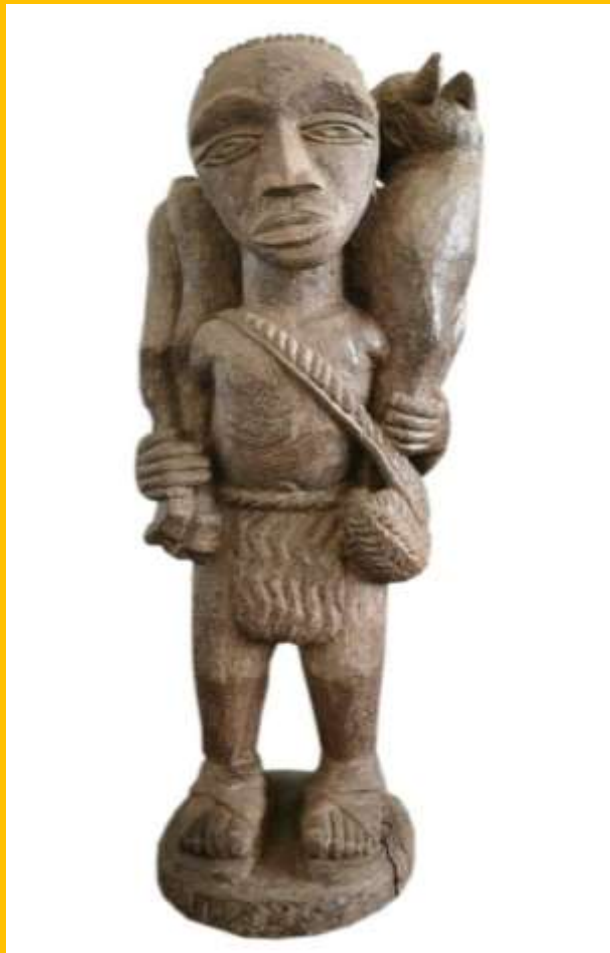


NTELA

_____ N° 03, Vol. 2, Janvier-Juin 2022 _____



ISSN : 2789-3588

**Revue du Centre Universitaire de Recherche
sur l'Afrique (CURA)**

Faculté des Lettres, Arts et Sciences Humaines/Université Marien
Ngouabi, Brazzaville (République du Congo)
BP : 2642, E-mail : cura.congobrazza@gmail.com
Tél. : + 242 066690087 / 055769593 / 044108897

Couverture : Figure de chasseur bantou de l'Afrique centrale. Statuette collectée par le Laboratoire d'Anthropologie et d'Histoire (actuelle Faculté des Lettres, Arts et Sciences Humaines de l'Université Marien Ngouabi), entre les années 1975 et 1980. Dans les langues kongo de cette sous-région, le bon chasseur est justement appelé « *NTELA* ». Par métonymie, ce nom symbolise l'homme constamment animé par la quête des savoirs et des connaissances ; un scientifique qui cherche, qui trouve et qui partage ses trouvailles avec les autres au moyen de la publication.

Les opinions exprimées dans les différents textes publiés ici sont celles de leurs auteurs. Elles n'engagent nullement la Revue *NTELA*

Faculté des Lettres, Arts et Sciences Humaines/Université Marien
Ngouabi, Brazzaville (République du Congo)
E-mail : cura.congobrazza@gmail.com

NTELA

_____ N° 03, Vol. 2, Janvier-Juin 2022 _____

ISSN : 2789-3588

**Revue du Centre Universitaire de Recherche
sur l'Afrique (CURA)**

Faculté des Lettres, Arts et Sciences Humaines/Université Marien
Ngouabi, Brazzaville (République du Congo)
BP : 2642, E-mail : cura.congobrazza@gmail.com
Tél. : + 242 066690087 / 055769593 / 044108897

Publications semestrielles de la Revue NTELA

Directeur de publication

Yvon-Norbert GAMBEG

Rédacteur en chef

Jean Félix YEKOKA

Comité de rédaction

Jacques Nkeoua Oumba, Paul Kibangou, Régina Patience Ikemou, Rony Dévyllers Yala Kouanzi, Samuel Kidiba, Dieudonné Mouakouamou Mouendo, Didace Kevin Kouloungou Boungou, Jean-Bruno Bayette, Dreid Miché Kodja Manckessi.

Comité scientifique

Jean-François Owaye, Professeur, Université Omar Bongo (Gabon), Miche-Alain Mombo, Professeur, Université Marien Ngouabi (Congo), Georges-Claude Tshund'Olela, Professeur, Université de Kinshasa (RD. Congo), Omer Massoumou, Professeur, Université Marien Ngouabi (Congo), Françoise Blum, Professeur, Université Paris 1, Panthéon Sorbonne (France), Bienvenu Boudimbou, Maître de Conférences, Université Marien Ngouabi (Congo), Joachim Emmanuel Goma-Thethet, Professeur, Adon Simon Affessi, Maître de Conférences, Université Peleforo Gon Coulibaly Korhogo (Côte d'Ivoire), Université Marien Ngouabi (Congo), Dieudonné Tsokini, Professeur, Université Marien Ngouabi (Congo), Pierre Yvon Ndongo Ibara, Professeur, Université Marien Ngouabi (Congo), Joseph Zidi, Maître de Conférences, Université Marien Ngouabi (Congo), Henri Yambéné Bomono, Professeur, Université Yaoundé 1 (Cameroun), Jean Félix Yekoka, Maître de Conférences, Université Marien Ngouabi (Congo), Rogacien Tossou, Maître de Conférences, Université d'Abomey-Calavi (Bénin), Université Marien Ngouabi (Congo), Yvon-Norbert Gambeg, Professeur, Université Marien Ngouabi (Congo), Sophie Pulchérie Tape, Maître de Conférences, Université Peleforo Gon Coulibaly Korhogo (Côte d'Ivoire), Amuri Mpala Lutébélé, Professeur, Université de Lubumbashi (RD. Congo), Didier Ngalebaye, Maître de Conférences, Université Marien Ngouabi (Congo).

Infographie : Dreid Miché KODIA MANCKESSI

SOMMAIRE

Le mot de la rédaction	13
-------------------------------	----

Articles

I. SOCIOLOGIE-ANTHROPOLOGIE-PSYCHOLOGIE

Modernité et rapports sociaux de genre dans les ménages musulmans de la commune de Cocody-Abidjan : une analyse à partir de la structure sociale des dépenses

Vasséko KARAMOKO, Martine GBOUGNON, Fanta BAKAYOKO 17

Violences conjugales faites aux femmes dans le premier arrondissement de la ville de Parakou au nord Bénin

Soulé EL-HADJ IMOROU, Bignon T. Clarisse TAMA 39

Les pesanteurs sociales du déficit de participation des femmes au programme de don de sang à Yopougon SICOI (Abidjan, Côte d'Ivoire)

Kando Amédée SOUMAHORO 55

Côte d'Ivoire : la réconciliation nationale à l'épreuve de l'ethnicité politique

Koffi Parfait N'GORAN, Gninnan Hervé COULIBALY, Nanfouhoro Paul-Kevin OUATTARA 79

Le rapport à l'épargne chez les cacaoculteurs de l'entreprise coopérative des agriculteurs modernes de Méagui (ECAMOM) à la microfinance ADVANS : aux pratiques de digitalisation à l'exclusion bancaire

Hubert Kouassi KOUADIO 103

Regards croisés des acteurs des médias sur la communication de crise dans le contexte de COVID-19 au Mali

Ismaila FAMANTA, Abdourahmane COULIBALY 121

Utilisation du gaz butane comme carburant par les conducteurs de taxis de la ville de Yamoussoukro en Côte d'Ivoire Bah Isaac KOUAKOU	147
Les enjeux sanitaires et environnementaux liés à l'usage des pesticides dans l'agriculture périurbaine à Korhogo (Côte d'Ivoire) Yao Claude AKOUÉ	169
Le <i>Tchologo</i> , rite initiatique senoufo du peuple niarafolo de la localité de Ferkessédougou (Nord de la Côte d'Ivoire) Lacina YEO	191
Désinstitutionnalisation et orientation scolaire et professionnelle des personnes porteuses du handicap au Togo Ati-Mola TCHASSAMA	207

II. SCIENCES DE L'ÉDUCATION-COMMUNICATION

Le paradigme de la communication engageante dans la lutte contre la COVID-19 en Côte d'Ivoire Oumar SORO NANGAHOUOLO, Prosper SIKI KOUAMÉ	223
Études des rendements scolaires des auditeurs des cours du soir aux examens d'État au secondaire dans la commune de Yopougon Kouéiwon Gaspard INANAN	245

