

# COMMUNICATION POLITIQUE ET ENGAGEMENT EN SANTE PUBLIQUE : ETUDE COMPARATIVE DES STRATEGIES DES ACTEURS POLITIQUES DANS LA LUTTE CONTRE L'ULCERE DE BURULI ET LA COVID-19

Sirabana COULIBALY, Université Peleforo Gon Coulibaly (UPGC),  
[sirabanacoulibaly@gmail.com](mailto:sirabanacoulibaly@gmail.com)

ANNET N'Dah Éric, Université Alassane Ouattara (UAO), [anneteric@yahoo.fr](mailto:anneteric@yahoo.fr)  
N'DRIN Zita Fabienne, Université Alassane Ouattara (UAO), [ndrin2019@gmail.com](mailto:ndrin2019@gmail.com)

## Résumé

Les actions de communication des politiques Ivoiriens dans la lutte contre la Covid 19 foisonnent, contrairement à l'ulcère de Buruli qui ne bénéficie pas du même intérêt. L'étude a pour vocation de montrer que la communication politique peut être utilisée comme un puissant catalyseur dans la lutte contre cette maladie endémique. Des données secondaires ont été collectées sur Facebook (2 post) et Google (3 images). L'analyse qualitative de contenu est l'outil utilisé pour étudier le corpus. Sur le plan théorique, le modèle du « two-step flow » a été mobilisé concernant l'homme politique comme un relais d'information auprès des communautés. L'analyse des données révèle un engagement sans réserve du politique dans la lutte contre la Covid-19. Cette pandémie est perçue par le politique comme un vecteur de communication permettant de traduire sa proximité, sa générosité et son implication dans la recherche du bien-être des populations. A contrario, Le désengagement de l'acteur politique dans la lutte contre l'ulcère de Buruli est lié à son caractère endémique qui n'offre pas une occasion d'être vu.

**Mots clés :** acteurs politiques, communication politique, stratégies, ulcère de Buruli, Covid-19.

## Abstract

Communication actions of Ivorian policies in the fight against Covid 19 abound, unlike Buruli ulcer which does not benefit from the same interest. The study aims to show that political communication can be used as a powerful catalyst in the fight against this endemic disease. Secondary data was collected on Facebook (2 post) and google (3 images). Qualitative content analysis is the tool used to study the corpus. On the theoretical level, the "two-step flow" model has been mobilized, identifying the politician as a relay of information to the communities. Data analysis reveals an unreserved political commitment to the fight against Covid-19. This pandemic is perceived by politicians as a vector of communication allowing them to translate their proximity, generosity and involvement in the search for the well-being of populations. Conversely, the disengagement of the political actor in the fight against Buruli ulcer is linked to its endemic nature which does not offer an opportunity to be seen

**Key words:** political actors, political communication, stratégies, Burli ulcer, Covi-19.

## INTRODUCTION

Selon la conception freudienne, la politique répond à une nécessité de la vie sociale et celui qui s'engage dans cette voie entend participer à la prise en charge du destin de la collectivité (J. Freund, 1965, p.8). Cette approche de la politique est héritée du courant aristotélien, plaçant la recherche du bien-être collectif au cœur de son fonctionnement. La résolution des problèmes sociaux devient un but du politique dans la cité. Cette opinion, trouve tout son sens dans l'engagement des hommes politiques Ivoiriens dans la lutte contre la Covid-19. Depuis le 1<sup>er</sup> cas détecté le 11 mars 2020<sup>1</sup>, les gouvernants et les aspirants au pouvoir (opposition) se sont engagés dans la lutte contre la propagation de cette pandémie. Ces actions de sensibilisation des acteurs politiques se traduisent par des actes de relations publiques (dons en vivres et non vivres) suivies de discours (allocutions lors des cérémonies de dons) et d'attitudes (port de cache-nez, lavage des mains et autres mesures barrières). L'apparition de cette maladie en Côte d'Ivoire a mis en évidence, d'une part, la capacité des hommes politiques à définir l'agenda (McComb et Shaw, 1972). La covid-19 a d'autre part, placé l'homme politique au centre du processus de transmission de l'information sur la covid-19 comme le conçoivent Katz et Lazarsfeld dans le modèle du two-sep-flow. L'homme politique est un « leader d'opinion » capable d'influencer le comportement des membres de sa communauté, sa tribu ou son pays. Le modèle en deux séquences appréhende le leader d'opinion comme le véritable influenceur et non les médias classiques (Katz et Lazarsfeld, 1955 ; Mcquail et Windahl, 1981). En plus d'être un vecteur d'information, le politique au sens économique du terme est rationnel. Cette rationalité l'incite à se servir des situations qui lui permettent de maximiser ses gains, dans toutes les situations qui peuvent paraître inappropriées pour le citoyen lambda, comme c'est le cas de la Covi-19.

