UNIVERSITÉ d’ÉTAT d’HAÏTI

**Faculté des Sciences Humaines**

**Département de Communication Sociale**

Impact de la campagne de communication contre le choléra à Dessalines de novembre 2010 à février 2011.

**Mémoire réalisé par : Alex POLIDOR**

**en vue de l’obtention**

**du grade de Licencié en Communication Sociale**

**Sous la direction du professeur : Jean Romel RODNEY**

**Promotion 2005-2009**

**@Mars 2014**

**Résumé**

L’épidémie de choléra qui s’est déclaré en Haïti en octobre 2010 a provoquée beaucoup de frayeur dans le pays et même dans la région caraïbéenne. Cette épidémie qui n’avait jamais été observé en Haïti dans le passé survient dans un contexte où le pays essayait de se relever des séquelles vivantes du séisme du 12 janvier de la même année. Ajouté à cela, le pays connaissait une grande carence en infrastructures de base à cette période. Par infrastructures de base, nous voulons parler des systèmes de distribution d’eau potable, des moyens de gestion des déchets, et de canalisation des eaux immondes etc.

Cette déficience infrastructurelle de base, notamment les conditions infrahumaines dans lesquelles se trouvait la population depuis le tremblement de terre ont favorisé une propagation rapide du choléra et en même temps fait augmenter le taux de létalité causé par l’épidémie. La population est aux abois et ne sait comment s’épargner et/ou freiner cette situation de grande panique qui n’est sans doute pas sans conséquences sur leur vie et leurs activités quotidiennes. La situation ne cesse d’aggraver et devient un véritable problème de santé publique qui se faisait de plus en plus inquiétant et préoccupait l’esprit de tous.

Poussé par le sentiment du devoir et de responsabilité, les autorités sanitaires compétentes du pays par l’intermédiaire du ministère de la santé publique et de la population ont orchestré une campagne de sensibilisation massive en vue de pallier la situation. Cette campagne conduit par l’état haïtien a été soutenue par plusieurs organismes privés et non-gouvernementaux. Plusieurs activités ont été entreprises dans le cadre de cette campagne.

L’on cite en exemple, les actions menées par le Système National de Gestion des Risques et des Désastres et la Direction de la protection Civile et la Direction Nationale de l’eau Potable et de l’Assainissement pour la mise en place de Centre de traitement du Choléra (CTC).

Par ailleurs, le bureau de la présidence d’alors a, conjointement, avec le ministère de la communication et certaines institutions non-gouvernementales, procédé à la réalisation et la diffusion de messages radiophoniques, audiovisuels et d’affiches en vue d’informer, de sensibiliser et d’éduquer la population sur les comportements à adopter face à l’épidémie.

Cependant, le bilan des 3 premiers mois du choléra montre une insuffisance totale de ses activités de sensibilisation. Le nombre de victime n’a pas cessé de croitre de façon régulière et rapide et l’épidémie continuait à s’étendre de ville en ville, de département en département. Entre le 22 octobre 2010 (la date de l’alerte à l’épidémie à partir de laquelle on a commencé à comptabiliser officiellement les cas d’infectés et de décès) et janvier 2011, les chiffres se sont amplifiés pour passer de 208 à plus de 4,533 cas de décès selon un rapport du ministère de la santé publique.

De plus, en dépit de cette campagne on ne pouvait visiblement constater les mêmes habitudes sanitaires, les mêmes attitudes et les mêmes comportements chez la population qui continuaient à produire les mêmes conséquences. Ce constat nous a amené à construire ce questionnement autour de la campagne : quel est l’impact des messages sur la population cible ? Les messages ont-ils contribué à influencer l’attitude hygiénique et sanitaire de la population de Dessalines? Quelle est la nature des messages ? Ces derniers sont-ils efficaces ? Ce qui nous a permit d’aboutir à la question de recherche suivante : **quel est l’impact de la campagne de sensibilisation menée contre le choléra sur la population de Dessalines ?**

Cette question de recherche, nous amène à énoncer l’hypothèse principale suivante : **La campagne de sensibilisation menée contre le choléra n’a qu’un faible impact sur la population de Dessalines.** Et une hypothèse considérée comme secondaire ; **à savoir que les messages émanant de la campagne de communication ont faiblement contribué à changer le comportement sanitaire de la population de Dessalines.**

Partant de ces hypothèses, nous nous sommes fixé comme objectif principal de **montrer que la campagne de sensibilisation contre l’épidémie de choléra a un faible impact sur la population de Dessalines.** De manière plus spécifique, nous voulons **étudier les causes du faible impact de la campagne sur la population de Dessalines, notamment l’inefficacité des messages.** Nous nous adonnons également à observer le comportement de la population et de vérifier les effets des messages diffusés à l’adresse de la population de Dessalines.