III. LITTÉRATURE-SCIENCES DU LANGAGE-ANGLAIS

La tradition : le potentiel facteur concurrentiel à l'éducation de la jeune fille Marie-Pauline SÉKA CHIAYÉ	263
<i>Vents solaires</i> de Serge Eugène Ghoma Boubanga : une poétique de l'indicible Ourbano MBOU-MAKITA	275
Premises and Images of War in African Poetry Anicet Odilon MATONGO NKOUKA, Louis Marain MOKOKO AKONGO, Jean-Marie SOUNGOUA	289
Creative Writing as a Reader-Response Process in African Literature Hodabalou ANATE	305

Towards Objectives Achievement in Bediako Asare's <i>Rebel</i> Kangnivi KODJOVI	321
Euripides' Influence on Shakespeare: An Intertextual Reading of <i>Helen</i> and <i>A Midsummer Night's Dream</i> Biava Kodjo KLOUTSE, Casimir Comlan SOEDE	337
Slave Narrative Writing: The Expression of Black American Dispossession and Mnemonic Repossession Serge Lazare OUEDRAOGO, André KABORÉ	353
Intra-Racial Conflict in Suzan-Lori Parks's <i>Topdog/Underdog</i> Yao Katamatou KOUMA	371
Social perception of media in a conflicting environment in wole soyinka's <i>you must set forth at dawn</i> Fougnigué Madou YEO	387
Brevity for Posterity: George Washington's Second Inaugural Address and its Influence on the American History Moïse KONATÉ	403

LE MOT DE LA RÉDACTION

Les membres du Comité de rédaction de la revue *Ntela* sont heureux de publier ce second volume du troisième numéro. C'est un honneur et un réel plaisir pour eux de publier – dans le dessein de les diffuser et de les vulgariser – les résultats des recherches de plusieurs enseignants-chercheurs et chercheurs originaires du Burkina Faso, du Cameroun, du Congo, de la Côte d'Ivoire, du Gabon, du Mali et du Togo. De la sorte, ils contribuent à la promotion de la recherche en Afrique, aux côtés des esprits illuminés, soucieux d'apporter des réponses aux problèmes auxquels sont confrontées leurs sociétés, par la recherche et la production scientifiques.

Les textes publiés dans ce volume confirment l'option interdisciplinaire choisie par *Ntela*. Ils viennent de disciplines scientifiques aussi diverses que la sociologie, l'anthropologie, la psychologie, la littérature, les sciences du langage. Pour éviter une dispersion susceptible de brouiller leur structuration interne, ces textes ont été regroupés autour de trois sections. La première, liée de la sociologie, à l'anthropologie et à la psychologie, compte dix articles. Les textes relevant des sciences de l'éducation et des sciences de la communication forment la deuxième section. Quant à la troisième section, elle compte dix articles, issus de la Littérature et des Sciences du langage.

Rendez-vous est pris pour le quatrième numéro de la Revue *Ntela* à paraître en décembre 2022. En attendant, nous espérons que les lecteurs s'imprégneront de la substance des articles de ce volume et tireront un meilleur profit des richesses savantes qu'ils portent en eux.

La rédaction

I. SOCIOLOGIE-ANTHROPOLOGIE-PSYCHOLOGIE

Regards croisés des acteurs des médias sur la communication de crise dans le contexte de COVID-19 au Mali

Ismaila FAMANTA*

Abdourahmane COULIBALY**

Résumé

Le Mali a enregistré son premier cas de Covid-19 officiellement le 25 mars 2020 bien après plusieurs pays ouest africains. Les mesures de prévention ont été peu respectées par la population malgré une large communication autour du sujet. Très peu de contributions scientifiques ont exploré les entraves liées aux stratégies de communication pour comprendre les résistances face aux méthodes préventives. Notre travail se donne comme ambition d'aider à combler ce vide. Nous avons appliqué une démarche qualitative basée sur les entretiens semi – directifs. Nous avons réalisé 52 entretiens semi – directifs avec les acteurs des médias privés et des médias gouvernementaux. La démarche d'analyse des résultats a été basée sur l'analyse de contenu. De nombreux dysfonctionnements liés à l'énonciateur du message, à l'énoncé et au récepteur ont été à l'origine de difficultés de réception de la part du public visé par ces messages. Le contexte local a été peu pris en compte. La conséquence directe de cette inadaptation du dispositif de communication a été la faible application des mesures de prévention de l'épidémie. Pour construire un plan de riposte efficace dans l'avenir, les autorités sanitaires gagneraient à se baser sur les principes universels de la communication de crise tout en articulant ces principes avec les réalités contextuelles locales.

Mots-clés

Covid-19, Communication, Regards, Mali.

Abstract

Mali recorded its first case of Covid-19 officially on 25 March 2020 well after several West African countries. Prevention measures have

*Institut Universitaire de Gestion-(IUG), Université des Sciences Sociales et de Gestion de Bamako (USSGB), Techniques d'Expression et de Communication (TEC).

**Faculté de Médecine et d'Odontostomatologie (FMOS), (Mali) / E-mail : coulibalyabdourahmane@gmail.com

been weakly respected by the population in spite of a large communication around the subject in a tense security and socio-political context. Very few scientific contributions have explored the obstacles related to communication strategies in order to understand resistance to preventive methods. Our work aims to help fill this gap. We applied a qualitative approach based on semi-structured interviews. We conducted 52 semi-structured interviews with private and government media actors. The analysis of the results was based on content analysis. Numerous dysfunctions related to the enunciator of the message, the statement and the receiver were at the origin of reception difficulties on the part of the public targeted by these messages. The local context was not taken into account. The direct consequence of this inadequacy of the communication system was the poor application of measures to prevent the epidemic. To build an effective response plan for the future, health authorities would benefit from basing themselves on universal principles of crisis communication while articulating these principles with local contextual realities.

Keywords

Covid-19, Communication, Perspectives, Mali.

Introduction

La maladie à coronavirus 2019 ou Covid-19, est une pandémie apparue à Wuhan, dans la province de Hubei en Chine centrale, en décembre 2019. C'est une maladie infectieuse émergente provoquée par le coronavirus SARS-CoV-2. La gravité de la pandémie, qui a vite franchi les frontières du monde a incité l'Organisation mondiale de la santé (OMS), à décréter, « en février 2020, l'état d'urgence sanitaire de portée mondiale [...] suivi par la déclaration d'une pandémie mondiale » (OCHA, 2020, p. 5). Le Mali a enregistré ses premiers cas le 25 mars 2020. Ainsi, à l'instar de nombreux autres Etats, il a pris des dispositions pour une large sensibilisation des populations pour l'adoption de mesures barrières afin de limiter la propagation de la pandémie. Parmi ces mesures, l'on peut citer le port du masque, la distanciation sociale, le couvre-feu, la fermeture des frontières. Ces mesures ont été peu respectées par les populations notamment lors des rassemblements (Coulibaly, 2021). Le couvre –feu a même entraîné des contestations sociales marquées par des échauffourées entre les

I. Famanta, A. Coulibaly : Regards croisés des acteurs des médias sur ...

forces de l'ordre et le jeunes à l'intérieur de plusieurs quartiers de Bamako. Le gouvernement a fini par lever le couvre-feu sous la pression populaire.

Un plan de riposte à l'épidémie contenant des mesures curatives et préventives a été mis en place depuis le premier trimestre 2020. Il contient tout un volet dédié à la communication autour de l'épidémie (MSHP, 2020). Il donne des détails sur les activités d'information et de sensibilisation à mener en période d'épidémie sans qu'on ne puisse distinguer clairement en quoi elles sont spécifiques à l'épidémie.

Une approche communicative de la crise consiste à considérer comme pertinentes les dimensions narratives, communicatives, les aspects socioculturels, les définitions individuelles d'un événement critique et les interprétations collectives liées à la gestion d'une crise (Lombardi, 2005).

La communication de crise est devenue un domaine de savoir au fil de la survenue des crises et un des piliers de toute stratégie de gestion de crise. Elle s'articule autour de trois phases principales : phase de prévention, phase de réponse et phase de reconstruction.

Certains travaux se sont intéressés à différentes thématiques liées à la communication de crise (INHESJ, 2020). Une simple recherche sur Google montre que la communication sur le Covid-19 et spécifiquement la communication gouvernementale n'a pas fait l'objet de beaucoup d'études.

