

LA COMMUNICATION DE CRISE DE L'ÉTAT SENEGALAIS FACE A LA RIPOSTE A LA PANDEMIE DE COVID-19

Ibrahima BA

Doctorant en sociologie, Laboratoire de Recherche en Sciences Economiques et Sociales (LARSES), Université Assane de Ziguinchor-Sénégal.

&

Mamady DIÉMÉ

Doctorant en sociologie à l'Ecole doctorale, Espace Société et Humanité (ED-ESH), affilié au Laboratoire de Recherche en Sciences Economiques et Sociales (LARSES), Université Assane de Ziguinchor-Sénégal.

mamadydiem20@gmail.com

&

Moustapha TAMBA

Professeur titulaire de classe exceptionnelle, UCAD, université Cheikh Anta Diop de Dakar-Sénégal.

moustamba@yahoo.fr

RÉSUMÉ :

Comment peut-on expliquer ce recours croissant aux techniques de communication par les dirigeants ? Telle est la question à laquelle se propose de répondre cette recherche à travers une approche qualitative basée sur l'analyse du contenu. Pour cela, nous nous inspirons de la théorie de l'analyse de discours et mobilisons la communication de crise comme cadre

explicatif du phénomène étudié. La communication politique est plutôt un ensemble d'actions sociales ou, pour mieux le dire un ensemble de pratiques. Même si la communication politique semble prendre la place de la propagande dans plusieurs régimes, il convient, à l'occasion de cet article, d'examiner de plus près dans quelle mesure cette communication sur la pandémie de COVID-19 offre une information susceptible de nourrir la conscience et la connaissance du citoyen. Il serait souhaitable, dans cette perspective, de s'attacher à mieux comprendre les pratiques politiques. Adopter cette problématique, c'est encore prendre au sérieux les techniques de communication sous la forme d'adhésion à des manières spécifiques de penser et d'agir au regard de ce que les dirigeants mettent comme argument. Cette étude invite les annonceurs de message dans la riposte à la pandémie à Covid-19 au changement de paradigme de communication à travers le ton et les personnes impliquées dans le processus.

Mots-clés : Pandémie, Covid-19, couvre-feu, état d'urgence, communication de crise, Sénégal.

ABSTRACT:

How can we explain this increasing use of communication techniques by managers ? This is the question that this research proposes to answer through a qualitative approach based on content analysis. For this, we are inspired by the theory of discourse analysis and use crisis communication as an explanatory frame work for the phenomenon studied. Political communication is rather a set of social actions or, to put it better, a set of practices. Even if political communication seems to take the place of propaganda in several regimes, it is appropriate, in this article, to examine more closely to what extent this communication on the COVID-19 pandemic offers information likely to nurture the conscience and knowledge of the citizen. From this perspective, it would be desirable to focus on better understanding political practices. Adopting this issue is still taking communication techniques seriously in the form of adhering to specific ways of thinking and acting in light of what leaders put forward as an argument. This study invites message advertisers in the response to the Covid-19 pandemic to shift the communication paradigm through the tone and people involved in the process.

Keywords: pandemic, Covid-19, curfew, state of emergency, crisis communication, Senegal.

Introduction

Le monde a toujours fait face à des difficultés liées à des épidémies voire même des pandémies. L'arrivée des vaccins a éradiqué beaucoup de maladies. Cependant, malgré le développement de la science plus particulièrement celle de la médecine, les pandémies dictent toujours leur loi. Cette situation a poussé l'homme à changer son comportement quotidien. C'est dans ce sillage que la pandémie de COVID-19 a été le phénomène le plus marquant de l'année 2020. Au soir du lundi 02 mars 2020, soit près de trois mois après l'apparition de l'épidémie en Chine, le ministre de la Santé annonçait le premier cas de coronavirus au Sénégal. La langue de Molière disait encore le Covid-19 au lieu de la Covid-19. La Covid-19, il faut en parler au féminin, puisqu'il s'agit de l'acronyme de Coronavirus Disease 2019, traduit donc « Maladie à coronavirus 2019 ». Maladie étant féminin, on s'y tiendrait donc désormais : la Covid-19. Lorsque la maladie à coronavirus se déclenche en Chine et gagne rapidement l'Europe, l'Amérique puis l'Afrique, face à la gravité de la situation, les gouvernements du continent africain en particulier du Sénégal se rendent très rapidement compte que la lutte contre cette pandémie risque d'être différente des autres. Si dans le cadre de la riposte contre la maladie à virus Ebola aide les pays développés à constituer l'essentiel de la cagnotte engagée dans la lutte en Afrique, le coronavirus a bouleversé ce schéma. Les pays développés occupés à compter leurs morts, à équiper leurs hôpitaux et à tester leurs malades, ne pouvaient pas sitôt se détacher de leurs priorités pour penser à l'Afrique. La réalité de la maladie impose donc aux Africains de lutter avec des moyens africains. Une propagation du virus au Sénégal pourrait faire basculer des milliers de personnes dans l'extrême pauvreté en raison des milliers d'emplois qui seront menacés.