Contrairement au Covid-19 qui tire un avantage de l'engagement des forces politiques (gouvernants et opposants), l'ulcère de Buruli ne bénéficie pas de la même couverture politique et de la visibilité du Covid-19. Dans une moindre mesure, elle jouit de quelques actions limitées du gouvernement en raison de l'existence d'un programme dédié. Or, au titre de cette maladie invalidante diagnostiquée en 1978, on dénombre aujourd'hui près de 22 000 cas déclarés<sup>2</sup>. Il paraît donc important de s'interroger sur le dévouement communicationnel des politiques autour de la Covid 19 comparativement à l'ulcère de Buruli. Autrement dit, qu'est ce qui fonde l'action communicationnelle des politiques ivoiriens dans la lutte contre la Covid-19 et l'ulcère

---

<sup>1</sup> <https://www.afro.who.int/>, consulté le 15 /11/2022 , à 14h41 mn.

<sup>2</sup> <https://www.refliefweb.int/>, consulté le 15/11/2022 à 15h38 mn.

de Buruli ? A cette interrogation, il est à envisager que les politiques, dans le cadre de la sensibilisation contre la maladie à corona virus se muent en des vecteurs de communication parce qu'elle semble leur offrir plus de visibilité contrairement à l'infection à *mycobacterium ulcerans* (*Ulcère de Buruli*). Au demeurant, cet article s'organise autour d'un cadre théorique et méthodologique avant de s'appesantir sur les fondements communicationnels de l'engagement ou non du politique dans la lutte contre l'ulcère de Buruli et la Covid-19.

## 1. ANCRAGE THEORIQUE ET METHODOLOGIQUE

### 1.1. Ancrage théorique

La présente étude prend son sens à l'aune d'un ancrage théorique qui repose sur deux (2) théories communicationnelles à savoir le « two-step-flow of communication » et « l'agenda setting ». La théorie du « two-step-flow of communication » est une théorie inspirée de l'approche empirico-fonctionnaliste (D. Charron, 1994, p.31.). Cette approche, qui est une réaction au « behaviorisme<sup>3</sup> » considère que les médias n'ont pas d'impacts aussi puissants sur les individus qui semblent autonomes et rationnels (B. Miège, 2005, p.23). Ce faisant, la théorie du flux de communication à deux (2) étages proposée par P. Lazarsfeld et E. Katz montre que ce ne sont pas les médias qui manipulent mais les leaders d'opinion. Le modus operandi décrit par ces auteurs montre que les messages des médias atteignent d'abord les leaders d'opinions qui, à leur tour, les transmettent à leur groupe d'appartenance, composé de personnes peu ou prou exposées aux médias.

