



REPRESENTATION SOCIALE DE LA COVID-19 EN REPUBLIQUE DEMOCRATIQUE DU CONGO.

*Une étude communicologique du port de masque menée auprès de la population
de la ville de Mbujimayi*

MANONGO BAKENGE Jean Marcel¹

Chef de Travaux à l'Université Officielle de Mbujimayi et Doctorant, en
Sciences de l'Information et de la Communication

Université de Kinshasa, R. D. Congo.

jeanmarcelmanongo@gmail.com

Résumé : Notre réflexion sur cette thématique, a appréhendé d'une part l'impact de la communication sociale dans la protection de la population de la République Démocratique du Congo dans la lutte contre la pandémie du COVID-19, D'autre part, la question de la représentation sociale qu'ils se font du port de masque. Les réactions des habitants du milieu ont témoigné en majorité que le COVID-19 était une situation qui a bouleversé tout le monde face aux mesures barrières dont l'obligation du port de masques et la communication préventive anti covid-19. Notre étude est réalisée auprès de 462 ménages de la ville de Mbujimayi ayant accepté de participer aux entretiens semi-directifs. Elle avait comme objectifs de décrire les significations que les gens donnent à la COVID-19 et au masque.

Mots-clés : Covid-19, port du masque, représentation sociale, RDCongo, Mbujimayi.

SOCIAL REPRESENTATION OF COVID-19 IN THE DEMOCRATIC REPUBLIC OF CONGO.

*A communicological study of the wearing of masks conducted among the
population of Mbujimayi town*

Abstrat : Our reflection on this theme, apprehended on the one hand the impact of social communication in the protection of the population of the Democratic Republic of Congo in the fight against the COVID-19 pandemic, on the other hand, the question of the social representation they have of wearing masks. The reactions of local residents mostly testified that COVID-19 was a situation that upset everyone in the face of barrier measures including the obligation to wear masks and preventive communication against covid-19. Our study is conducted among 462 households in the city of Mbujimayi who agreed to participate in semi-structured interviews. Its goals were to describe the meanings people give to COVID-19 and masks.

Keywords : Covid-19, Wearing a mask, social representation, DR Congo, Mbujimayi.

¹ Spécialiste en Sciences de l'Information et de la Communication (SIC) et en Santé Publique : Gestion des Institutions Sanitaires.

Introduction

En 2019, le monde est frappé par une crise sanitaire particulière, à savoir la COVID-19, qui continue de faire de nombreuses victimes. En République Démocratique du Congo, et singulièrement la ville de Mbuji mayi, la COVID-19 a modifié les modes de vie et le style de communication des populations.

Face à cette situation tragique, le gouvernement, par l'entremise des médias a invité la population à adopter un comportement inhabituel, celui de respecter les mesures barrières ; rester confiné, se faire vacciner afin de se protéger contre la contamination ou de contaminer les autres.

Afin de protéger la population et réduire le nombre d victimes contre cette pandémie, la République Démocratique du Congo fait le choix de la vaccination. Pour y arriver, une communication de masse est mise en place via les réseaux sociaux pour la diffusion et la vulgarisation des mesures barrières pour la prévention individuelle et la protection collective.

A Mbuji mayi, la population considère la COVID-19 comme une maladie propre aux personnes nanties. En plus, à cause de l'ignorance sanitaire, elle refuse le port du masque comme moyen de prévention et de protection. Aussi, le confinement de certains centres villes, à l'instar de la commune de Gombe (une commune huppée de Kinshasa), a renforcé le sentiment de rejet des mesures barrières des populations des zones modestes de la ville.

C'est ainsi qu'en tant que chercheur en Sciences de l'Information et de la Communication, nous nous sommes saisi de la situation, en nous posant la question suivante : « Existe-t-il un facteur explicatif entre l'image que les habitants de la Ville de Mbuji mayi se font de la maladie et leur faible taux d'implication dans l'appropriation du message sur le respect des mesures barrières, plus particulièrement le port du masque ? »

A cette question principale s'ajoute une secondaire, à savoir : Quels sont les facteurs qui expliqueraient le non observance du port de masque et les stratégies de communication à mettre en place pour obtenir le changement de comportement voulu ?