Dans l'urgence de la maladie, le Sénégal a mis en place des plans coordonnés de riposte en termes de mobilisations des ressources et de stratégie de communication. Justement, pour lutter contre un ennemi invisible et une maladie qui n'a pas à ce jour un traitement efficace, la Communication et la Prévention doivent être les maîtres-mots.

Ainsi, comment expliquer ce recours croissant aux techniques de communication par les dirigeants ? La communication politique est plutôt un ensemble d'actions sociales ou, pour mieux le dire un ensemble de pratiques. Même si la communication politique semble prendre la place de la propagande dans plusieurs régimes, il convient, à l'occasion de cet article, d'examiner de plus près dans quelle mesure cette communication sur la pandémie de COVID-

Il offre une information susceptible de nourrir la conscience et la connaissance du citoyen. Il serait souhaitable, dans cette perspective, de s'attacher à mieux comprendre comment des pratiques politiques de ce type sont sans doute travaillées par des techniques et des règles formelles, mais aussi par des calculs et des dispositions. Adopter cette problématique, c'est du coup prendre au sérieux que la communication soit faite d'une adhésion plus ou moins forte à des manières spécifiques de penser et d'agir au regard de ce que les dirigeants, aujourd'hui mettent le focus sur la communication.

1- Méthodologie

La méthodologie utilisée dans cette étude est celle d'une approche qualitative. L'étude comprend un volet de recherche documentaire et d'analyse de données secondaire : la revue de la littérature a essentiellement porté sur les discours, les interviews, les ouvrages, et surtout les journaux, etc. Analyser les stratégies de communication, pour la communication de « crise », suppose analyser les ajustements entre État et populations sans s'interdire d'appréhender les dirigeants comme des agents calculateurs et déterminés. Il convient dès lors de mettre en perspective le rôle majeur joué par la presse dans cette situation de pandémie. Ces données obtenues par la suite font l'objet d'une analyse de contenu.

2- Les stratégies de Communication de l'État du Sénégal

Chacun sait sur quoi portent les sciences de « l'information et de la communication ». Ces deux termes suffisent d'ailleurs à faire venir à l'esprit une série de pratiques sociales, de lieux, de techniques et d'acteurs, considérés par le sens commun comme relevant de ces domaines d'activités. L'expérience a fini par démontrer que les communications se révélaient un outil original et efficace pour résoudre un conflit, lancer une idée, manager une équipe. Il était devenu impératif de les prendre en compte de façon permanente, de les marier aux autres ramifications disciplinaires (la communication politique, la communication gouvernementale, la communication interculturelle, la communication de crise, etc.) pour faire face aux enjeux qui se posent au monde. Il n'était plus question de n'en faire qu'un processus peu important auquel on pouvait avoir recours en certaines circonstances. En effet, le plus important est de l'intégrer dans l'ensemble des outils dont dispose une organisation pour mieux se gérer et atteindre ses objectifs. Quelle est l'organisation aujourd'hui qui peut se vanter d'imposer son image, son leadership, ses prouesses sans communiquer vers ses compatriotes ? Quel est le

dirigeant qui peut prétendre gérer son pays sans l'informer ? Se développer sans échanger avec ses partenaires ou son environnement professionnel ? Quel président qui peut se targuer de manager son pays sans communiquer ? L'essentiel des techniques du « nouveau management » peut d'ailleurs être considéré comme des techniques de communication. Plusieurs stratégies sont utilisées, mais dans le cadre de notre article, nous mettrons l'accent sur la communication de crise. Ainsi, plusieurs auteurs ont défini le concept « la communication de crise », pour une cohérence dans notre recherche, nous nous appuyerons sur les définitions de quelques auteurs. Cette démarche vise à mieux cerner le champ sémantique du terme, ses différents usages et ampleurs dans le monde de la science. Ainsi, selon Camélia Kerkour :