Le terme « agenda setting » a été proposé en 1972 par M. Combs et D.L. Shaw pour soutenir l'hypothèse selon laquelle les médias décident des sujets d'actualité qui animeront l'espace public (E. Maigret, 2004, p.198). L'agenda pourrait se définir comme une hiérarchie de priorités, une liste d'enjeux classés par importance croissante, soumis à l'attention d'un groupe de personnes. En effet, cette théorie, d'inspiration empirico-fonctionnaliste, soutient que « si les médias ne sont pas capables de modeler le comportement ou l'opinion des individus, du moins réussissent-ils à leur faire partager leurs préoccupations » ((D. Charron, 1994, p.36.). Dans ce cas, « les médias ne disent pas ce qu'il faut penser mais ce à quoi il faut penser » (B. Cöhen cité par G. Derville, 1998, pp.130-135). Cette fonction d'agenda, assumée par les médias et imposée (dans une certaine mesure) à la société, attire l'attention de celle-ci non seulement

---

<sup>3</sup> Le behaviorisme tient les individus pour influençables et faibles et assimile les médias à des entreprises de manipulation.

sur des personnalités qu'ils présentent comme des égéries mais aussi sur des évènements sociaux.

Ces deux théories nous permettent d'envisager, dans notre analyse, les politiques comme des influenceurs et des relais de communication ou des « médias ». Pour mettre en exergue cet état de fait, il nous faut préciser le corpus étudié et son outil d'analyse.

## **1.2. Corpus d'étude et outil d'analyse**

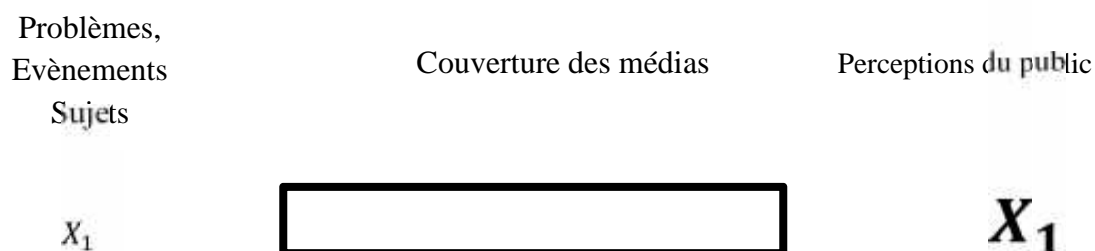
Le corpus est défini comme l'ensemble des données sur lequel va ou doit s'effectuer l'analyse (R. Mucchielli, 2006, pp.48-49). Dans le cadre de cette étude, nous avons travaillé sur des données secondaires à savoir des post Facebook et des images relatives aux actions des politiques ivoiriens dans la lutte contre le Coronavirus. Les post Facebook analysés sont au nombre de deux (2). Ils contiennent chacun un *body copy* et un visuel. Les images décryptées sont au nombre de trois (3). Elles ne contiennent pas de texte.

L'analyse qualitative de contenu est l'outil utilisé pour étudier le corpus. Cette analyse « interprète le matériel étudié à l'aide de quelques catégories analytiques en faisant ressortir et en décrivant ses particularités spécifiques » (R. Landry, 1997, p.334). Cet outil d'analyse permet de cerner le sens des communications manifestes ou non des politiques dans leur engagement lors des crises sanitaires. A partir de cet instrument d'analyse, les résultats obtenus se déclinent selon deux (2) axes à savoir l'engagement du politique dans la lutte contre le Coronavirus et son non engagement dans la lutte contre l'ulcère de Buruli.