La revue de littérature réalisée dans le cadre de cette étude ne nous a pas permis de trouver grand-chose autour de notre thème de recherche. Ce qui constitue pour nous, en quelque sorte, une source de motivation pour mener cette recherche sur ce pareil thème. Ce travail constitue avant tout l’accomplissement d’un devoir académique qui nous permet a priori, d’approfondir nos connaissances dans la communication sociale plus particulièrement dans le champ du marketing social.

Par ce travail, nous avons apporté notre contribution dans le domaine de la communication sociale, particulièrement dans le champ de la publicité sociale. Il est donc un apport supplémentaire sur le plan académique à cette discipline.

En vue d’atteindre les objectifs fixés nous avons bâtir notre travail autour de la méthode d’enquête. Le travail est repartit sur 6 chapitres.

D’abord, au premier chapitre, nous avons présenté les considérations générales autour du concept choléra. Son origine, son histoire, ses caractéristiques, les moyens de préventions et spécifiquement le contexte de son apparition en Haïti.

Au chapitre 2 nous avons présenté la sociographie du milieu de l’étude (*Dessalines)* avec son histoire, ses particularités sociodémographiques ainsi qu’un récapitulatif de la tenue de la campagne dans cette commune. Nous avions choisi de mener notre étude dans le Département de l’Artibonite en raison du fait qu’il est considéré comme le berceau du cholera en Haïti. Plus spécifiquement à Dessalines  qui, suivant le rapport d’une étude réalisé sur l’impact du choléra sur l’agriculture par le Conseil National de la Sécurité Alimentaire (CNSA), se trouvait en tête de liste parmi les communes les plus touchées. Particulièrement la première (Villard) et la quatrième section communale (Poste-Pierrot) avec plus de 5000 cas recensés au cours du premier trimestre. De plus Villard a cette particularité qu’elle est traversée par le fleuve de l’Artibonite qui constitue la principale source en eau de la population. Voila ce qui explique le choix de notre cible.

Ensuite au chapitre 3 le cadre conceptuel présente certaines notions telles : l’impact, l’attitude, le comportement et le marketing social.

Nous avons présenté au chapitre 4 le cadre théorique de l’étude qui expose l’ensemble des théories pertinentes sur lesquelles s’appuie la recherche. Aussi avons-nous retenu et présenté la théorie du double flux de la communication, l’impact social, la dissonance cognitive et la perception sélective comme base théorique du travail.

Néanmoins, certaines des théories utilisées dans le cadre de cette étude ont un caractère plus général ; d’autres, un caractère plus spécifique par rapport à notre objet d’étude. Nous avons priorisé tous les aspects de ces théories qui permettent de fournir un cadre explicatif approprié au phénomène sous étude. Nous aurions pu utiliser d’autres modèles mais l’objectif n’est pas d’exposer une littérature abondante sur le sujet mais plutôt d’arriver à un construit théorique utile et nécessaire sur la question.

Le chapitre 5 concerne la méthodologie du travail. Comme annoncé au début, pour mener cette recherche nous avons utilisés la méthode d’enquête par questionnaire, qui selon Sylvain Giroux et Ginette Tremblay se révèle l’une des méthode permettant de mesurer des comportements, des pensées ou des conditions objectives d’existence auprès des participants d'une étude afin d'établir une ou plusieurs relations d'association entre un phénomène et ses déterminants.

A cet effet, notre questionnaire a été administré pendant deux (2) jours auprès d’un échantillon de 127 personnes déterminé par quota. Le quota utilisé est de 1/200. En effet, notre échantillonnage se porte sur la population âgée de 15 ans qui, selon nous, est plus susceptible aux déplacements, à l’exode et aux voyages.

Apres avoir collecté les données, nous avions procédé à leur traitement, leur analyse puis leur interprétation afin de répondre à notre question de recherche et de vérifier nos hypothèses. Ainsi, les résultats de notre enquête présentés enfin au chapitre 6 nous ont-ils permis d’atteindre les objectifs fixés et de vérifier en même temps nos hypothèses de départ.