« Une crise, au sens général du terme, est définie comme une rupture d'un équilibre. C'est un événement d'ordre personnel ou social se caractérisant par un paroxysme des contradictions, incertitude, instabilité ou souffrance. Ces derniers peuvent conduire à des révoltes, à la violence ou à la banqueroute. Étymologiquement le terme « crise » vient du mot grec kriss, qui signifie « décider ou distinguer » c'est-à-dire une réponse à une situation particulière. En effet le terme crise est polysémique, il est employé dans une multitude de domaines : économique, politique, institutionnel, juridique, éthique ou social. Même si le concept de crise est un concept ambigu, selon OGRIZEK, GUILLERY, des spécificités lui sont propres. Dans le langage médical par exemple, la crise, concept hippocratique, désignait l'état décisif d'une maladie ou de son état critique. Le terme se serait par la suite, étendu à d'autres domaines. A. BEJIN et E. MORIN constatent que « dans la langue religieuse de la Grèce ancienne, le terme kriss signifiait : interprétation, choix ; dans le vocabulaire juridique, il exprimait l'idée d'un jugement, d'une décision ne résultant pas mécaniquement des preuves. Rapporté à la tragédie grecque, le mot désignait un événement qui, tranchant et jugeant, impliquait, à la fois, tout le passé et tout l'avenir de l'action dont il marquait le cours. Pour la médecine hippocratique, le vocable dénotait un changement subi dans l'état du malade, repéré dans le temps et dans l'espace ». D'après HERMANN une crise est définie comme « une situation qui menace les buts essentiels des unités de prise de décision réduit le laps de temps disponible

pour la prise de décision, et dont l'occurrence surprend les responsables ». Elle affecte physiquement un système dans son ensemble et met à l'épreuve les principes fondamentaux des membres de l'organisation » (Camélia Kerkour, 2016, P. 4-5).

Face à un virus invisible à l'œil nu, qui circule vite, menace la vie des gens et ne dispose d'aucun traitement spécifique, il ne s'agit plus de lutter contre le virus, mais contre la propagation du virus. Et la communication était la première arme pour faire face à la pandémie. En effet, la Covid-19 se propage très rapidement au point que pour l'arrêter, il faut obligatoirement passer par la sensibilisation comme outil fiable.

En effet, dix jours après un premier cas déclaré le 02 mars, le nombre de cas s'est multiplié à 71 malades sous traitement réparti dans les régions. C'est dans cette logique que le président de la République s'est adressé à la nation pour sensibiliser et communiquer sur les mesures exceptionnelles qui ont été prises suite à une situation exceptionnelle. A cet effet, il a décrété l'état d'urgence assorti d'un couvre-feu en vue d'endiguer la propagation du coronavirus. Il déclare à l'endroit de ses compatriotes que *« l'heure est grave. Et ne laissons au virus ni la vie ni nos vies »*. (Journal *Sénéweb*, consulté le 24 mai 2020). L'objectif de cette communication gouvernementale est poussé la population à prendre conscience du danger de ce virus qui n'a pas encore de remède. Donc, la seule manière d'éradiquer ce virus est le changement de comportement. Dans la mesure où le virus ne circule pas, la population le fait circuler. Une restriction des libertés a été mise en place. C'est dans ce sillage, que le transport interurbain sera à l'arrêt le temps de l'état d'urgence, l'interdiction des rassemblements, les écoles et universités fermées ainsi que les lieux de cultes (mosquées et églises), assortis d'un couvre-feu de 20h à 06h du matin dans le but de limiter les déplacements. À cet effet, l'État du Sénégal a débloqué une somme de 50milliards pour l'aide alimentaire d'urgence pour appuyer les familles vulnérables. À cela s'ajoutent les 10 millions de masques qu'il a distribués gratuitement à la population dans le respect des mesures barrières édictées (le port obligatoire des masques).

En outre, dans ce contexte difficile, les outils de préventions de la maladie et de sensibilisation à l'hygiène sont très importants. Ainsi, pour sensibiliser et convaincre ses concitoyens, le président de la République Macky Sall montre l'exemple avec une vidéo à l'appui qui résume les principes de lavage des mains et l'adoption des comportements face à

la riposte à la pandémie. Comme le souligne Serge LE Strat « *le discours informatif s'engage à faire connaître au public les faits marquants de l'actualité dans leur nouveauté, leur immédiateté et leur authenticité* » (<https://theoriesdelac.tumblr.com> : consulté le 05 août 2020). Ainsi, cette vidéo est transmise tous les jours et par toutes les chaînes de télévision, mais aussi dans son compte twittée (exprimée en français langue officielle du Sénégal et en wolof la langue locale du pays). Les moyens de communication ont permis de sensibiliser et d'influencer la manière de voir des populations. Nul n'ignore l'influence des images sur les récepteurs. Le chef de l'État a poursuivi sa campagne de sensibilisation. Dans une vidéo circulant sur les réseaux sociaux, le président de la République a refusé de serrer la main à ses ministres et proches, en raison du coronavirus qui sévit le monde. « *Nous devons éviter de nous serrer la main. J'ai salué avec mon coude pour éviter de se serrer la main, de se faire la bise et surtout de faire des rassemblements inutiles en ces temps-ci* » (Journal Exclusif.net, consulté le 12 juin 2020). Le président Macky Sall est alors dans une logique de faire épouser le combat de sensibilisation à ses concitoyens. Comme le dit la citation « *les actes sont plus éloquents que la parole* » (recueil d'apophtegmes et axiomes 1855). C'est certainement la raison pour laquelle les actions de Macky Sall qui mettent en évidence les gestes barrières sont passées quotidiennement à la télévision. « *L'application de ce paradigme rudimentaire a déjà contribué à transformer notre compréhension du terme plus ancien « contenu » de la télévision. Nous commençons tout juste à voir comment elle pourrait également transformer notre compréhension de la « réception », de la « lecture » et des réactions du public* » (Hall Stuart, 1994, p.21). Tout le gouvernement du Sénégal était foncièrement engagé pour endiguer la pandémie. C'est dans cette optique que les ministres sont aussi partis au charbon pour valoriser la stratégie de communication définie par l'État du Sénégal. C'est dans ce contexte que le ministère de la Santé a lancé le slogan « Rester chez vous ». Tout le personnel de la santé vit une période inédite de difficulté extrême. Ils ont juste besoin d'une chose, une seule : que tout le monde reste chez soi. Donc, le seul rôle que la population peut jouer est de rester à la maison. Par contre, si elle n'est pas capable de la faire, c'est dramatique donc il faut absolument le faire. Le slogan sauvez des vies en restant chez vous est devenu un véritable une stratégie de « guerre » contre le virus Covid-19. Le ministère communique également la situation épidémiologique du coronavirus au Sénégal par l'organisation d'un point de presse quotidien. À travers ce point de presse, le ministre revient sur le nombre de tests virologiques