Elle a ses spécificités qui la distinguent de la communication classique autour d'un événement. Cette spécificité tient à ses articulations avec une situation de crise. Dans son acception courante, elle fait référence à l'ensemble des stratégies et moyens de communication déployés par une organisation, un Etat, etc., pour faire face à une situation de crise. Elle joue un rôle central dans la gestion de la crise : « Au cœur de dispositif de gestion de crise, la communication est l'élément déterminant qui permet, selon sa plus ou moins bonne maîtrise, de surmonter la crise » (T. Libaert, 2015, p. 7).

D'autres auteurs s'intéressent également au rôle des médias dans la gestion de la crise, la place des rumeurs, les conflits (J. Saucin, 2015). L'ambition d'aider les décideurs et les outiller à faire face aux crises est à l'origine de certains travaux menés sur la dynamique de crise, l'action stratégique et l'apprentissage (P. Lagadec, 1991).

En Afrique, les médias ont largement contribué à répandre les connaissances sur le COVID - 19 au détriment des publications

scientifiques. Les rares travaux en sciences sociales qui se sont intéressés à cette épidémie ont été menés pour aider à l'élaboration de plan de communication dans différents pays (PNUD - Mali, 2020). Le souci d'améliorer la communication gouvernementale a été au centre de certaines réflexions pour aider à construire une communication sociale basée sur l'adoption des mesures de lutte par les populations concernées (B. S-L. Faye, 2020).

Au Mali, la communication sur le Covid-19 est visible à travers notamment des spots (radio-télévision), des communiqués et autres articles de presse de la part des médias d'Etat et privés. Les messages diffusés portent essentiellement sur la prévention (respect des mesures barrières) et l'invitation à se faire vacciner. À l'exception de quelques rares moments (notamment au début de la pandémie), il se trouve que la stratégie mise en œuvre a du mal à convaincre les populations. Le comportement des individus montre, sur la base des enquêtes menées, une faible application de ces mesures barrières : 70,4%, affirme ne pas porter le masque contre 29,5% (A. Koné et *al.*, 2021). Plusieurs organisations internationales ont mis en place des directives dans le domaine de l'information et de la communication. L'OMS a produit des documents qui soulignent le changement de paradigme :

Passer d'une communication directive et à sens unique, qui a caractérisé les premières étapes de la réponse à la COVID-19, à un engagement communautaire et à des approches participatives dont il est avéré qu'elles ont contribué au contrôle et à l'élimination des épidémies dans le passé (OMS, 2020, p. 4).

Le traitement des informations dans la presse a pris diverses formes selon les évolutions de l'épidémie. Lors des 1^{ère} et 2^{ème} vagues, les médias locaux ont régulièrement traité le sujet du Covid-19, mais en général pour diffuser des communiqués, des comptes - rendus, des points de presse, et surtout pour donner des statistiques sur l'évolution de la maladie. Le quotidien national. L'Essor a souvent produit des articles de fond, portant notamment sur le relâchement des mesures barrières¹. Le constat fait montre que le scepticisme ou le déni de la pandémie est un sujet récurrent parmi les questions abordées.

À la différence de la presse gouvernementale, la presse privée s'est surtout fait l'écho d'informations ou de soupçons de fraude dans la

¹ L'ESSOR 27 août 2020 N° 19233 - p.4 -Lutte contre la Covid-19 : Un relâchement quasi général) -Fatoumata Napho.

I. Famanta, A. Coulibaly : Regards croisés des acteurs des médias sur ...

gestion des aides en céréales et autres denrées destinées aux populations vulnérables. La Covid-19 y est aussi perçue comme un business ou comme une arme politique.

En somme, il n'y a pas de « recettes miracles » ou de « procédures standards » (P. Lagadec, 1991, p. 54-87). Certes il y a des « *repères...énoncés comme références* » (P. Lagadec, p. 237) en matière de communication de crise, que les stratégies locales de lutte contre le coronavirus intègrent, mais en théorie seulement, tant leur opérationnalisation s'en est souvent écartée, expliquant en partie le faible impact des messages de sensibilisation. Cette relation entre le porteur du message (le gouvernant) et le récepteur (le gouverné) était déjà mal en point quand survenait la crise dont la gestion politique et sanitaire l'a davantage détériorée, affaiblissant encore plus le discours médiatique.

Au regard de ce qui précède, les médias ont certes diffusé des informations très variées sur la covid-19, mais ils n'ont pas été interrogés eux-mêmes en tant qu'objet de recherche. D'où l'intérêt de ce sujet qui s'est donné comme objectif de comprendre les dysfonctionnements liés aux stratégies de communication mises en place par les autorités sanitaires au Mali du point de vue des professionnels des médias.

Pour atteindre cet objectif, nous avons formulé plusieurs questionnements : Quelle est la stratégie de communication mise en œuvre par les autorités dans la lutte contre le coronavirus ? Comment les acteurs des médias perçoivent-ils les actions de communication réalisées par les médias publics et privés ? La stratégie mise en œuvre répond-elle aux normes d'une communication de crise ?

Nos hypothèses sont les suivantes : (1) Les stratégies de communication des autorités sanitaires sont peu adaptées aux principes d'une communication de crise, (2) Les stratégies de communication mises en place par les autorités sanitaires favorisent la production de contre – normes chez les destinataires des messages. Dans ce travail, nos analyses seront inspirées des réflexions développées par J-P de Sardan (1995) dans le domaine de la socio anthropologie du changement social et du développement. Ces réflexions montrent un fonctionnement social marqué par une interaction entre des acteurs dans une arène locale de développement et une circulation des programmes, des idéologiques.

1. Méthodologie

1.1. La démarche qualitative

Toutes les données de cette enquête ont été collectées à Bamako, de l'épidémie depuis la détection des premiers cas jusqu'à nos jours. C'est aussi la ville du Mali la plus couverte en termes de médias et de ratio journaliste-population.

Pour recueillir les perceptions de nos répondants, nous avons choisi d'utiliser les techniques de collecte des données qualitatives, notamment les entretiens semi-directifs et les Focus Group Discussion (FGD). Ces techniques d'enquête ont l'avantage de s'inscrire dans une démarche compréhensive des phénomènes basés sur un corpus solide de données de terrain.

1.2. Une collecte en 2 séquences

Séquence 1

Elle a concerné les deux premières vagues de la pandémie, soit une première période allant du mois de mars au mois de juillet 2020 (vague1) et une seconde période allant du décembre 2020 au mois de janvier 2021. L'objectif de cette première séquence était de recueillir les perceptions des hommes de médias après deux vagues. Ce qui leur donnait le recul nécessaire pour parler du traitement de l'information sur l'épidémie par les médias.

Séquence 2

Cette seconde séquence correspond à la troisième vague de l'épidémie couvrant globalement la période allant du mois d'avril au mois de mai 2021. Son objectif était d'approfondir certaines informations collectées lors des deux premières vagues et de recueillir les évolutions pertinentes sur l'ensemble des trois vagues épidémiques.

1.3. L'échantillonnage

Un total de 52 personnes a été interrogé sur l'ensemble des deux vagues de l'épidémie. Les participants comprennent des hommes et des femmes, des jeunes (moins de 45 ans) et des moins jeunes (plus de 45 ans). Le tableau suivant donne quelques précisions sur cet échantillon.

Tableau 1 : Répartition des répondants selon le sexe et les différentes vagues de l'épidémie

Séquences de l'épidémie	Hommes		Femmes		Total
	- 45 ans	+ 45 ans	45 ans	+ 45 ans	
Séquence 1	10	8	8	5	31
Séquence 2	9	3	7	2	21
Total	19	11	16	6	52

Sur le plan de l'instruction, 50 participants sur les 52 (96%) ont au minimum un niveau correspondant à la maîtrise dans un domaine de la communication. Deux participants sont détenteurs de doctorat.

1.4. Organisation de la collecte des données

Les guides d'entretiens semi-directifs et les guides pour la conduite des Focus Group Discussion (FGD) ont été élaborés au préalable. Ces outils comportaient des questions pouvant permettre de donner des éclairages sur les stratégies de communication gouvernementale, les formes de résistance des populations face à cette communication gouvernementale.

Les données ont été collectées par un chercheur sénior avec une solide expérience dans le domaine des enquêtes de terrain. Les entretiens ont été effectués le plus souvent en bambara, mais aussi en français, dans les deux langues, le cas échéant. Ils ont été souvent intégralement enregistrés par téléphone et complétés par des prises de notes. La familiarité du chercheur avec les milieux des médias a facilité les contacts avec les répondants. Il avait lui-même pratiqué ce métier dans le passé.