Pour cette étude, nous émettons comme hypothèses que les habitants de la ville de Mbuji mayi n'étaient pas convaincus de l'existence de la maladie, ils se feraient une représentation négative de la maladie de COVID-19. Pour eux, porter obligatoirement le masque était une mesure impopulaire imposée par les autorités compétentes. Et que les facteurs explicatifs de la perception négative de port du masque, seraient à la fois d'ordre *individuels, culturels, religieux et du niveau d'instruction*.

Le but de cette étude est de contribuer à l'amélioration des stratégies de communication préventive contre la pandémie de Covid-19 en République

Démocratique du Congo en général et dans la ville de Mbuji-Mayi en particulier, en prenant en compte des réalités locales.

D'une manière générale, notre étude a pour objectif principal d'analyser les représentations sociales, les attitudes et les réactions de l'opinion publique face à la pandémie de covid-19 auprès des hommes et de femmes de la ville de Mbuji-Mayi, pour dégager une typologie de discours.

Cadres théorique et méthodologique

La démarche que nous avons entreprise pour confirmer ou infirmer nos hypothèses, nous a conduits à faire recours à la méthode ethnosociologie. Cette dernière a été appuyée par le questionnaire d'enquête, lequel a été saisi dans l'application mobile (apk) de collecte de données « Kobo collect », de façon à assurer la cohérence, la validité et la crédibilité des données (succession logique des variables, saut conditionnel...). Les données collectées ont été analysées en deux phases, suivant les objectifs de l'étude : d'abord, l'analyse univariée, pour décrire et mesurer la répartition des valeurs de chaque variable. Elle nous a servi à ressortir les fréquences et moyennes/médiane des variables. Puis l'analyse multi variée, en vue de vérifier les éventuelles relations existantes entre les variables. Cette dernière était rendue possible par la mesure d'association « Odds Ratio » et le test statistique « Chi-deux ». La mesure d'association quantifie le lien entre deux variables, alors que la p-value enseigne sur la significativité statistique.

Le seuil de significativité avait été fixé à 0,05. Toute valeur de *p-value* inférieure à 0,05 traduisait une différence statistiquement significative entre deux variables. Les différences trouvées comme statistiquement significatives à l'analyse multi variée étaient vérifiées par la réalisation de modèles statistiques de régression logistique.

Concernant les théories, les *études culturelles (Cultural Studies)* et la théorie de la *représentation sociale* ont eu le mérite d'être utilisées.

La présente étude a été menée dans la ville de Mbuji-Mayi ; chef-lieu et siège des institutions de la province du Kasai Oriental. Avec ses dix zones de santé urbaines et dix hôpitaux généraux de références, la ville de Mbuji-Mayi dispose d'un minimum d'infrastructures sanitaires et d'atouts nécessaires qui ont permis la prise en charge des cas Covid-19. La ville de Mbuji-Mayi est une agglomération célébrissime au travers de son diamant de joaillerie et industriel, devenu paradoxalement, de nos jours, le diamant de la pauvreté. Sa présente carte de visite ne constitue qu'une étape intermédiaire dans le processus d'une étude d'envergure axée sur les interactions dynamiques du triptyque pauvreté, violence et discriminations urbaines que subissent ses résidents. Cette œuvre

réunit, autant que possible, une somme d'informations offrant une vue panoramique qui rendront intelligibles les résultats attendus de l'analyse de l'ensemble des données recueillies. Au regard des statistiques arrêtées au terme de l'exercice 2015, la population de la ville de Mbujimayi est estimée à 3.367.582 habitants.

- **Outils de collectes données :** Les données de la présente étude ont été collectées à l'aide d'un questionnaire administré au moyen de l'*application androïde Kobo collect*.
- **Critère de sélection :** Ont été inclus dans notre étude, tous les chefs de ménages, ou leur répondants, résidant dans les zones d'enquête précitées, présent au lieu de l'enquête et qui accepté volontairement de participer à notre enquête.
- **Taille de l'échantillon :** L'étude a porté sur un échantillon calculé de 462 ménages selon la formule de *Fischer*.
 - $n = z^2 \times p (1 - p) / m^2$
 - $n = (1,96)^2 \times (0,5) (1-0,5) / (0,05)^2 = 384,16 \approx 385 + 20\%$ de marge de sécurité = 462.
 - z = niveau de confiance selon la loi normale centrée réduite (pour un niveau de confiance de 95%, $z = 1.96$).
 - p = proportion estimée de la population censée avoir une perception sur le masque anti-Covid-19 (celle-ci étant inconnue, on a utilisé $p = 0.5$, ce qui correspond au cas le plus défavorable c'est-à-dire la dispersion la plus grande).
 - m = marge d'erreur tolérée (par exemple on veut connaître la proportion réelle à 5% près).
- **Technique d'échantillonnage et de collecte des données :** L'échantillonnage a été réalisé à 4 degrés suivants :
 - **Au premier** degré, 5/5 Communes ont été choisies ;
 - **Au deuxième**, le choix des quartiers, trois quartiers/commune ont été tirées de manière aléatoire simple ;
 - **Au troisième degré**, trois rues/avenues ont été sélectionnées dans chaque quartier,
 - **Au quatrième degré**, les ménages ont été sélectionnés par sondage systématique après un relevé parcellaire effectué dans chaque rue. Seul le Chef de ménage ou son conjoint était interviewé, en utilisant un questionnaire préalablement pré - testé