réalisés. Ceux qui sont revenus positifs, l'évolution des cas contacts, importés et communautaires ainsi que les centres de traitements ou les malades sont pris en charge et logés dans les hôtels. Cette forme de communication permet à l'État d'informer la population en temps réel sur l'évolution de la pandémie, mais aussi de sensibiliser sur le respect strict des mesures barrières. Justement, en parlant des mesures barrières, des spots publicitaires qui tournent en boucle dans les médias et des affiches dans les quartiers populaires ont été installés. Sur ce contenu, des gestes de préventions contre le coronavirus notamment : bien se laver les mains, le premier geste barrière : le gel hydro alcoolique, un allié face aux épidémies ; le masque utile pour tout le monde ; ne pas se toucher le visage ; éviter les contacts proches ; éviter les lieux très fréquentés et les rassemblements ; respecter les règles d'hygiène en cas de toux. Pour un virus qui n'a pas de traitement particulier si ces mesures barrières sont bien respectées, l'espoir est permis pour vaincre le virus. Les responsables de la santé ont également mis des numéros verts comme le 800 00 50 50 ou le 15 15 pour les personnes souhaitant des renseignements ou nécessitant un soutien médical. Il est évident que l'État du Sénégal a mis en avant son arsenal de guerre par le bien de la communication surtout la communication de masse pour stopper la propagation du virus. Ainsi, la communication de masse se révèle ici comme un outil indispensable dans la lutte contre la Covid-19.

Par ailleurs, la stratégie de la reconnaissance est pourtant « *l'une de celle qui fonctionne le mieux* », selon Didier Heiderich. Il est difficile en effet, d'avouer sa responsabilité pour un État. Mais le faire, c'est jouer la carte de la transparence et acquérir une crédibilité auprès des différents publics. Cette stratégie permet également d'éviter une remontée ultérieure d'informations contredisant les premières déclarations. Toujours dans ce sillage de communication de crise la théorie de la diversion aussi est de mise. Ainsi, dans un livre intitulé ***Communication de crise***, Thierry Libaert précise « *elle doit pouvoir être fondée sur la réalité et des faits concrets pour réussir à déplacer le lieu de débat* » (2001, p.127). Cette stratégie cherche à modifier l'angle de vue de la crise. Toujours d'après Thierry Libaert pour mener à bien un projet latéral, différente tactique est possible. Mais, il faut surtout éviter de faire une mauvaise communication. Tout porte à croire que le président Macky Sall a bien maîtrisé cette stratégie. L'État du Sénégal n'arrive pas à stopper la propagation du virus. Il était dans l'obligation de changer son fusil d'épaule. Une économie bloquée, un enseignement

mis à genou, des nerfs mis à rude épreuve avec une distanciation sociale qui plombe les relations humaines, un couvre-feu qui impose un restez chez vous. Une situation qui ne peut guère continuer. L'urgence pour une population fatiguée est la reprise des activités au moment où aucun vaccin n'a encore été trouvé pour venir à bout de la maladie. Pendant que certains pays procèdent à un déconfinement progressif, le Sénégal trouve aussi un moyen de redémarrer la machine sociale.

C'est dans ce sens que le président Macky Sall déclaré « *il faut apprendre à vivre avec le virus* » (Journal *Sénéweb*, consulté le 15 juillet 2020). Mais, il est important de préciser qu'apprendre à vivre avec le virus n'est pas égal au non-respect des mesures barrières. C'est dans cette mouvance que le président a martelé les nouvelles règles à respecter « *La reprise des cours pour les classes d'examen, la réouverture des lieux de culte et les commerces, les horaires des bureaux fixés de 9h à 16h et le couvre-feu est maintenu de 21h à 5h du matin en attendant bien sûr que d'autres mesures soient prises* » (Journal *Leral.net*, consulté le 15 septembre 2020).