Au-delà des professionnels pratiquant déjà le métier de journalisme, nous avons aussi organisé au total 7 FGD avec les étudiants : 2 à l'IUG, et 5 à la FLLSL/DER-SL. Ces FGD avaient pour objectifs de varier des sources de recueils des données en l'étendant aux étudiants en Master de communication.

D'une vague de l'épidémie à l'autre, il a été nécessaire de procéder à un suivi régulier et prolongé des médias nationaux et internationaux en vue de mieux saisir le traitement qui est fait de la pandémie de Covid-19 au Mali, en Afrique et dans le reste du monde.

Avant de débiter chaque entretien ou FGD, nous soumettions une fiche de consentement libre et éclairé à tous les répondants après

qu'ils aient pris connaissance de la fiche d'information sur l'enquête évoquant entre autres, le but de l'étude, les objectifs, son intérêt.

Toutes les données recueillies ont ensuite été classées en fonction de leur mode de recueil (FGD, entretiens individuels) et des catégories de répondants (professionnels, étudiants). Le codage des données a été fait manuellement avant de donner lieu à une analyse thématique interprétative.

2. Résultats

2.1. *Stratégies de communication de crise du Mali face à la Covid-19*

Les stratégies de communication sur l'épidémie de Covid-19 ont été décrites dans le plan de riposte mis en place bien avant l'éclatement de l'épidémie au Mali. Ces stratégies ont été structurées autour des messages de prévention et d'une sensibilisation régulière de la population (MSAS, 2020).

Selon un cadre du département Production et Documentation au Centre national d'information, d'éducation et de communication pour la santé-CNIECS : « la lutte contre le coronavirus au Mali a été menée en deux phases : la phase d'avant la notification des cas et la phase de l'introduction du virus dans le pays » (Cadre CNIECS).

2.1.1. Avant la notification des premiers cas

Avant le 25 mars 2019, date d'enregistrement officiel des premiers cas dans le pays, les activités menées en matière de communication ont porté sur la prévention des populations, conformément au Plan de riposte phase prévention. Cette phase a surtout consisté à solliciter les médias de masse (radio, presse, télévision essentiellement) pour informer la population sur les mesures à prendre. Ce plan sera actualisé dans le contexte de la Communication de crise et engagement communautaire : « Nous avons élaboré un document référentiel de guide des messages et de gestion des rumeurs. Ce sont deux documents qui ont été élaborés puis validés, qui nous ont guidés dans l'élaboration des messages et la gestion des rumeurs » (Cadre, CNIECS).

2.1.2. La phase de riposte

Cette étape s'est également déroulée en deux temps. En premier lieu, il y a eu la riposte contre la Covid-19 avec le respect des mesures

I. Famanta, A. Coulibaly : Regards croisés des acteurs des médias sur ...

barrières, à travers la mise à contribution des médias et l'engagement communautaire, c'est-à-dire la sollicitation des leaders communautaires comme relais dans la sensibilisation et la mobilisation communautaire. En second lieu, il y a eu la sensibilisation autour de la vaccination.

2.2. Un décalage perçu entre la surmédiation de l'épidémie et la létalité/morbidité associées

Les nombreux répondants que nous avons rencontrés ont mis en avant la sur médiation de l'épidémie qui est vite devenue une « priorité nationale ». Certains d'entre eux ont émis un doute consécutif à ce qu'ils perçoivent comme un « tapage médiatique » : « J'ai voulu poser des questions à un médecin qui m'a répondu que lui aussi voulait me poser des questions sur les raisons de cette surmédiation du coronavirus » (A.G, journaliste, diplômé en Droit).

Pour certains enquêtés, ce « tapage médiatique » n'est pas à la hauteur de l'ampleur de la maladie « annoncée », du nombre de malades et surtout de morts de la Covid-19. Cela ressemble davantage à une arlésienne, voire à la fiction : « Chaque fois qu'on parle de personnes atteintes ou de morts, la question qu'on se pose : où sont-ils ? On ne sait même pas où ; on ne les montre jamais » (Homme de médias, 37 ans).

Contrairement à ceux qui pensent qu'il y a une communication disproportionnée sur le sujet de la pandémie, B.D., la cinquantaine, un cadre du quotidien national *L'Essor*, estime que la communication sur le coronavirus n'est pas suffisante pour pouvoir briser la chaîne de résistance face aux mesures barrières et autres restrictions : « La résistance de la population ? Peut-être qu'on n'a pas suffisamment compris. Il y a eu quelques témoignages de victimes, mais je trouve qu'on n'a pas suffisamment communiqué, sensibilisé la population, etc. ».

L'analyse des données montre qu'il n'y a pas de différences significatives entre les catégories d'acteurs interrogés quand on considère le critère d'âge, de sexe ou encore le niveau d'instruction.

2.3. Une expansion rapide de l'infodémie au détriment de la communication officielle

La crise épidémique est un terreau favorable à la production de nombreuses rumeurs plus ou moins fondées. Il s'agit d'informations

non confirmées publiquement par les sources officielles, soit démenties par celles-ci. Ces différentes situations peuvent être à l'origine de nombreuses incohérences dans la communication. Le parallèle est souvent établi entre ces incohérences et une communication non professionnelle assimilée à de l'amateurisme.

Plus qu'une insuffisance de sensibilisation, la plupart des témoignages souligne cet « amateurisme » de la communication gouvernementale concernant la Covid-19 en donnant des détails pour le caractériser. Tout se passe comme si le vide laissé par la communication gouvernementale est occupé par les rumeurs :

Ceux qui sont censés faire la communication sur la chose sont aux abonnés absents en réalité... Même présentement, les gens continuent de dire qu'il suffit de déclarer qu'on est atteint du Covid-19 pour bénéficier de l'argent, alors que c'est absolument, archi faux (Cadre du journal L'ESSOR).

T.D., 52 ans, journaliste spécialisé en santé, trouve que la méthode et les canaux utilisés n'étaient pas appropriés : « Les messages n'ont pas tenu compte de la mentalité du Malien moyen. La goutte qui fit déborder le vase, c'est la communication amateuriste dans laquelle les messages ont évolué depuis le début de la maladie. ... ».

Les incohérences dans la publication des chiffres ont été nombreuses. Un de nos répondants, 44 ans, A.D., secrétaire et agent de santé, rapporte : « l'Office de radiotélévision du Mali (ORTM) a parlé de *6000 masques pour 300 millions de francs CFA* ». Et, fait-elle remarquer : « ...Les gens appliquent la règle de trois et trouvent comme résultat : 1 masque à 50 000 F. Moi-même j'ai écouté cette information sur l'ORTM... ».

Les erreurs de comptage ont aussi accentué la série des incohérences. Cela est d'autant plus préoccupant qu'il s'agit des statistiques qui jouent un rôle important dans la construction des programmes d'intervention et constituent la référence officielle ou populaire pour se faire une idée de l'ampleur du nombre de personnes touchées. En effet, le communiqué de l'ORTM a fait état de 233 nouveaux cas de Covid-19 en un jour. Dans les faits, il s'agissait plutôt de 149 nouveaux cas en 24 heures au lieu de 233. La clarification est venue plus tard d'un responsable du desk santé de L'ESSOR qui a déclaré qu'il : « s'agissait d'une erreur de comptage » (cadre du journal L'ESSOR). Le même ORTM (communiqué du 30 décembre 2020) a l'habitude de faire état de 233 nouveaux cas de

I. Famanta, A. Coulibaly : Regards croisés des acteurs des médias sur ...

Covid-19 en un jour. C'était là-aussi une erreur de comptage rectifiée notamment par Radio Rempart qui a précisé qu'il n'y avait eu véritablement que « 149 nouveaux cas en 24 heures au lieu de 233 » ; correctif confirmé, plus tard, par un cadre avisé du journal L'Essor qui publie régulièrement les statistiques sur la Covid-19 : « Il s'agissait d'une erreur de comptage » (Cadre du journal *L'Essor*).

Dans une situation de peur de l'épidémie, les faits et gestes des dirigeants sont scrutés pour juger leur conformisme par rapport aux mesures de prévention. Le moindre détail est alors amplifié et est interprété à travers une question très simple : « est-ce qu'ils font ce qu'ils disent ? ».

C.A., 49 ans, enseignant, observe à propos du centre où le président de la République a effectué son vote lors des élections présidentielles de 2018 : « Il semblerait que le président se serait rendu à son centre de vote avec un kit personnel, son flacon d'encre personnel. Il aurait dû faire comme tout le monde ; cela renvoie une mauvaise image de lui ; c'est en contradiction avec ce qu'ils ont annoncé plus tôt ».