Les résultats de notre étude nous montrent que la campagne de sensibilisation contre le choléra n’a pas eu de véritables impacts sur la population de Dessalines. En réalité on ne peut constater qu’une simple apparence de changement d’attitude de cette population au cours de la période considérée. Après plus de 6 semaines de campagne, presque la moitié de la population estime que les messages ne sont pas convaincants et admet avoir du mal de renoncer à leur comportement antérieur. De plus certains d’entre eux croient que le choléra est un problème mystique qu’il faut résoudre par des procédés mystiques. Ces considérations confirment l’hypothèse selon laquelle les messages sont inefficaces et ont réellement un faible impact sur la population de Dessalines.

De plus, les problèmes liés à l’infrastructure et l’absence d’alternatives réelles pour la population constituent également un véritable obstacle dans le processus de changement de comportement.

Toutefois, en dépit de la rigueur scientifique utilisée, cette étude d’impact de la campagne de sensibilisation contre le choléra sur la population de Dessalines à certainement ses limites. D’abord, le travail se porte sur une courte période. Les résultats obtenus ne permettent pas d’étudier l’impact des messages sur la population pour la période succédant février 2011. Une démarche qui, selon nous pourrait aider à voir si effectivement la population a changé d’attitudes au fil du temps. De plus, compte tenue de la configuration géostratégiques de chacune des sections communales de Dessalines, l’étude ne peut être servir que de base pour une vision globale de la situation à Dessalines en particulier ou du département de l’Artibonite en général.

Cependant, nous estimons que ce travail qui peut être considéré comme exploratoire, laisse des possibilités d’études à d’autres chercheurs qui voudraient approfondir un tel sujet comme sur d’autres parties de la population ou sur une période beaucoup plus longue ou sur toute autre facette de la campagne.

**Extrait bibliographique**

AGEE, K. Warren *et al*. *Introduction aux communications de masse*. 9eme édition. Bruxelles : Deboeck Université, 1998.

ANGERS, Maurice, *Initiation pratique à la méthodologie des Sciences humaines*, Québec, les éditions de la Chenelière Inc., 1992.

ATALAH, Paul : *Théories de la communication, histoire, contexte et pouvoir*. Presse Universitaire du Québec, Québec, 1989.

BRETON, Philippe : *L’argument dans la communication*, La découverte, paris, 1996.

CANTAVE Tony et Lionel PROSPER, *Document de Stratégie National pour la Croissance et la Réduction de la Pauvreté (DSNCRP),* MPCE, avril 2007.

CHARON, Danielle, *Une introduction à la communication*, PUQ, Québec, 1991.

DAGENAIS, Sylvie, *Sciences humaines et méthodologie initiation pratique à la recherche*, Québec, Beauchemin Itée, 1991.

DORTIER, Jean-François, *Dictionnaire des Sciences Humaines*, Ed. Sciences Humaines, Paris, 2004.

GRAWITZ, Madeleine. *Méthode**des Sciences sociales*. 10eme édition. Paris : Dalloz, 1996.

IHSI. *IVème Recensement de la Population et de l’Habitat*. Port-au-Prince : 2006.

JANNY T. *Epidémies de cholera en Afrique : Analyse d'une étiologie multifactorielle. Mémoire de l'école de santé publique*. CPE-LYON. 2004

KOCH Robert - *An address on cholera and its bacillus*. Br Med J, 1884.

LAZAR, Judith.- *La science de la communication*, Paris, PUF Coll. Que sais-je ?

LEDUC Robert. *La Publicité, une Force au service de l'Entreprise*, Dunod Bo-pré, 9e édition, 1987.

MUCHIELI, Alex : *Théories systémiques de la communication*, La découverte, Paris, 1995.

NICKELS G. William. *Marketing, Communication and Promotion*, columbus Grid, Ohio 1976.

SYLVAIN Giroux, et TREMBLAY Ginette, *Méthodologie des sciences humaines*, Saint -Laurent(Québec), 2002.

SNGRD, *Gestion de l’Epidémie du Cholera, Rapport-bilan*, octobre-décembre 2010.

VAUGHAN JP, Morrow RH. *Manuel d'épidémiologie pour la gestion de la santé au niveau du district*. OMS Genève, 1991.

WARREN, Agee, PHILLIP Ault et EDWIN Emery, *Introduction aux communications de masses*, De Boeck, Bruxelles, 1989.

WINDHAL Sren, *et al.**Utilisation des théories de la communication***.**  Québec : Sainte Foy, 1993.