- **Traitement et analyse des données :** Nos données ont été traitées et analysées grâce au logiciel de SPSS version 20.0 et la présentation des résultats est faite à l'aide des tableaux et graphiques. L'analyse s'était essentiellement basée sur le **calcul des pourcentages**, le **test de khi-carrée** a été utilisé pour vérifier l'indépendance des variables.

Pour arriver à cerner les facteurs à la base de **non observance** du port de masque, nous avons fait recours à la **régression logistique** qui est un modèle statistique permettant d'étudier les relations entre un ensemble de variables qualitatives (X_i) et une variable qualitative (Y). Il s'agit d'un modèle linéaire généralisé utilisant une fonction logistique comme fonction de lien.

0.1. Définition des concepts clés

Les concepts clés qui nous permettront de mener à bon port cette réflexion, sont notamment : le masque, la communication sociale, la représentation sociale, ainsi que d'autres notions dites connexes. Nous les définirons et en donnerons la compréhension précise qui sera la leur tout au long de ce travail, afin d'éviter tout risque d'équivoque.

A. Le masque.

Le mot masque est un concept polysémique et polydiscursif. Dans le cadre de cette recherche, il sera compris comme :

- Un dispositif destiné à protéger l'utilisateur de l'inhalation de poussières nocives, d'agents pathogènes, fumées, vapeurs, ou de gaz (Guide de bonnes pratiques de l'INRS, 2016, 18).
- Une pièce faciale qui recouvre le nez, la bouche, le menton et les yeux. C'est dans le cas du masque complet, qui est réalisé entièrement ou dans la plus grande partie de sa surface en matériau filtrant. Il comporte des brides de fixation et dans certains cas une ou plusieurs soupapes respiratoires.

B. Communication sociale

La communication sociale peut être définie par la spécificité de ses annonceurs qui appartiennent à ce que l'on appelle « le tiers secteur », et qui sont des membres actifs de la société civile tels que, les associations, les ONG, les syndicats. Ces organisations touchent différents domaines, dont : La solidarité ; La santé, Les droits de l'homme ; L'environnement, L'enfance. Les cibles de la communication sociale sont diverses : Le grand public et les entreprises pour les inciter aux dons, les militants pour provoquer l'engagement, les victimes pour leur apporter une aide (www.etudesociale-analyse.fr).

La communication sociale utilise les grands médias pour informer et sensibiliser. Pour accéder aux médias, les organisations nouent des partenariats, organisent des événements, et s'appuient sur les relations presse.

Les outils de la communication directe, en particulier les mailings fonctionnent bien pour les appels aux dons. Les opérations de charity promotion qui associent les grandes marques aux organisations leur permettent aussi d'accroître leurs ressources. Enfin, la caution apportée par une célébrité qui se fait le porte-parole de l'organisation favorise la reconnaissance des actions engagées et leur efficacité.