Cet écart entre ce que l'on fait et ce que l'on dit peut découler de la domination du pouvoir religieux qui prime la logique médicale. Tout se passe comme si les rassemblements religieux ne sont pas logés à la même enseigne que les autres rassemblements vis-à-vis des mesures de prévention puisqu'ils sont tolérés ou s'imposent aux décisions politiques. V.S., 53 ans, communicateur, spécialisé en santé :

La grande majorité (les gens simples, les religieux...) est libre de faire ce qu'elle veut ou laissée à son sort ; les pouvoirs publics de même, avec la prière de la fête de ramadan à Koulouba) ; toute chose contraire au sens de la responsabilité de l'État, en devoir de protéger ses citoyens, même malgré eux si nécessaire.

Cette prise de liberté vis-à-vis du risque de contamination constatée lors des événements politiques (les élections) et les événements religieux (prières collectives) a créé le sentiment que les autorités politiques et religieuses vont à contre-courant de la logique préventive et participent à la propagation de l'épidémie.

Les propos tenus par certains officiels ont amplifié à la confusion dans un contexte où les actes incohérents se démultiplient au fur et à mesure que le temps passe. Une des premières erreurs de ce genre est ainsi venue du très contesté président de l'Assemblée nationale qui venait d'être fraîchement porté à la tête de cette institution, en date du

11 mai 2020 : « Nous allons tout faire pour que les Maliens subissent le coronavirus » (Radio Renouveau F 22 juin 2020-Revue de presse en bambara 10h30 / M.S. et I.C).

2.4. Un clivage public-privé dans le traitement de l'information sur le coronavirus

Un de nos répondants, B.N., 54 ans, agent d'ONG, constate avec regret qu'« ...en matière de communication, tout passe par l'ORTM ; Il n'y a pas que l'ORTM... ».

À l'opposé de l'ORTM, les messages diffusés sur les médias privés sont plutôt critiques et ont tendance à souligner les problèmes de gouvernance. Certains discours sur ce plan ont été reconduits pour l'épidémie de coronavirus.

‘Le coronavirus nourrit plus d'hommes qu'il ne tue’ : « Ça a été le favoritisme, le clientélisme, un business (‘anfèri’ en bambara) » (MS. Et I.C., animateurs). La rhétorique dénonciatrice s'est largement répandue dans les médias pour attirer l'attention sur les pratiques des autorités. « ‘Elections coronavirus’, ‘Arrêt coronavirus’ [en référence à l'arrêt de la Cour constitutionnelle sur le 2^{ème} tour des législatives 2020] ... »². L'animateur en tire une conclusion sans ambages : « C'est du ‘je m'en foutisme’, la politique de l'autruche. Toutes les conditions réunies pour une propagation dangereuse de la pandémie.

Plus tard, la même radio commente un constat du même journal sur une énième incohérence des autorités politiques qui ont eu tendance à privilégier la logique politique au détriment de la prévention de l'épidémie :

Pour qui roule la direction du Palais des Sports ? On refuse l'accès aux sportifs pour raison de coronavirus et on l'autorise au mouvement pro-régime CFR (Convergence des Forces Républicaines) pour y tenir un meeting de soutien au président de la République et aux institutions ?

Pour réparer le déséquilibre créé par le monopole de l'ORTM et se tourner vers une quête d'efficacité basée sur la multipolarité, certains de nos répondants préconisent une plus grande implication des acteurs non gouvernementaux, y compris les patients dans la communication autour de la Covid-19 : « La communication sur la Covid-19 est

² Extrait de l'éditorial de L'Indicateur du renouveau du 27 mai 2020.

I. Famanta, A. Coulibaly : Regards croisés des acteurs des médias sur ...

désastreuse et gagnerait mieux en efficacité, d'abord en impliquant davantage les ONG, la Société civile, les ministères, etc. », puis en s'appuyant sur les témoignages... ».

Les commentaires des médias font souvent allusion à des références religieuses pour expliquer la survenue de l'épidémie. La sanction divine en réponse aux mauvais agissements des fidèles est souvent l'argument privilégié pour expliquer la propagation de l'épidémie : « Les partisans du prophète 'Louti' avaient été anéantis justement à cause de l'homosexualité et, si l'Afrique du Sud souffre beaucoup de la Covid-19, c'est parce qu'elle a légalisé le mariage entre homosexuels... » (M. K., 2021, promoteur d'une radio islamique).

Les médias exclus qui se sont transformés en médias d'opposition ont adopté une posture qui a menacé l'efficacité de la campagne médiatique contre le coronavirus : « Ce côté-là n'a pas marché parce que tout le monde n'a pas été impliqué. Dans une communication de crise, il faut l'ensemble des médias, il ne faut pas exclure ; ceux qui n'ont pas été concernés vont essayer de saboter la campagne ; et c'est ce qui a été fait justement » (cadre du C NIECS).

2.5. Des témoignages de patients assimilés à des stratégies de manipulation de l'opinion publique

Des témoignages, il y en a eu de temps en temps sur l'ORTM. D'où viendrait le scepticisme du public avec les contenus véhiculés ? Dans l'imaginaire populaire, toute action menée avec un financement des puissances occidentales est perçue comme un moyen d'asseoir leur hégémonie, leur idéologie dans tel ou tel domaine. Les maliens qui travaillent pour le compte de ces projets sont souvent accusés de s'être rendus et de s'enrichir en manipulant l'opinion publique. Pour O.D., le message ne passerait pas dès lors que « ... Les populations ne peuvent s'identifier à ceux-là qu'on montre : des personnes qui auraient pris de l'argent pour attester de l'existence de la maladie ».

2.6. Des contre – stratégies perçues comme plus efficaces

Face à tous ces constats soulignant l'inefficacité de la communication gouvernementale, des propositions d'amélioration ont été faites par certains répondants. Ces propositions mettent avant tout l'accent sur la dimension gnoséologique : « ils peuvent sensibiliser dans les

établissements scolaires, dans les marchés, et même dans les transports en commun » (Journaliste spécialisé en santé).

3. Discussion

La communication occupe une place privilégiée dans le dispositif de riposte contre les épidémies. L'épidémie de la COVID-19 n'échappe pas à cette règle. Il existe un lien de réciprocité entre la crise épidémique et la crise de l'information :

Toute crise est aussi une crise d'information... La réalité construite par les médias deviendra bientôt la réalité prise en compte, y compris à haut niveau... Le journaliste est bien constructeur de récit plutôt que simple canal de transmission direct entre "la" réalité et le public... (P. Lagadec, 1984, p.113-123).

La stratégie de communication mise en œuvre par les autorités maliennes souligne des ruptures avec les « normes » ou « standards » édictés en matière de communication de crise. Les explications avancées par les acteurs des médias relèvent de nombreux dysfonctionnements reliés à l'émetteur pour certains d'entre eux, à la transmission du message et au récepteur pour d'autres.

D'ordinaire, le média privilégié par les pouvoirs publics est l'ORTM en sa qualité de média d'Etat. Or, la très grande majorité (269 enquêtés sur 373) des Maliens reproche aux médias d'Etat d'être au seul service du pouvoir en place. Pour eux, ces médias sont inféodés au pouvoir ; ce sont des 'trompettes' du pouvoir ; ils ne font que de 'l'intox', etc. (I. Famanta, 2013, p. 147-150).

Une communication verticale ou unilatérale basée sur les médias de masse a, en général, peu d'impact dans le contexte d'une épidémie. C'est ce qu'indique *Libération* en France, en se fondant sur le rapport d'un collectif d'experts en promotion de la santé : « Le recours à une communication pyramidale descendante ne permet pas les remontées de terrain et ne favorise pas l'adaptation des messages aux différentes situations et temps de l'épidémie »³.

Dans ces conditions, les seuls communiqués de presse souvent organisés par la commission nationale Covid ou les interventions des

³ Journal, *Libération* du 15 février 2021, COVID – 19 : Une communication inadaptée depuis le début, Tribune.

I. Famanta, A. Coulibaly : Regards croisés des acteurs des médias sur ...

médias fortement centrées sur la prévention ne sont pas de nature à rassurer et encore moins à construire la pédagogie nécessaire et la cohérence d'ensemble. Ils ne sont pas à mesure d'expliquer les stratégies adoptées, donner les réponses aux inquiétudes des citoyens et, en même temps, faire face aux fake news qui se propagent sur les réseaux sociaux ou à travers le « bouche à oreille ». Autant la communication gouvernementale a dévalué les autres formes de communication sur l'épidémie, autant elle est loin de constituer une parole crédible comme le soulignent R. Bontemps et *al.*, (2004, p. 63). Ces auteurs interrogent la relation entre le promoteur de l'action de communication, l'émetteur, et les publics cibles, les récepteurs en l'occurrence (R. Bontemps et *al.*, 2004, p.6). En effet, la stratégie a beau être pertinente, le message quoique bien ficelé et ciblé atteindra difficilement l'objectif visé si le promoteur de l'action de communication est en manque de crédit vis-à-vis de son interlocuteur : « La communication porte non seulement sur un contenu, mais aussi sur la relation entre les interlocuteurs » (Watzlawick, cité par R. Bontemps et *al.*, 2004, p. 48).