## **2.LES DETERMINANTS DE L'ENGAGEMENT DU POLITIQUE DANS LA LUTTE CONTRE LA COVID-19**

Contrairement à certaines questions qui mettent en lumière une société politique ivoirienne conflictuelle, la lutte contre la covid-19 a révélé une relative unité des élites politiques autour de ce problème sanitaire. La pandémie du Covid-19 a modifié l'agenda des leaders politiques en Côte d'Ivoire. En effet, le modèle de *l'agenda-setting* centré sur les usages des médias et les satisfactions qu'ils apportent met l'accent sur la fonction d'apprentissage des médias en permettant au public de cerner « quelle importance il doit accorder à un problème ou à un évènement compte tenu de l'accent que les médias mettent sur celui-ci » (G. Willet, 1992, p.470). Ce paradigme s'élabore à trois (03) niveaux à savoir : des problèmes ou sujets ( $X_{1,2...6}$ ), de la couverture des médias (x) et des perceptions du public (,  $X_{1,2..6}$ ). Il se schématise de la façon suivante

Figure 1 : Covid-19 et couverture politique<sup>4</sup>



Il est également vrai que le modèle de l’agenda met en évidence les médias classiques tels que la presse ou la télévision dans leur schéma mais il convient de relever que les hommes politiques ivoiriens se sont comportés aussi comme des vecteurs de changement cognitifs en inscrivant la Covid-19 dans leur agenda. Dès lors, qu’est ce qui fonde l’engagement des hommes politiques dans la lutte contre la Covid-19 ?

### 2.1. Les politiques, médias de communication.

Au regard des données collectées, la Covid-19 a été appréhendée par les hommes politiques ivoiriens comme un support de communication politique. En effet, la Covid-19 ( $X_1$ ) a connu une large couverture politique (x) dont l’objectif visait au premier abord une prise de conscience de la pandémie par les populations ( $X_1$ ) mais le gain politique demeure l’ultime ambition. La couverture de la pandémie de la Covid-19 par les politiques ivoiriens révèle une double appréhension de la maladie. Dans un premier temps, elle est vue comme un moyen de transport des messages politiques et de visibilité de leurs actions. En effet, les hommes politiques et leurs organisations s’en sont servis, pour montrer leur générosité et leur proximité avec la population. A propos, les post Facebook ci-dessous de certains politiques ivoiriens illustrent bien cette réalité.

<sup>4</sup> McQuail D. et Windhal S., 1981, *Communication Models*, Londres, Longman Group, p.63

### Post 1 : Le RHDP et la lutte contre la COVID-19



### Post 2 : Le RHDP et la lutte contre la COVID-19



La première publication est composée d'un textuel (haut) et de trois icones (bas). Le post permet d'identifier l'émetteur (RHDP) et les cibles (les clients de la CIE possédant un compteur à carte de 5 ampères). Le contenu révèle la mise à disposition aux cibles un crédit énergétique de 16000 frs CFA par abonné provenant du Président de la République et de son ex-Premier Ministre. Cette information est soutenue par les photos du Chef de l'Etat, celle du Chef de gouvernement et d'un compteur électrique. Ce post clarifie une récupération politique du RHDP des mesures sociales prises par l'Etat pour soulager les familles à faible revenu économique en réduisant ces actions à la bienveillance des dirigeants de la formation politique RHDP.

Le second post respecte la même structure de présentation que le premier (texte et image). Le sujet émettant (Bruno Nabagné koné), est cadre du RHDP et membre du gouvernement ivoirien. La publication met en évidence des dons en produits alimentaires et hygiéniques aux populations de sa région, donc de sa sphère électorale. Qu'en est-il des politiques de l'opposition ?

Image 1 : Simone Gbagbo dans la lutte contre la Covid -19



A l'instar des gouvernants, les aspirants au pouvoir d'Etat se sont engagés dans la lutte contre la pandémie à coronavirus. L'image 1 montre Simone Gbagbo<sup>5</sup> et Alla Saint Clair<sup>6</sup> tenant à deux un sac de riz. Juste derrière ces deux acteurs, on aperçoit dans un véhicule des cartons dont on identifie la marque « Aya », une huile de table. C'est une cérémonie de remise de dons de produits alimentaires aux étudiants de Côte d'Ivoire par l'intermédiaire du secrétaire général de la Fédération Estudiantine et Scolaire de Côte d'Ivoire (FESCI,) porte-voix des étudiants. Au total, cette publication et les deux (2) post Facebook montrent des acteurs politiques se servant de la Covid-19 comme support de communication en projetant certaines valeurs qui caractériseraient le politique à savoir : la générosité, le partage et la proximité.