C. La représentation sociale

Les représentations sociales constituent une modalité particulière de la connaissance, généralement qualifiée de « connaissance de sens commun », dont la spécificité réside dans le caractère social des processus qui les produisent. Elles recouvrent donc l'ensemble des croyances, des connaissances et des opinions qui sont produites et partagées par les individus d'un même groupe, à l'égard d'un objet social donné. C'est d'ailleurs en ce sens que l'on parle aussi, pour les définir, de « théories naïves » faisant référence en cela à des constructions plus ou moins élaborées, mais qui s'opposent à celles de l'expert ou du scientifique. Ce dernier point est fondamental. Car c'est en cela que les représentations sociales constituent un lieu privilégié où s'exprime la pensée sociale. En fait, le concept de « représentation collective » est relativement ancien. On en découvre l'origine chez Durkheim (1898) qui, le premier, souligna l'importance fondamentale de la pensée sociale, montrant ainsi la spécificité et surtout la primauté du social par rapport à l'individuel. Mais ce n'est que beaucoup plus tard que la psychologie sociale a fait des représentations collectives l'un de ses centres d'intérêt. Reformulé par Serge Moscovici (1961, 1976), à l'occasion de son étude princeps sur les représentations de la psychanalyse, le concept a été replacé d'emblée dans un cadre théorique remarquablement structuré et cohérent, qui a ouvert la voie à une importante série de recherches. La fonction première des représentations sociales est d'interpréter la réalité qui nous entoure d'une part entretenant avec elle des rapports de symbolisation et d'autre part en lui attribuant des significations (Denis, J, 1997)

0.2. Théorisation

La démarche méthodologique que nous avons entreprise pour confirmer ou infirmer nos hypothèses, nous a conduits à faire recours à la méthode ethnosociologie. Selon Gérard Dérèze, elle est un ensemble d'actes inter-reliés et interdépendants. Elle est une approche objective dans la mesure où elle a pour

objectif d'étudier un fragment de la réalité socio-historique (objet social) et de comprendre comment ce moment s'est créé, a connu une transformation à travers les rapports sociaux, les mécanismes, les processus et les logiques d'action qui le caractérisent.

Pour lui, elle est une approche qui est :

- Dynamique, sous-entend qu'elle se construit un objet dans l'évolution de l'enquête et la spécificité de son approche dans l'évolution de la recherche ;
- Potentiellement distincte, dans la mesure où elle peut au-delà de ce que l'ethnologie a tendance à faire comme proposition, de tenter de mener des approches qui s'intéressent à des questions spécifiques ;
- Situationnelle, ce qui veut dire localisable et contextualisant ;
- Compréhensive et non explicative ou strictement descriptive, du fait qu'elle propose des interprétations localisées ;
- Empirique, c'est-à-dire qui est fondée sur l'expérience personnelle des choses et des faits en recourant sur terrain, et non sur une théorie établie ;
- Ordinaire, c'est-à-dire que priorité est donnée au sens commun, sens donné par les acteurs ;
- Extensive, qu'elle vise à dépasser l'empirique et les interprétations localisées pour tenter de formuler des extensions compréhensives proportionnelles.

Notre recours à cette approche *ethnosociologique* se justifie pour ce qui est de notre étude du fait qu'elle fait appel à la démarche qualitative et quantitative au même moment, mais focalisée son attention sur des catégories spécifiques de la population.

Dans son approche qualitative, la méthode *ethnosociologique* permet d'obtenir des jugements des valeurs des cibles potentiels de la communication en vue de comprendre la problématique de faible utilisation de masque de lutter contre le COVID-19 à Mbujimayi. Du point de vue quantitatif, cette démarche méthodologique nous permet de descendre sur terrain, auprès de la population sous étude, pour y croiser la catégorie sociale ciblée comme échantillon afin d'obtenir d'elle des données (informations) recherchées dans le cadre de notre étude.

Concernant les théories, les études culturelles (Cultural Studies) et la théorie de la représentation sociale ont eu le mérite d'être utilisés.

Un cadre théorique sert principalement à présenter un cadre d'analyse et à généraliser les relations théoriques déjà prouvées dans d'autres contextes pour tenter de les appliquer au problème.

Notre étude fait recours à la théorie de la représentation sociale et celle de cultural studies. Nous allons dans les lignes qui suivent expliquer notre choix pour chaque théorie.

Les principes de base de ce modèle sont les études culturelles. Cela signifie que les études de la communication entraînent l'étude de la culture. Les tous engendrent une réception active. Les gens acceptent les messages en fonction non seulement de leur culture, mais aussi de leur vision et de leur environnement.

Stuart HALL est le pionnier de l'approche de la réception-active développée par les études culturelles en Angleterre. À la déférence de la conception de victimisation de la communication selon le modèle stimulus-réponse, l'auteur présente trois modes de réception ou de décodage par un récepteur actif que nous avons empiriquement observé les habitants de la ville de Mbuji-Mayi (Philippe BRETON et Serge PROULX, 2012 : 384).