Le sujet de la confiance dans le contexte de la pandémie de Covid-19 est très présent dans les stratégies d'intervention. Au Canada, par exemple, outre la nécessité d'avoir une relation de confiance entre les institutions et les médias, les spécialistes insistent sur celle qu'il faut avoir avec les communautés. Ainsi, sur la base d'études pré pandémiques, on estime que :

lorsque la confiance institutionnelle est élevée dans la population, on observe des comportements coopératifs et altruistes de la part des citoyens et ces derniers tendent à se conformer aux normes et aux directives institutionnelles en suivant, par exemple, les instructions et les recommandations des autorités sanitaires (INSPQ, 2020, p. 4).

Toujours dans le contexte de la crise, en Belgique, le Guide pour les communicateurs fédéraux souligne très clairement :

La confiance du citoyen dans l'administration constitue le principal objectif. Le citoyen doit savoir que l'administration est là pour lui et il doit reconnaître l'administration fédérale comme une source d'information authentique. En cas de crise plus que jamais, maintenir une relation de confiance avec le citoyen est un enjeu crucial pour toute organisation fédérale (COMM Collection, 2016, p. 8).

Le sociologue français, Francis Balle (1980, p. 594), pousse plus loin la notion de crédibilité et fait le lien avec la capacité de persuasion : « Faut-il comprendre pour être persuadé ? » Interroge-t-il, avant de souligner : « Il ne faut pas forcément comprendre pour être persuadé ; dès lors qu'une opinion est défendue par une personne très crédible, l'argumentation qui y conduit devient superflue ». Cette réflexion est partagée par C. Hovland et *al.*, (p. 157-158) :

...Quand le statut de la source est évident, que ce soit haut ou bas, ce statut suffit à la décision d'accepter ou de rejeter la conclusion du message. En revanche quand le statut de la source est flou, l'audience n'a d'autre issue que d'essayer de comprendre au mieux le message pour être en mesure de l'évaluer.

Plusieurs insuffisances ont souvent caractérisé la communication sur le Covid-18 en Afrique notamment et elles interrogent la capacité d'appropriation des acteurs : « En plus des informations biomédicales sur le Covid-19, il faut sans doute aussi rassurer la population sur ces problèmes qui la préoccupent au premier chef pour favoriser l'appropriation des messages de lutte en période de confinement » (B S-L. Faye, 2020).

Il ne suffit donc pas de « montrer des cas concrets » pour convaincre les populations sur la réalité d'une chose, d'une maladie en l'occurrence. Il y a une autre dimension, souvent antérieure à la crise, avec laquelle il faut compter et qui s'appelle 'crédibilité'. Son déficit est souvent évoqué dans les débats sur le coronavirus pour expliquer la défiance vis-à-vis de la vaccination en Afrique ; ce que Laurence Caramelle (2021)⁴ attribue aux « gouvernements peu légitimes », avant de recommander « le recours aux autorités locales » comme alternative à cette crise de confiance.

D'une manière générale, la communication sur les risques du coronavirus repose « sur des stratégies de communication de risque bien établies mises en place par l'OMS dans le cadre du modèle intégré de la communication de risque en période d'urgence » (MSAS, 2020 (a), p. 105). Le projet de réponse d'urgence COVID-19 Mali (p. 106) est basé sur ces stratégies qui reposent largement sur « le modèle socio-écologique du changement axé sur l'individu, le ménage, les

⁴ Laurence Caramelle, RFI 16 mai 2021, Journal Afrique 3h 55 Monde Afrique

I. Famanta, A. Coulibaly : Regards croisés des acteurs des médias sur ...

réseaux sociaux et les communautés et s'appuient sur la théorie de l'influence sociale ».

En situation de crise, les pouvoirs publics, les gouvernants, premiers acteurs dans la sensibilisation des gouvernés, doivent donner l'exemple, être des modèles. Dans le cas du Mali, la perception des populations sur les gouvernants ne va pas souvent dans ce sens au regard des nombreuses pratiques de corruption révélées au grand jour dans le rapport du bureau du vérificateur général qui est l'agence de contrôle de la gestion des fonds publics. En somme, pour R. El Makkaoui (2020) :

La confiance dans le porteur du message est le résultat de sa compétence perçue (expertise technique), de son impartialité (différents points de vue sont reconnus), de sa cohérence (comportement dans le temps), de ses convictions (bienveillance et bonne volonté) et son objectivité (absence de parti-pris).

Toutes ces conditions étaient-elles réunies pour que les quelques témoignages diffusés dans les médias, en particulier sur l'ORTM, suffisent à convaincre les populations de la réalité de la Covid-19 ? Peu évident au regard de la non adhésion d'une large partie de la population aux mesures de prévention de l'épidémie. En effet, dans un contexte de crise où la confiance n'est pas la chose la mieux partagée, où le promoteur de l'action de communication (l'État en l'occurrence) ne jouit pas de toute sa crédibilité, de simples erreurs de communication (lapsus et autres erreurs de calcul), « un malentendu, un langage inadéquat » sont de nature à renforcer les « sceptiques » (R. Bontemps et *al.*, 2004, p. 36). L'épidémie de COVID-19 ne fait pas exception à la règle.

La cohérence est essentielle à l'efficacité de toute action de communication, encore plus dans un contexte de crise et de la part de l'acteur principal censé porter le message : « La confiance dans le porteur du message » dépend notamment « de sa cohérence (comportement dans le temps) » (R. EL Makkaoui, 2020, p. 1). Plusieurs situations d'incohérence dans la communication gouvernementale ont accentué la rupture de la crédibilité entre l'émetteur (médias gouvernementaux) et les récepteurs des messages (les publics cibles). Cette communication, du reste officiel, en rajoutait à la confusion, voire au scepticisme de nombreux citoyens. Comme quoi et pour reprendre R. Bontemps et *al.* (2004., p.

36) : « C'est seulement en prenant en compte les perceptions des gens que l'on pourra savoir quel usage ils feront de l'information... ». Le traitement de l'information lors de l'épidémie révèle un dispositif de contrôle médiatique instauré par le gouvernement qui privilégie largement le canal étatique à travers l'ORTM, en manque de confiance auprès du citoyen (I. Famanta, 2013, p. 147-150).

Dans la lutte contre la Covid-19, les spécialistes recommandent notamment d'« éviter les communications pouvant apparaître injustes sans fournir une justification logique... » (INSPQ, 2020). Les mesures prises par les autorités doivent s'inscrire dans cette posture au risque d'apparaître comme « injustes : « Si des restrictions sont levées dans un secteur et simultanément resserrées dans un secteur similaire, il faut pouvoir fournir une explication de ce choix » (INSPQ, 2020, p. 13).

Cette forme de « justice à deux vitesses » qu'il est recommandée d'éviter ici est revenue dans les témoignages, souvent pour dénoncer le laxisme des autorités vis-à-vis des mosquées et autres lieux de regroupement. Les incohérences ont été favorisées par la multiplicité des intervenants et de leurs discours. À ce niveau il y a tout un travail d'harmonisation à entreprendre, notamment en matière d'énonciation des messages, voire des mécanismes et des stratégies (MSAS, 2020, b).

Au-delà de la question de la crédibilité, la communication gouvernementale est fortement concurrencée par une autre communication de nature non officielle qui évolue et qui circule à la marge de la communication officielle. Il s'agit des contenus qui circulent sur les réseaux sociaux dans une Afrique largement numérisée (A. Gado, 2008). Face Book et WattsApp sont largement utilisés au Mali. De nature, les informations qui circulent sur les réseaux sociaux ne sont pas souvent authentifiées ; ce sont des informations non expertes et non contrôlées. Leurs sources sont difficilement identifiables. Les affirmations sont nombreuses, mais elles ont peu de légitimité scientifique.

L'épidémie de coronavirus a révélé le clivage du monde médiatique. Il y a d'un côté les médias officiels symbolisés par l'ORTM et de l'autre les médias privés qui se donnent une parole plus libre pour commenter l'actualité liée à l'épidémie, en critiquant notamment les pratiques de gouvernance des autorités politiques. Mais

I. Famanta, A. Coulibaly : Regards croisés des acteurs des médias sur ...

il se trouve que les médias impliqués ne représentent qu'une infime partie de l'ensemble du monde médiatique.