3- La communication de l'opposition sénégalaise

« *Pour emporter la confiance du récepteur seront recherchés des effets d'authenticité et de vérité. Mais, il s'agit aussi de toucher l'émotivité du récepteur, par la mise en œuvre d'effets de dramatisation et/ou de ludisme* » (<https://theoriesdelac.tumblr.com> : consulté le 05 août 2020). Alors que le droit du public à l'information est une exigence fondamentale dans une société démocratique. Elle repose sur la participation des populations sur toutes les questions qui engagent la collectivité. Il faut déjà, reconnaître que pendant les premières semaines de la pandémie de Covid-19, la communication était monopolisée par le gouvernement du Sénégal en privilégiant des sanctions contre toute autre forme de communication différente de celle du gouvernement. Serge Le Strat s'inscrit dans ce sillage en déclarant « *Censées fournir aux médias l'information « brute », les agences de presse agissent comme des filtres, effectuant un premier tri et orientant les analyses à venir* » (<https://theoriesdelac.tumblr.com> : consulté le 05 août 2020). Cependant, les opposants sénégalais sont entrés dans la danse en donnant des orientations face à cette pandémie qui a chamboulé le quotidien des Sénégalais. L'opposition a été reçue à tour de rôle par le président de la République. Les propositions assorties de cette concertation ont permis au président Macky Sall de mettre en place un plan de riposte contre

la Covid-19. Ainsi, pour l'opposant Khalifa Sall : « *Il s'agit d'être solidaire, nous assurons le gouvernement de notre soutien* » (Journal La Téranga, consulté le 03 juillet 2020). L'opposant Ousmane Sonko a rappelé que la période appelait « *chacun de nous au sens de la responsabilité et surtout au dépassement de ses convictions* » (Journal La Téranga, consulté le 03 juillet 2020). « *Il s'agit de ne pas trop débattre ; l'eau qui est destinée à éteindre le feu n'a pas besoin d'être filtrée* » (Journal La Téranga, consulté le 03 juillet 2020) a résumé Idrissa Seck en quittant le palais. Tous, se sont regroupés autour de l'essentiel, c'est-à-dire autour de la question relative à la pandémie de la Covid-19 qui a pris de grandes proportions dans le monde. C'est dans cette logique que Barthélemy Diaz membre de l'opposition n'a pas hésité à casquer 100 millions sur la table pour venir en aide sa localité et freiner le coronavirus. Ce comportement patriotique de Barthélemy Diaz a été suivi par bon nombre d'opposants dans leurs localités respectives. Néanmoins, d'autres leaders comme Ousmane Sonko n'ont pas hésité à critiquer la gestion nébuleuse de la crise sanitaire au Sénégal. Dans ses propos, il est revenu leur rencontre le président en précisant : « *nous sommes allés au palais concerter avec le président de la République parce que le contexte l'exigeait. Nous ne voulons pas que le régime nous mette en mal avec la population. Mais aujourd'hui on se rend compte que ce n'était que du cinéma* ». Cette déclaration de Sonko a permis à l'opposition de se prononcer sur la gestion de la pandémie. En effet, certains opposants sont largement revenus sur la procédure de distribution de l'aide alimentaire destinée à la population vulnérable. Ils proposent de procéder via le transfert d'argent. Dans la même lancée, ils se sont attaqués aux nouvelles mesures prises par le président suite à de violentes manifestations dans plusieurs villes du Sénégal pour réclamer la fin du couvre-feu. Des assouplissements de mesures telles que la réduction des heures du couvre-feu de 23h à 5h du matin, la réouverture des classes ainsi que les lieux de cultes (mosquées et églises), de certains lieux de commerces et des transports interurbains. Maintenant nous devons « Apprendre à vivre avec le virus » estime le président de la République. Pour le président, il s'agit de faire confiance à l'intelligence des Sénégalais et de les mettre face à leur responsabilité. Mais l'opposition estime, que ces nouvelles mesures d'assouplissement prouvent que le chef de l'État est dépassé, une panique et un manque de courage politique. Raison pour laquelle il a pris des mesures tendant à abandonner les Sénégalais à leur sort devant le coronavirus.