En second lieu, la théorie de la représentation sociale a fait l'objet d'une polysémie. Plusieurs auteurs se sont préoccupés de définir la représentation sociale de leurs manières. Dans le cadre de cette étude, nous avons retenu seulement les définitions de deux auteurs notamment : Abric Jean Claude définit La représentation sociale comme un produit et un processus d'une activité mentale par laquelle un individu ou un groupe reconstitue le réel auquel il est confronté et lui attribue une signification spécifique (Jean-Claude ABRIC, 1990 : 27) et Jodelet surenchérit cette définition en disant que les représentations sociales sont comme des systèmes d'interprétation régissant notre relation au monde et aux autres qui, orientent et organisent les conduites et les communications sociales. Les représentations sociales sont des phénomènes cognitifs engageant l'appartenance sociale des individus par l'intériorisation des pratiques et d'expériences, des modèles de conduites et des pensées mentales (Denise JODELET, 1989 : 11)

Notre recherche ne s'est limitée seulement à l'aspect de la réception (cultural studies), elle a fait recours aussi à la théorie de la représentation sociale, qui nous a permis de saisir le sens et les significations que la population de la ville de Mbuji-Mayi investissent dans leurs pratiques sociales sur le port du masque. Nous avons aussi dans cette perspective théorique cherchée à comprendre l'image, les attitudes, les opinions, les avis et le comportement de cette population vis-à-vis de pandémie et du port de masque pour dégager les typologies de discours recueillis auprès de notre public cible.

Madeleine Grawitz définit le concept méthode comme ce qui renvoie à « un ensemble d'opérations intellectuelles par lequel une discipline cherche à atteindre les vérités qu'elle poursuit, les démontre et les vérifie »

1. Analyse et interprétation des données de l'enquête

Cette partie de la recherche met en lumière le traitement des données empiriques. Il s'agit des réponses que nous avons recueillies à l'issue de notre enquête portant sur les représentations que les habitants de la ville de Mbuji-Mayi se font et les modalités de la réception du message sur le port du masque de protection contre la pandémie de la COVID-19.

Nous avons procédé en trois étapes. D'abord nous avons débuté par la présentation de tous les matériaux empiriques. Après cela, nous avons analysé et interprété grâce aux deux théories qui ont sous-tendues notre recherche.

Notre étude de terrain sur la population de Mbuji-Mayi découle d'une observation participante qui avait débuté depuis 2020 lorsque le président de la RDC Félix Antoine Tshilombo Tshisekedi avait annoncé la réouverture des établissements scolaires et universitaires dans son pays. Cela dans le respect strict des mesures barrières pour limiter la propagation du virus.

Pour essayer de nous démarquer des autres travaux qui ont été déjà produits par nos prédécesseurs de Sciences de l'Information et de la Communication sur les représentations sociales, nous avons choisi comme champ empirique la ville de Mbuji-Mayi. Ici, nos interlocuteurs ont été les hommes et femmes, dissimilés dans les cinq communes qui forment cette entité.

Notre préoccupation pour ce travail était de comprendre l'image que cette population se fait sur l'objet masque. C'est-à-dire que nous avons voulu savoir pourquoi malgré plusieurs messages, malgré les différents canaux de communication utilisés, la population, ne portent pas correctement et régulièrement les masques de protection ?

Pour mener à bon notre enquête, nous avons recouru à l'entretien semi-directif qui nous a permis non seulement de rebondir avec d'autres questions importantes, mais aussi recadrer notre débat sur les matières essentiellement en rapport avec notre thématique. Pour y parvenir, nous étions munis d'un guide d'entretien et de notre téléphone Android pour enregistrer les discours de telle sorte qu'aucune information ne nous échappe.

2. Résultats

Après le choix de thème, après également l'explicitation des principaux points relatifs à la préparation d'un projet de recherche scientifique, nous voici parvenu au point relatif à la production des données. Dans cette partie de notre

travail, avant préféré le terme *production* à celui de collecte, couramment utilisée dans la littérature spécialisée car comme le font remarquer judicieusement P. Petit et T. Trefon, on constate dans cette littérature, « la naïveté épistémologique consistant à croire que l'on peut envisager le travail de terrain comme une collecte (ramassage)² de données – alors qu'il s'agit d'une production (conquête) de celles-ci est mise en cause ».