Au-delà de l'instrumentalisation politique de la Covid-19, l'implication politique a fait des hommes politiques, dans un second temps, des supports, des vecteurs de sensibilisation. En effet les politiques ivoiriens ont projeté les mesures barrières souhaitées en adoptant eux-mêmes ces mesures.

---

<sup>5</sup> Ex-Première Dame de la Côte d'Ivoire (2000-2011)

<sup>6</sup> Secrétaire général de la fédération Estudiantine et Scolaire de Côte d'Ivoire (FESCI)

Image 2 : Le Président Ouattara et les mesures barrières



Image 3 : les ex-Présidents Gbagbo et Bédié et les mesures barrières



L'image 2 montre le Chef de l'Etat en posture de désinfection des mains et l'image 3, les ex-Présidents Bédié et Gbagbo portant des cache-nez. En effet, en plus de la distanciation sociale, le port du masque et le lavage régulier des mains font partie des bonnes pratiques préventives à adopter. Les trois (03) personnalités politiques sont des leaders d'opinion et sont suivis par des milliers d'Ivoiriens. Leurs prises de position sur des questions d'intérêt national sont globalement suivies par leurs sympathisants. C'est pourquoi, les hommes politiques, notamment les trois (3) leaders, en plus de tirer profit de la visibilité qu'offre la Covid-19, confirment l'existence de la maladie auprès des populations. Cette attitude vise à changer les perceptions de certaines personnes et à les amener à adopter ces mesures barrières. Cependant, l'engagement du politique est-il réduit aux opportunités de communication offertes par cette maladie ?

## 2.2. La phobie de la mort

Le spectre de la mort astreint le politique à s'engager résolument dans la lutte contre la Covid-19, une maladie très contagieuse pouvant entraîner des complications parfois irréversibles. De plus, cette infection n'exclut aucune catégorie sociale. D'une part, l'homme politique a peur d'être victime de cette maladie. Dans un article rétracté sur le site internet de la BBC<sup>7</sup>, Mamadou Faye (janvier 2021), fait la lumière sur les personnalités africaines décédées de la

---

<sup>7</sup> British Broadcasting Corporation



Covid-19. On y retrouve Jerry Rawlings<sup>8</sup>, Amadou Toumani Touré<sup>9</sup>, Pierre Nkurunziza<sup>10</sup> Amadou Gon Coulibaly<sup>11</sup>, Charles Konan Banny<sup>12</sup> etc. Les hommes politiques semblent les plus vulnérables à la maladie. Ils sont exposés parce qu'ils sont régulièrement en contact avec d'autres personnes tributaires de leurs activités politiques (réunion, meetings) et voyage (rencontres internationales, diplomatie politique). D'autre part, une implication due à la peur de voir la réduction la population par la pandémie du Covid-19. Il en ressort donc un enjeu électoraliste qui n'est pas forcément le cas dans la lutte contre l'ulcère de Buruli.

### **3. LES FONDEMENTS DU NON ENGAGEMENT DU POLITIQUE DANS LA LUTTE CONTRE L'ULCERE DE BURULI**

#### **3.1. L'Ulçère de Buruli, une maladie endémique sans réel danger pour la santé du politique**

L'ulcère de Buruli encore appelé infection à *mycobacterium ulcerans* est une infection cutanée causée par une mycobactérie présente dans l'environnement. Elle se caractérise par l'apparition d'ulcères plus ou moins étendus pouvant entraîner une invalidité permanente. Cette affection se développe sous une forme endémique et touche généralement les populations rurales vivant près des nappes d'eau. Le mode de transmission de l'environnement à l'homme reste encore inconnu. Son caractère non contagieux, sa distribution géographique liée à un écosystème aquatique, les activités exposant à la maladie (activités champêtres, ménagères et ludiques...), la population atteinte moins élevée, le faible taux de mortalité, etc. font de l'ulcère de Buruli une maladie moins dangereuse pour la santé du politique. Cette invulnérabilité pourrait expliquer en partie le non engagement des politiques ivoiriens dans la lutte contre cette maladie invalidante car elle n'offre pas de visibilité politique auprès des populations ivoiriennes.