En définitive, force est de constater que certains opposants profitent de cette crise pour critiquer le gouvernement et gagner le cœur des Sénégalais. Ils ne sont plus dans la sensibilisation ou la prévention, mais accentuent plus leur communication sur des critiques. Ils considèrent que le chef de l'État voyait de cette crise de coronavirus comme une aubaine, une chance unique de consolider son pouvoir. C'est pourquoi la plupart d'entre eux ont profité pour frapper un grand coup. Tout porte à croire que l'opposition sénégalaise et le pouvoir semblent être d'accord que sur leur désaccord. C'était inconcevable pour l'opposition de rester à la touche et de laisser le gouvernement dérouler son programme et surtout son arsenal de communication. Chaque erreur de la part du gouvernement sénégalais était exploitée à fond par les leaders de l'opposition. La guerre de communication était au rendez-vous. Les points de presse et les conférences de presse étaient devenus les armes favorites de l'opposition sénégalaise pour montrer sa présence.

4- Comment les médias sénégalais ont donné plus d'ampleur à la pandémie de COVID-19 ?

S'ils ne nous disent pas ce que nous devons penser, ils (les médias) nous disent quotidiennement à *quoi* nous devons penser (<https://theoriesdelac.tumblr.com> : consulté le 05 août 2020). C'est dans ce sens que le ministre de la Santé faisait un communiqué chaque matin pour faire la situation sur le nombre de cas. La presse était en première ligne pour une large diffusion. La COVID-19 était à la « Une » de tous les journaux.

Aussi, la presse a joué un rôle capital dans la gestion de la pandémie. En effet, l'événement-dépêche est réécrit et scénarisé en fonction des attentes présumées du public cible. En outre, pour gagner la confiance du récepteur, seront recherchés des effets d'authenticité et de vérité. Mais, il s'agit aussi de *toucher* l'émotivité du récepteur, par la mise en œuvre d'effets de dramatisation et/ou de ludisme (<https://theoriesdelac.tumblr.com> : consulté le 05 août 2020). C'est ce qui explique d'ailleurs, la reprise en boucle du nombre de décès et du nombre de malades qui étaient dans une situation critique. Cependant, le nombre de guéris était presque passé sous silence.

La politique de l'État semble aller dans ce sens. Ainsi, quasiment toutes les chaînes de télévision laissaient défiler en boucle sur leurs bandes d'annonces le nombre de décès et le nombre de cas grave par jour. Une manière de mettre la puce à l'oreille des populations.

L'objet est la conscientisation par la dramatisation. Dès lors, les gouvernants peuvent convaincre les plus sceptiques et par la même occasion pousser à redoubler d'efforts pour les convaincus.

Il semble que tous les médias sénégalais ont porté le combat pour mettre fin à la pandémie du coronavirus. Alors que c'est l'élan patriotique qui est mis en avant par la presse ou elle s'est auto censurée pour ne pas être censurée par l'État du Sénégal. Ce dernier a très tôt déclaré que le Sénégal est en guerre par le biais de son président Macky SALL. Ainsi, il préfère des médias qui mettent en avant l'unité nationale en « s'autocensurant » pour emprunter l'expression d'Arnaud Mercier. Du coup, la presse sénégalaise a choisi son camp. Serge LE Strat abonde dans le même sens en déclarant : « *censées fournir aux médias l'information « brute », les agences de presse agissent comme des filtres, effectuant un premier tri et orientant les analyses à venir* » (<https://theoriesdelac.tumblr.com> : consulté le 05 aout 2020). Cette manière de vouloir contrôler l'information n'est pas l'apanage des régimes dictatoriaux. Même les États « modernes » voire même « démocratiques » ont recours à cette pratique de censure. Serge LE Strat l'a bien mis en évidence dans son article les « *les théories de la communication* ». C'est ainsi qu'il martèle :

« *Contrairement à une idée reçue, les régimes totalitaires ne sont pas les seuls à recourir à cette forme de manipulation médiatisée qu'on appelle la propagande. Nos démocraties y succombent également, soucieuses de convaincre leurs opinions publiques du bien-fondé de leurs actions* ». De manière générale toute la presse sénégalaise était en phase avec l'État du Sénégal et appuyait au quotidien le danger incommensurable du coronavirus.

Alors, elle favorise l'État comme le précise Aimé-Jules Bizimana « *L'autre écueil parallèle est lié à l'identification des journalistes et des médias à l'une des parties au conflit. Au lieu de se conformer à la maxime « choose the truth not a camp », les journalistes cèdent aux appels d'élan patriotique* » (Aimé-Jules Bizimana, 2006, P.6).

Il est important aussi de préciser que le développement des TIC à contribuer de manière significative à donner une importance capitale à la pandémie de la COVID-19. Même si l'objectif premier de la presse n'est pas de donner la bonne information, mais force est de noter qu'elle faisait plaisir au lecteur. Le côté pécuniaire aussi de la presse favorise la concurrence et l'exagération des situations pour une meilleure visibilité. Ainsi, l'exemple de

Serge LE Strat nous conforte dans cette position. « *Les médias audiovisuels sont désormais capables de couvrir, à chaud, n'importe quel événement dans n'importe quel point du monde. Mais si l'information a gagné en vitesse, elle n'a pas nécessairement gagné en fiabilité* ». (Https://theoriesdelac.tumblr.com : consulté le 05 aout 2020).