Cette étape détermine la suite de processus du travail, car sans données fiables, l'idée d'analyse perd sa raison d'être. En effet, plusieurs projets d'étude n'aboutissent pas à cause de la carence d'informations y relatives. L'intérêt de cette phase n'est pas à démontrer : elle n'est ni à contourner ni à bâcher.

Après la production, le traitement et l'analyse des données, nous avons abouti aux principaux résultats ci-après :

- Les enquêtés étaient majoritairement des femmes (56,8%), avec un sex-ratio de 1,3 en faveur des femmes, l'âge moyen était de 35 ans ; 62,3% étaient mariés ; 53,8% avaient un niveau d'étude du secondaire ; 24,5% habitaient la commune de Muya ; 35,4% étaient sans emploi ; 47,5% étaient des églises de réveil ;
- La majorité avaient entendu parler de la Covid-19 au travers des médias et en connaissaient les voies de transmission, les symptômes et les mesures préventives (81,3%). 75% connaissaient l'importance du masque, 76% le portaient déjà, et 61,9% avaient une bonne opinion vis-à-vis de la Covid-19 ;
- Le sexe, l'âge, le niveau d'étude, la religion, le canal d'information sur la Covid-19, la connaissance de ses voies de transmission étaient associés à la perception du port de masque ($p < 0,05$). D'où les quelques tableaux suivants ;

² Le terme ramassage et conquête mis entre parenthèse sont ajoutés par nous pour rendre l'idée plus expressive encore.

Tableau I. Association entre les caractéristiques sociodémographiques et la perception face au port du masque

Caractéristiques	Perception du masque anti-Covid-19		OR	χ^2	P	Signification
	Mesures barrières	Autres				
Sexe			0,458	15,5	0,000	S
Masculin	53	147				
Féminin	114	145				
			0,566	8,3	0,004	S
Age						
≤ 35 ans	87	192				
>35 ans	80	100				
			3,349	23,5	0,000	S
Niveau d'étude						
Primaire	23	14				
Secondaire	10	6				
Universitaire	93	153				
Sans niveau	41	119				

Source : Analyse multi variée

Le sexe (OR= 0,458; p=0,000), l'âge (OR=0,566 ; p=0,004) et le niveau d'étude (OR=3,349 ; p=0,000) sont des facteurs associés à la perception du masque :

- La variabilité de la perception du port du masque est multipliée par 0,458 (soit 45,8%) pour les femmes soit une baisse de 54,2% chez les hommes. Et l'association entre le sexe et la perception du port du masque est significative.
- Elle de 0,566 (soit 56,6%) pour les moins de 35 ans, avec une diminution de 43,4% pour les plus de 35 ans (il varie chaque fois que l'âge augmente d'une unité). L'association statistique pour le test est significative (p=0,004)
- Le niveau d'étude n'était pas un facteur de risque, car l'Od Ratio (3,349) est supérieur à la valeur 1. Il est cependant associé à la perception du port du masque, car le p-value est de 0,000 (soit inférieure à 0,05).

Tableau II. Association entre la religion et la perception du port de masque

Caractéristiques	Perception du masque anti-Covid-19		OR	χ^2	p	Signification
	Mesures barrières	Autres				
Religion						
Branhamiste	43	42				
Catholique	22	42				
Eglise de réveil	78	140	1,562	17,516	0,025	S
Kimbanguiste	1	6				
Musulman	6	20				
Orthodoxe	1	3				
Postolo	7	26				
Protestante	9	8				
Sans religion	1	5				

Source : Analyse multi variée

La religion n'est pas un facteur de risque de variabilité de la perception (OR=1,562), malgré que l'association statistique est significative (p=0,025). Cette association voudrait dire la perception du port de masque est variable en fonction des religions : le fait d'appartenir aux églises de réveil (plutôt qu'à d'autres confessions religieuses) influence négativement la perception du port du masque.