Ces « *contre-messages Covid* » diffusés par les autres médias non contrôlés par le gouvernement étaient, par ailleurs prévisibles », tant les médias choisis par les pouvoirs publics sont loin d'être représentatifs de l'ensemble de la population et qu'il est avéré « la propension de chacun à s'exposer en priorité à ceux des messages qui s'accordent avec ses opinions préalables » (J-N. Kapferer, 1978, p. 592).

La communication autour du coronavirus a été fortement influencée par le discours médical. Plusieurs départements ministériels étaient pleinement impliqués dans la gestion de l'épidémie, notamment le ministère de la Santé publique, le ministère de la Protection civile, le ministère de l'Economie et des Finances. Le lead du ministère de la Santé avec les comités de crises, la commission nationale scientifique, tous dirigés par des acteurs médicaux ont donné à l'évènement un caractère médical au détriment des autres dimensions telles que les dimensions comportementales ou encore la gestion des inégalités dans la prise en charge des patients. Cette médicalisation de l'épidémie se traduisait non seulement par le lead du ministère de la Santé, mais aussi par les nombreuses statistiques sanitaires produites au quotidien par les autorités sanitaires, une plus grande légitimité du traitement médical face aux médecines parallèles, la forte présence des acteurs du ministère de la Santé dans les médias, et même le rôle de conseillers que les acteurs de la médecine jouaient auprès des autorités politiques.

La surmédicalisation de l'épidémie a marqué la conscience collective. Elle a abouti à la classification des citoyens en deux catégories : ceux qui sont infectés et ceux qui ne le sont pas. Les premiers ont été conduits à se mettre dans une posture de désocialisation puisque qu'ils étaient poussés dans les marges de la vie sociale à travers de nombreuses procédures d'isolement, notamment dans les centres de soins.

Dans un contexte où la parole officielle est rare et médicalisée à outrance, elle devient peu accessible pour des publics souvent largement analphabètes et pour lesquels la légitimité du message tient souvent à la crédibilité de la personne qui l'émet ou qui le partage. La communication sur la COVID-19 construit une relation binaire entre la communication gouvernementale et la communication sur les

réseaux sociaux. La communication gouvernementale est fondée sur des stratégies ; elle a un « propre » constitué par les moyens officiels de diffusion des messages tandis que la communication sur les réseaux sociaux s'assimile à des tactiques qui interviennent pour combler le vide laissé par la communication gouvernementale. Les tactiques n'ont pas de « propre » (M. De Certeau, 1990). Elles ont tendance à supplanter l'information officielle, car il s'agit de contenus largement partagés qui alimentent les rumeurs. Par ailleurs, elles traduisent la capacité des acteurs sociaux d'agir et de s'émanciper des rapports de domination que tentent de reproduire régulièrement les discours officiels (J. Butler, 2006, p. 15).

L'épidémie a ramené au-devant de la scène la fracture entre les élites et les masses populaires qui utilisent largement les réseaux sociaux (J. Tilouine, 2020). Les rumeurs trouvent leur origine dans une « situation pétrie d'incertitude, d'ambiguïté, d'inconnu » (J-N Kapferer, 1987, p. 25). La lutte contre les rumeurs figure en bonne place dans les stratégies officielles de lutte contre la maladie sans qu'elle soit appuyée par un déploiement de stratégies appropriées. Ce qui justifie la persistance des rumeurs qui se reproduisent au fil du temps dans de nombreux domaines (contraception, vaccination, etc.). Pour obtenir une plus grande efficacité dans cette lutte contre la rumeur, il faudra la priver des conditions qui favorisent son développement notamment à travers la qualité de la communication (P. Lagadec, 1991, p. 247).

La mise en place d'approches communicationnelles spécifiques dans le contexte de Covid-19 est certes importante, mais elle n'est pas suffisante pour provoquer une adhésion réelle des publics ciblés. Citant à juste titre P. Lazarsfeld, sur la place des médias dans la société, R. Bontemps et *al.*, 2004, p. 48) révèlent qu'a priori, « il ne faut pas surestimer la puissance des médias en matière de changement de comportement ». La communication interpersonnelle est un levier majeur en vue d'apporter un changement de comportement. Autrement dit, en matière de changement de comportement, il est plus judicieux de privilégier les échanges interpersonnels, la communication de groupe, l'action collective. Les médias de masse, dont *l'univers* « repose essentiellement sur une conception à sens unique » viennent surtout en appoint à la communication interpersonnelle, c'est-à-dire « à mesure que les actions de promotion

I. Famanta, A. Coulibaly : Regards croisés des acteurs des médias sur ...

(d'un comportement) se multiplient et qu'il faudra amener la population à se les approprier et s'en servir... ».

Une analyse des plans de communication dédiés à la lutte contre l'épidémie souligne l'importance d'une démarche « multicentrée » qui est tout le contraire d'une démarche unipolaire, comme on l'a vu dans les pratiques des autorités sanitaires au Mali.

Au-delà de ce multi centrisme, l'OMS accorde beaucoup d'importance à l'approche basée sur le principe de participation communautaire. L'organisation sanitaire mondiale place cette articulation des mesures préventives avec une appropriation communautaire au cœur de la réponse (OMS, 2020, p. 4).

La contextualisation de la communication de crise est centrée sur la prise en compte des valeurs locales. D'après le guide canadien (p.9) sur la Covid-19, les normes sociales représentent « les règles ou les modèles de conduite partagés, fondés sur des valeurs communes et impliquant une pression en faveur de l'adoption d'une conduite donnée ». À ce titre, la stratégie de communication de crise, en particulier sur la Covid-19, doit intégrer ce paramètre et élaborer des messages, à diffuser une information de nature à agir sur ces normes sociales, c'est-à-dire à ne pas perdre de vue les valeurs propres, par exemple, aux communautés religieuses, traditionnelles, milieux de vie, institutions publiques, à la famille. C'est une communication par le bas, contextualisé (B S-L. Faye, 2020).

T. Libaert (2001, p. 181), sur les sujets de la « communication d'acceptabilité » ou « de la communication de proximité », fait la même analyse lorsqu'il souligne que « La communication se doit d'être participative, c'est-à-dire ne pas s'apparenter à un flux d'information unilatéral, mais à un réel échange ».

La communication de crise a enfin révélé que les autorités chargées de la mise en œuvre des politiques publiques ne font pas le travail de capitalisation souvent nécessaire qui permet d'anticiper sur une crise en s'appuyant sur les leçons tirées de la crise précédente. Dans notre contexte, la logique de l'antériorité de la communication a été peu respectée. Elle a abouti à une inversion des rôles, faisant que la vaccination a commencé avant la communication. Cette situation peut déboucher sur une faible adhésion à une politique publique comme par exemple dans le cas de l'Assurance Maladie Obligatoire en 2009. En effet, beaucoup de fonctionnaires avaient rejeté le prélèvement de cette assurance sur leur salaire faute d'avoir compris toutes les

conditions d'adhésion. Dans le domaine de la gestion des épidémies plus précisément, on a cette impression qu'en dehors du dispositif de riposte mis en place au niveau institutionnel et mobilisable à chaque nouvelle crise, chaque crise est gérée comme un cas particulier et sans passerelles avec les crises précédentes.

Conclusion

L'étude que nous avons menée a permis de montrer que la communication de crise est tout un domaine de savoir qui se déploie dans les multiples contextes épidémiques à travers le monde. L'accumulation du savoir dans ce domaine devait servir de leçons pour garantir une communication relativement efficace lors des différentes vagues de la COVID-19 ; mais les multiples incohérences constatées dans la gestion de cette communication de crise au Mali ont montré les limites du dispositif mis en place. Les lacunes de ce dispositif étaient entre autres la multiplication des énonciateurs et des énoncés, une parole officielle dévaluée au regard du manque de crédibilité des politiques et de la mal gouvernance. Les crises de confiance entre les gouvernants et les politiques se succèdent et se ressemblent au fur et à mesure de la mise en œuvre des politiques publiques. Une communication de crise, pour être efficace, doit se déployer assez tôt pour ne pas favoriser la production de rumeurs, surtout à cette ère de développement des nouvelles technologies de l'information qui constituent un terrain fertile pour la circulation effrénée des informations fondées sur des rumeurs. L'utilisation des guides et manuels de l'OMS est certes utile, mais les autorités nationales chargées de la lutte contre l'épidémie doivent déployer des stratégies basées sur le contexte local, c'est-à-dire qui s'articulent avec les valeurs et les normes sociales endogènes s. Pour atteindre cet objectif d'efficacité, il est nécessaire de multiplier les études sociologiques sur la réception des messages sanitaires.