#### **3.2. La lutte contre l'ulcère de Buruli et l'invisibilité politique**

La théorie du « Two-step-flow of communication » met en évidence le rôle déterminant des leaders d'opinions dans la transmission des messages médiatiques auprès des populations. Si dans la lutte contre la pandémie à coronavirus les hommes politiques ivoiriens se présentent comme des influenceurs pour la promotion et l'adoption des mesures préventives, ils ne jouent

---

<sup>8</sup> Ex-Président ghanéen décédé le 12 novembre 2020.

<sup>9</sup> Ex-Président malien, décédé le 10 novembre 2020.

<sup>10</sup> Président Burundais décédé le 8 juin 2020 en plein exercice de son 3<sup>ème</sup> mandat.

<sup>11</sup> Premier ministre ivoirien, décédé le 8 juillet 2020.

<sup>12</sup> Ex premier ministre ivoirien décédé le 10 septembre 2021.

pas le rôle reste au niveau de la lutte contre l'infection à *Mycobacterium ulcerans*. Au regard des intérêts politiques qui résultent de leur implication acharnée en faveur de cette pandémie, l'engagement du politique dans la lutte contre la Covid-19 ne revêt pas la même importance que celui de l'ulcère de Buruli. En réalité l'engagement politique en faveur de l'ulcère de Buruli semble inexistant. En effet, la notion d'intérêt fonde l'action du politique chez les pragmatistes politiques et les utilitaristes. Seule la fin justifie les moyens et toute situation peut être source de maximisation de revenus politiques même si elle pose un problème d'éthique comme le cas d'une maladie telle que la Covid-19. L'approche de l'intérêt qui fonde l'engagement politique est perceptible chez Anthony Downs. Pour cet auteur, les membres des organisations politiques sont « motivés par leur désir personnel de s'approprier le revenu, le prestige et le pouvoir associés au pouvoir » (Downs A., 2013, p.51). La politique s'assimile à un jeu où chaque intervenant met ses intérêts personnels avant ceux du collectif. Dès lors, la couverture politique de la lutte contre la Covid-19 est déterminée par un gain politique puisque l'intérêt fonde l'engagement du politique. C'est pourquoi, au-delà, de la générosité apparente des hommes politiques autour de la Covid-19 via la publicisation des cérémonies de remise de dons en produits alimentaires et hygiéniques, la recherche du gain politique s'y trouve. Contrairement à la pandémie à coronavirus, l'ulcère Buruli reste une maladie tropicale négligée (MTN) qui ne mobilise pas les actions du politique en raison de son faible impact sanitaire au sein des populations. Même si l'ulcère de Buruli est une infection avec un fort taux de morbidité, l'implication du politique dans la lutte contre cette maladie endémique passerait inaperçue. Ce, dans la mesure où selon Cotteret J.M (2002, p.44), le premier intérêt politique est d'être « plus apparent » auprès des concitoyens dans des situations de crise sanitaire; or l'ulcère de Buruli n'en est pas une. Dans ce même ordre d'idée, Debbasch et Pontier estiment que le pouvoir politique cherche à apparaître en recherchant l'élément qui attirera l'attention sur eux car en politique « être, c'est être perçu ». (Debbasch C et Pontier J.M, p.32). Du coup, toute situation qui favorise une visibilité doit être saisie. La Covid-19, vue son caractère contagieux doublé d'un taux élevé de mortalité constitue une menace pour tout le monde. Par conséquent, cette maladie offre une grande visibilité au politique et lui permet d'en tirer profit contrairement à certaines maladies non contagieuses, moins mortelle et qui touchent peu de personnes telles que l'ulcère de Buruli.