Le gouvernement sénégalais ne plaisante pas avec les « fake news » sur le coronavirus. Dans la foulée de la longue réunion de crise, convoquée le 14 mars 2020 au palais présidentiel par le président Macky Sall, le ministre de la Santé et de l'Action sociale, Abdoulaye Diouf Sarre, avait déjà averti sur sa détermination à saisir le procureur de la République d'une plainte contre X pour toute publication et diffusion de fausses informations au sujet du Covid-19 dans le pays. Selon lui, les individus à l'origine de ces rumeurs sont des « *ennemis de la République, qui sont là pour contrecarrer les efforts de l'État pour freiner l'épidémie* » (Journal Dakarmatin, consulté le 15 décembre 2020).

Jusqu'ici, le nombre d'internautes n'hésitait pas à exprimer, via les réseaux sociaux, leur scepticisme ou même leur incrédulité vis-à-vis de l'existence du virus. Deux jours plus tard, le ministre a mis sa menace à exécution et trois personnalités publiques ont déjà dû s'expliquer sur leurs déclarations devant la Section de recherches (SR) de la gendarmerie sénégalaise.

Ainsi, le communicateur traditionnel Abdoulaye Mbaye Pekh a été le premier à s'expliquer, le 16 mars, devant les officiers de police judiciaire. Sa faute ? L'homme a, à travers une vidéo devenue virale, mis en doute l'existence du virus dans la ville sainte de Touba et s'est opposé, par conséquent, à l'annulation du KazuRajab.¹ À l'issue de son interrogatoire, Abdoulaye Mbaye s'est manifestement rétracté.

« *Des personnes malintentionnées ont déformé mes propos pour me mettre en mal avec le chef de l'État (...) Je n'ai jamais nié l'existence du virus. Ce que j'ai dit est très clair. Je répondais à ceux qui disent que Touba est l'épicentre du coronavirus au Sénégal. Je leur ai dit que si la maladie est présente à Touba, Serigne Touba, fondateur de la cité religieuse, l'y chassera* » (Journal Sénéweb, consulté le 05 décembre 2020).

Très introduit dans la confrérie mouride, l'homme a d'ailleurs révélé être en train de réfléchir avec El Hadji Mansour Mbaye, autre grand communicateur traditionnel, à une stratégie de sensibilisation de l'opinion sur la pandémie. En outre, le 17 mars, le célèbre oracle Selbé

¹Une manifestation religieuse commémorant la naissance d'El Hadji Falilou Mbacké, deuxième khalife général des mourides.

NDOM a, à son tour, été auditionnée pour avoir nié la présence du virus dans le pays. Dans la foulée, le chanteur Mame Goor Diazaka a lui aussi été entendu. Aucune poursuite judiciaire n'a finalement été initiée à l'encontre de ces trois individus. Ainsi, l'État du Sénégal a mis en pratique la dissuasion pour mener à bien sa mission de combattre la pandémie de COVID-19. Selon Mohamed DIENG, avocat au barreau de Dakar, si cette plainte du ministère de la Santé contre X vient à son heure, elle revêt en revanche un caractère plutôt dissuasif.

« L'article 255 du Code pénal sénégalais prévoit que toute personne coupable de diffusion, divulgation ou reproduction par quelque moyen que ce soit, de nouvelles fausses est passible d'une peine d'emprisonnement d'un à trois ans, d'une amende de 100 000 à 1 500 000 francs CFA, avec la possibilité d'une interdiction de séjour pendant cinq ans au plus »(Journal *Jeune Afrique*., consulté le 17 janvier 2021).

La communication de crise met en pratique par l'État du Sénégal et appuyer en grande partie par la presse ne passait pas « comme une lettre à la poste ». Parce qu'il avait une cacophonie entre les dires et les faits des gouvernants. Et de facto cela entraîne une opposition entre l'émetteur et le récepteur. L'analyse de Hall Stuart nous permet de voir beaucoup plus clair.

« Il se peut que les codes de codage et de décodage ne soient pas parfaitement symétriques. Les degrés de symétrie - c'est-à-dire les degrés de « compréhension » et de « méprise » dans l'échange communicationnel – dépendent des degrés de symétrie/asymétrie (relations d'équivalence) entre les positions des « personnifications » des codeurs-producteurs décodeurs-récepteur. Mais ceux-ci dépendent à leur tour des degrés d'identité/non-identité entre les codes qui transmettent parfaitement ou imparfaitement, interrompent ou déforment systématiquement le message en jeu. Le manque de concordance entre les codes résulte largement des différences structurelles de rapports et de position entre les diffuseurs et leurs publics, mais il a également à voir avec l'asymétrie entre les codes de la « source » et du « récepteur » au moment de la transformation (Hall Stuart, 1994, p.27-28).