Tableau III. Association entre les moyens d'information et la perception sur le masque

Caractéristiques	Perception du masque anti-Covid-19		OR	χ^2	P	Signification
	Mesures barrières	Autres				
Canal d'information						
Medias (radio, télévision, réseaux sociaux)	31	55	0,978	0,58	0,74	NS
	136	236			8	
Presse-papier	163	258	5,212	12,01	0,00	S
	4	33			2	
Bouche à l'oreille	120	168	1,869	9,65	0,00	NS
	47	123			8	
Milieux religieux	144	224	1,872	6,33	0,42	NS
	23	67				
Milieu professionnel	152	225	2,972	14,26	0,00	S
	15	66			1	
Professionnel de santé	139	218	1,662	4,85	0,88	NS
	28	73				
Relais communautaire	128	203	1,422	2,511	0,11	NS
	39	88			3	
Autres	163	290	0,140	4,71	0,09	NS
	4	1			5	

Source : Analyse multi variée

Les enquêtés ayant reçu l'information sur la Covid-19 par le presse-papier et le milieu professionnel avaient une perception anormale du port du masque anti-Covid19 ($p < 0,05$). Pour ceux-ci, le port du masque ne représente pas une mesure barrière contre la Covid-19.

Dans un contexte pareil, il y a lieu de mentionner le rôle contradictoire de la rumeur et la désinformation (l'infodémie) dans la lutte contre la pandémie à Covid-19.

A l'heure des réseaux sociaux, la désinformation et le phénomène de l'infodémie a pris des proportions telles qu'il faut réagir pour ne pas mettre en échec les mesures de santé publique. Dans le contexte sanitaire, l'infodémie peut

engendrer des conséquences telles que : l'abandon des mesures de santé publique (hésitation vaccinale), le manque de confiance dans les institutions de santé, décès (748 décès) (létalité 2,6% (19 avril), décès 1422 (létalité 1,5%), décès évitables (674), mauvaise réputation du pays face aux donateurs.

Interprétation des mesures de risque / Association du modèle

Le tableau ci-dessous donne à la fois les paramètres estimés de la régression logistique et leur niveau de signification, les OR associés ainsi que les intervalles de confiance. Les variables significatives pour ce modèle sont les suivantes :

- Niveau d'étude (primaire : OR=3,455 ; p-value=0,011 ; IC= [1,326-9,003])
- Profession/occupation (sans emploi : OR=3,489 ; p-value=0,025; IC= [1,169-10,417])

Plus concrètement :

- Pour un individu de niveau d'étude primaire, le surcroît de risque d'une perception erronée du port du masque est multiplié par 3,4555 (soit triplé en référence à la valeur 1) et peut varier entre 1,326 et 9,003. Le p-value montre une association statistiquement significative pour les individus de niveau d'étude primaire.
- La profession joue également un rôle dans la perception du port du masque, du moins pour les données de cette étude : le fait d'être sans emploi conduit à un risque d'une représentation erronée du port du masque multiplié par 3,489 fois et peut avoir une variation de 1,169 à 10,417. Avec une p-value inférieure à 0,05 (0,025), le fait de n'avoir pas un emploi est associée à la perception du port du masque.

3. Préconisations

Les résultats de cette étude démontrent que la population de la ville de Mbuji-Mayi, s'expose beaucoup plus à des canaux non officiels. De même, la culture joue un rôle de pesanteur dans la perception et la représentation du masque contre le Covid-19.

C'est ainsi qu'en tant que chercheur et spécialiste en Sciences de l'Information et de la Communication, nous suggérons aux autorités publiques et sanitaires d'adopter une stratégie de communication efficace pour les sensibilisations communautaires appropriée, en tant de pandémies qui serait pour nous le recourir aux actions hors médias. Cette stratégie consistera à effectuer les descentes sur terrain, avec des groupes de communicateurs bien formés, capables d'apporter le message de bouche à oreille à population cible,

passant par les autorités locales et les leaders d'opinion, en vue d'une appropriation des mesures de lutte, notamment le port du masque.

Un groupe des ambassadeurs capables d'identifier et de collaborer avec les leaders d'opinion parmi les populations qui peuvent susciter un changement, car les médias de masse, à eux seuls ne suffisent pas pour changer le comportement de la communauté. D'où la nécessité de recourir aux stratégies de communication axées sur l'approche de la CIP (Communication Interpersonnelle).