Bibliographie

- BALLE Francis, 1980, *Médias et Société*, 2^e éd., Montchrestien.
- BONTEMPS Robert, CHERBONNIER Alain, MOUCHET Philippe, TREFOIS Patrick, 2004, *Communication et Promotion de la Santé, Aspects théoriques, méthodologiques et pratiques* ; Deuxième édition ; Editeur responsable Patrick Trefois Question Santé, Belgique
- BUTLER Judith, 2006, *Défaire le genre*, Paris, Ed. Amsterdam.
- COMM Collection, 2016, *Faire face à la crise, guide pratique pour communiquer en cas de crise -Guide pour les communicateurs fédéraux* /COMM Collection N° 7. <https://fedweb.belgium.be/sites/default/files/downloads/COMM%20Collection%207%20Communiquer%20en%20cas%20de%20crise.pdf>, consulté le 17 janvier 2022.
- DE CERTEAU Michel, 1990, *L'invention du quotidien I, arts de faire*, Paris, Éditions Gallimard.
- FAMANTA Ismaïla, 2013, *Médias à Bamako : publics, perceptions et formes d'influence*, thèse de doctorat, ISFRA, Mali.
- FAYE Birane Sylvain-Landry., 2020, « Comment améliorer la communication sociale sur le Covid-19 au Sénégal ? » *The Conversation*. Disponible sur : <https://theconversation.com/comment-ameliorer-la-communication-sociale-sur-le-covid-19-au-senegal-135654> (consulté le 31 décembre 2021)
- GADO Alzouma, 2008, « Téléphone mobile, Internet et développement : l'Afrique dans la société de l'information ? », *tic&société* [En ligne], vol. 2, n° 2, 2008, <https://journals.openedition.org/ticetsociete/488> ; « Jeunes et réseaux socionumériques en Afrique et en Haïti », Appel à contribution, *Calenda*, 1^{er} février 2017, <https://calenda.org/392379>
- HOVLAND Carl Iver, 1957, *The Order of Presentation in Persuasion*. Yale University Press, New Haven, 33-36.
- INHESJ, 2020, Communication et crise, vers un changement de paradigme ? LIREC, Dossier thématique n° 61.
- INSTITUT NATIONAL DE SANTÉ PUBLIQUE DU QUEBEC (INSPQ), 2020, « COVID-19 : Stratégies de communication pour soutenir la promotion et le maintien des comportements désirés dans le contexte de la pandémie Québec – Canada, <https://www.inspq.qc.ca/publications/3026-strategies->

- [communication-promotion-comportements-covid19](#), consulté le 17 janvier 2022.
- KAPFERER Jean-Noël, 1987, *RUMEUR, le plus vieux média du monde*, Paris, Seuil.
- KONE Adama, TRAORE Amadou, DIALLO Issa, 2021, *Influences de la COVID-19 sur les activités socioéconomiques à Bamako*, RASP, Volume (3) N° 1.
- LAGADEC Patrick, 1991, *La gestion des crises : outils de réflexion à l'usage des décideurs*, Paris : Édiscience international.
- KAPFERER Jean-Noël, 1978, *Les chemins de la persuasion. Le mode d'influence des media et de la publicité, action psychologique sur les comportements*, Paris, Gonthier-Villar.
- LIBAERT Thierry, 2001, *La communication de Proximité. Communication locale, communication de terrain* (1re édition 1996), Paris, Éditions Liaisons.
- , 2015, *La Communication de crise*, 4e édition, DUNOD.
- Lombardi Marco, 2005, *Comunicarenell'emergenza*, Vita e Pensiero, Milano
- MAKKAOUI EL Rahhal, *Communication en cas de crise multiples et simultanées : cas du COVID-19*. <https://www.idc-cdi.com/communication-en-temps-de-crisis-multiples-et-simultanees-cas-du-covid-19/>
- MINISTÈRE DE LA SANTÉ ET DES AFFAIRES SOCIALES (MSAS), 2020 (a), *Le Plan humanitaire Covid-19 Mali -Cycle de programmation humanitaire 2020*, MSAS, Bamako,
- MINISTÈRE DE LA SANTÉ ET DES AFFAIRES SOCIALES (MSAS), 2020 (b), *Plan de mobilisation des parties prenantes et plan de communication sur les risques et participation communautaire ; Version Finale /Projet réponse d'urgence COVID-19 Mali. PMPP-MGP-RCCE du Plan d'intervention d'urgence « COVID-19 Mali. file:///C:/Users/USER/Desktop/Rapport_Plan_Mobilisation_COVID-19_1%20(1).pdf*
- OMS, 2020, COVID-19, *Stratégie de communication sur les risques mondiaux et d'engagement communautaire* ; Décembre 2020-mai 2021, Orientations provisoires, <https://www.who.int/fr/publications-detail/covid-19-global-risk-communication-and-community-engagement-strategy>, consulté le 17 janvier 2022.

I. Famanta, A. Coulibaly : Regards croisés des acteurs des médias sur ...

OCHA, 2020, *Plan humanitaire COVID-19 – Mali : Cycle de programmation humanitaire* 2020.
https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/mali_plan_covid-19_draft5.pdf

OLIVIER DE SARDAN Jean- Pierre, 1995, *Anthropologie et Développement, essai en socio-anthropologie de changement social*, Paris, Karthala.

PNUD-Mali, 2020, Stratégie et plan de communication sur le Covid-19 dans les pays de la CEDEAO /Résultats d'une enquête socio-anthropologique (Cap Vert, Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Guinée-Bissau, Sierra Leone). <https://pnudmali.medium.com/les-radios-communautaires-des-alliées-au-premier-front-de-la-lutte-contre-la-pandémie-de-covid-19-7cf71e1cf86e>

RAHHAL EL Makkaoui, 2020, « Communication en temps de crises multiples et simultanées-Cas du COVID 19, International democrata de Centro, IDC.CDI. <https://www.idc-cdi.com/communication-en-temps-de-crisis-multiples-et-simultanees-cas-du-covid-19>, consulté le 18 janvier 2022.

SAUCIN Joël, 2015, *Communication de crise, Project : Risk and crisis communication* Publisher : IHECS, Editor: CEICS.

TILOUINE Joan, « En Afrique, le coronavirus met en danger les élites dirigeantes », *Le Monde Afrique*, 3 avril 2020, https://www.lemonde.fr/afrique/article/2020/04/03/en-afrique-le-covid-19-met-en-danger-les-elites-dirigeantes_6035384_3212.html

NTELA N° 03, Vol. 2, Janvier – Juin 2022

Les textes publiés dans ce volume confirment l'option interdisciplinaire choisie par *Ntela*. Ils viennent de disciplines scientifiques aussi diverses que la sociologie, l'anthropologie, la psychologie, la littérature, les sciences du langage. Pour éviter une dispersion susceptible de brouiller leur structuration interne, ces textes ont été regroupés autour de trois sections. La première, liée de la sociologie, à l'anthropologie et à la psychologie, compte dix articles. Les textes relevant des sciences de l'éducation et des sciences de la communication forment la deuxième section. Quant à la troisième section, elle compte dix articles, issus de la Littérature et des Sciences du langage.

Contributeurs : Vasséko Karamoko, Louis Marain Mokoko Akongo, Martine Gbougnon, Soulé El-Hadj Imorou, Kouéiwon Gaspard Inanan, Bignon T. Clarisse Tama, Kando Amédée Soumahoro, Koffi Parfait N'goran, Gninnan Hervé Coulibaly, Nanfouhoro Paul-Kevin Ouattara, Hubert Kouassi Kouadio, Ismaïla Famanta, Ourbano Mbou-Makita, Abdourahmane Coulibaly, Bah Isaac Kouakou, Yao Claude Akoué, Lacina Yéo, Ati-Mola Tchassama, Oumar Soro Nangahouolo, Jean-Marie Soungoua Prosper Sika Kouamé, Hodabalou Anate, Anicet Odilon Matongo Nkouka, Marie-Pauline Séka Chiayé, Kangnivi Kodjovi, Yao Katamatou Kouma, Biava Kodjo Kloutse, André Kaboré, Casimir Comlan Soede, Fougnygué Madou Yeo, Moïse Konaté, Serge Lazare Ouedraogo, Fanta Bakayoko.

Infographie : Dreid Miché Kodja Manckessi

ISSN : 2789-3588