## CONCLUSION

En définitive, la communication des politiques ivoiriens dans la lutte contre l'ulcère de Buruli et la Covid-19 se décline à l'aune de deux (2) facettes. La première traduit un engagement sans réserve du politique qui fait de la lutte contre la Covid-19 une priorité qu'il inscrit dans son agenda et se mue en vecteur de communication pour la sensibilisation. Cet engouement prend son sens dans la mesure où le politique utilise la Covid-19 comme un « fonds de commerce politique » pour traduire sa proximité, sa générosité et son implication dans la recherche du bien-être des populations. Le gain politique consisterait à calculer le différentiel partisan des populations afin d'en faire une variable de choix lors des joutes électorales (Coulibaly S, 2017, p.133). La deuxième facette concerne la lutte contre l'ulcère de Buruli, où le politique y est absent ou invisible. Le caractère endémique de cette pathologie n'encourage pas le politique à s'y intéresser en dépit du taux de morbidité élevé. Pour lutter efficacement contre cette endémie, il faut inciter le programme national de lutte contre l'ulcère de Buruli à déployer sa stratégie de communication en impliquant les politiques, en tant que relais ou vecteurs de communication. Compte tenu du caractère endémique de la maladie, il faudrait par le truchement d'un plaidoyer, impliquer inclusivement les politiques locaux car leur électorat fait partie des populations touchées.

Par ailleurs, la perception des populations de l'engagement du politique dans la lutte contre la Covid 19 et l'ulcère de Buruli n'a pas été soumise dans cette étude. L'analyse de cet aspect aurait permis de cerner l'impact de l'engagement des politiques dans la propagation l'ulcère de Buruli. Ce paradigme analytique pourra faire l'objet d'une étude antérieure afin de compléter la présente étude.

## REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- CHARRON D., (1994) Une introduction à la communication, Québec, Télé-université.**  
**COULIBALY S., « les déterminants politiques de la publicisation des projets publics en Côte d'Ivoire », in *Communication en question*, n 9, novembre/décembre 2017, p.112-134.**  
**COTTERET J.M., (2002), *Gouverner c'est paraître*, Paris, PUF.**

- DEBBASCH C., PONTIER J.M., (1986) *Introduction à la politique*, Paris, 2<sup>ème</sup> édition, Dalloz.
- DOWNS A., (2013), *Une théorie économique de la démocratie*, Bruxelles, Editions de l'université de Bruxelles.
- DERVILLE, G. (1998). Le pouvoir des médias... selon les classiques de la « com ». *Les cahiers de médiologie*, 6, 130-135. <https://doi.org/10.3917/cdm.006.0130>
- LANDRY R., (1997), « L'analyse de contenu », dans GAUTIER B. (dir), *Recherche sociale. De la problématique à la collecte des données*, Québec, Presses de l'Université du Québec.
- MACHIAVEL N., (1992), *Le prince*, Paris, GF Flammarion.
- MAIGRET, E. (2004), *Sociologie de la communication et des médias*, Paris, Armand Colin.
- MIEGE, B. (2005). *La pensée communicationnelle*, Grenoble, PUG.
- MUCCHIELLI A., (2002), *Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines et sociales*, Paris, Armand Colin.
- MUCCHIELLI R., (2006), *L'analyse de contenu des documents et communications*, Paris, ESF.
- FAYE M., « Ces personnalités africaines qui nous ont quittés en 2020 », rétracté sur <https://www.bbc.com/afrique/>, le 18 janvier 2022 à 10h41 mn
- WILLET G., 1992, *La communication modélisée. Une introduction aux concepts, aux modèles et aux théories*; Québec, ERPI.