Force est de reconnaître qu'il y a un hiatus profond entre ce que disent les autorités et ce qu'elles font. De facto, la population semble douter sur la sincérité de leur parole. Comme le dit l'adage « les actes sont plus éloquents que les paroles ».

C'est d'ailleurs, ce qui est arrivé au Palais. Le président Macky Sall qui, depuis le début de la pandémie de coronavirus, ne cesse d'appeler les Sénégalais à respecter les mesures d'hygiène semble faire une erreur. Il a serré la main au marabout Serigne Modou Kara. Pourtant, il n'a

pas fait autant quand il a reçu au palais certains leaders politiques, dont Idrissa Seck et Ousmane Sonko. Les salutations se sont faites par les coudes. L'image capturée sur la RTS (télévision nationale) fait le tour des réseaux sociaux. Elle suscite également plusieurs indignations et incompréhensions des internautes sénégalais.

Conclusion

En définitive, avec la pandémie à coronavirus, les différents protagonistes ont utilisé la communication de crise pour légitimer et convaincre leurs récepteurs. Une partie du discours de l'opposition reposait sur la propagande comme mode de captation de son interlocuteur. L'État a mis en avant une communication de sensibilisation et d'adhésion pour stopper la « la circulation du virus ». Ainsi, les théories de la communication de crise et les théories de la réception nous ont permis de voir comment les différents acteurs de l'État du Sénégal ont essayé de gérer la crise engendrée par la pandémie à Corona vis. Certes, la situation sur le plan de la communication a évolué à cause des médias privés, et surtout la montée en puissance de la presse en ligne. Mais, l'espace public en termes d'information et de communication tarde à jouer pleinement son rôle. Cependant, il reste beaucoup de choses à y revoir. L'information et la communication pourraient contribuer à la résolution de la communication de crise à condition de reconstruire l'espace public sur des valeurs et des principes, à savoir la liberté d'opinion, le respect de soi et de l'autre, l'empathie, l'écoute, la culture. En d'autres termes, il faudrait reconstruire un espace public de donner et de recevoir.

Bibliographie

A. Mercier – *quelle place pour les médias en temps de guerre ?* Revue internationale de la Croix-Rouge, 2005. P.236.

Aimé-Jules Bizimana, « Les risques du journalisme dans les conflits armés », *Communication* [En ligne], Vol. 25/1 | 2006, mis en ligne le 13 septembre 2013, consulté le 02 mai 2019. P. 6.

AUBENAS, F., BENASAYAG, M. - *La fabrication de l'information. Les journalistes à l'heure de la communication.* Paris : La Découverte, 1999, 110 p.

BALLE, F. - (dir.). - *Dictionnaire des médias.* Paris : Presses de Sciences politiques, 2004.

Camélia Kerkour, la communication de crise : Bien réagir pour mieux gérer : consulté le 22 octobre 2020.

Hall Stuart, CCCS, Albaret, Gamberini Marie-Christine. Codage/décodage. In: Réseaux, volume 12, n°68, 1994. Les Michele théories de la réception. p. 27-39 ;

Laurent Teisseire, *place et rôle des médias dans les conflits*, « Revue internationale et stratégique », 2010. N° 78 | Pages 91 à 95. P. 94.

M. Mouillaud ; J.-F. Têtu, *Le journal quotidien*, Lyon : Presse universitaire de Lyon, 1989, p.132

Mamadou Kaba Souaré, La communication en temps de crise : consulté le 23 octobre 2020.

Serge LE Strat, les théories de la communication [en ligne] <https://theoriesdelac.tumblr.com> : consulté le 28 juillet 2020.

Sources

<http://www.sante.gouv.sn/Pr%C3%A9sentation/coronavirus-informations-officielles-et-quotidiennes-du-msas>

<https://fr.africanews.com/2020/08/08/covid-19-le-senegal-renforce-les-mesures-barrieres//>

<https://www.au-senegal.com/coronavirus-ou-en-sommes-nous-au-senegal,15872.html>

<https://www.bbc.com/afrique/media-53635538>

<http://aps.sn/revue-de-presse/article/les-nouvelles-directives-pour-contrer-la-covid-19-en-une>

<https://www.rfi.fr/fr/afrique/20200420-coronavirus-s%C3%A9n%C3%A9gal-le-port-masque-est-d%C3%A9sormais-obligatoire>

<https://www.voaafrique.com/a/le-s%C3%A9n%C3%A9gal-annonce-nouveaux-d%C3%A9c%C3%A8s-du-coronavirus-et-d%C3%A9cr%C3%A8te-le-port-obligatoire-du-masque/5381835.html>

https://www.seneweb.com/news/Societe/covid-19-au-senegal-plus-de-24-000-perso_n_325503.html

<https://www.igfm.sn/coronavirus-le-ministere-de-la-sante-demande-aux-senegalais-de-se-masquer>