Au regard des résultats enregistrés sur terrain dans le cadre de cette étude, il nous a semblé important de formuler quelques suggestions que voici :

1. Sensibiliser et responsabiliser la communauté sur la Covid-19, en mettant à contributions tous les moyens d'information actuels, car, les nouveaux problèmes de santé apparaissant au fur et à mesure de l'évolution de la société (changement/adoption des nouvelles habitudes de vie, industrialisation, nouvelles expérimentations, etc...), il y a nécessité d'actualiser à ce rythme les méthodes de sensibilisation pour les prévenir, pourvu d'atteindre toutes les couches sociales et toutes catégories d'individus. Ceci permettra de :
 - Pérenniser les bonnes connaissances sur la pandémie ainsi que le port du masque
 - Lutter contre la désinformation en rapport avec la pandémie et les idées reçues à propos du port de masque.
2. Parce que ce que l'ont fait pour X, sans X est contre X dit-on, afin d'éviter de tomber dans une situation d'ethnocentrisme culturel, les ONGs internationaux et d'autres institutions du système de nations unies doivent non seulement prendre en compte les aspects sociaux culturels de chaque coins (peuple), mais aussi associer les concernés lors de l'élaboration des stratégies de communication pour des campagnes de sensibilisation qui se tiennent dans le cadre de la communication pour le changement de comportement social.
3. Pousser les autres chercheurs aborder les thématiques sur la perception, l'acceptabilité et/ou la non acceptabilité de la communication sur les mesures de lutte contre la Covid-19 et les facteurs liés à la réticence contre la vaccination.

Conclusion

La population de Mbuji mayi possède une perception et une opinion favorable vis-à-vis du port du masque, comme une des mesures préventives contre la Covid-19. Cela est la conséquence d'une information claire et nette sur cette maladie.

A la lumière de ces résultats, nous sommes arrivés à une conclusion selon laquelle, le fait que la population de la ville de Mbuji-Mayi soit considérée comme septique, opposante et résistante à certains phénomènes comme la vaccination et le port du masque contre COVID-19 par exemple est un stéréotype de l'imaginaire populaire dans la mesure où notre étude a prouvé le contraire.

Certaines de nos hypothèses sont affirmées dans le sens que quelques facteurs individuels ou sociodémographiques notamment le niveau d'instruction (OR=3,455 ; p-value=0,011 ; IC= [1,326-9,003]) et la profession (OR=3,489 ; p-value=0,025; IC= [1,169-10,417]) étaient associés à une perception négative du port du masque anti-Covid-19. D'autres par contre, sont infirmées, concernant le lien entre les autres facteurs épinglés dans le travail (mise en cause de l'existence de la Covid-19, religion, difficultés respiratoires, culture, ...) et la perception négative du port du masque anti-Covid-19. Ces hypothèses n'étant que des réponses anticipatives, ne reposant sur aucune base statistique, il n'est pas surprenant qu'au terme des analyses des données, certaines d'entre elles soient retenues et d'autres rejetées.

En somme, ce n'est pas l'opinion politique qui oriente l'opinion publique, c'est plutôt l'inverse.

Lien entre la perception du port de masque et :

- **Sexe** : les femmes étant majoritaires, le lien du sexe avec la perception du masque s'expliquerait par le fait que contrairement aux hommes, les femmes s'approprient facilement les messages de sensibilisation en matière de santé ;
- **Age** : les moins de 35 ans avaient du mal à percevoir immédiatement le masque comme une des mesures barrières contre la Covid19. Plusieurs facteurs peuvent interférer dans ce cas, notamment la désinformation, les rumeurs véhiculés à travers les réseaux sociaux auxquels ce groupe d'âge est plus accro ; ou encore le refus d'accepter la Covid-19 elle-même comme nouveau problème de santé qui exige un nouveau mode de vie ;
- **Niveau d'étude** : plus le niveau d'étude est élevé plus la compréhension et l'appropriation de certains messages de sensibilisation sont faciles. Mais la tendance est renversée dans cette étude quand bien même le test statistique est fidèle ;
- **Religion** : dans la plupart des églises de réveil, plusieurs théories sont prêchées, notamment sur des « guérisons miraculeuses », qui obstruent la pérennisation de certaines activités de santé ;

- **Connaissance des moyens de transmission** : une bonne connaissance des moyens de transmission d'une maladie conduit inévitablement à respecter les mesures de lutte.

Références bibliographiques

- ABRIC, J. C., 1987, *Coopération, compétition et représentation sociale*, Ed. Cousset, Derval.
- ABRIC, J.C., 2000, *Méthodes d'études des représentations sociales*, (Nlle édition) Saint Agnes, Ed: Erès.
- ABRIC, J.C., 1994, *Pratiques sociales et représentations*, 1ère édition PUF, Paris.
- BEAUD, M., 2006, *L'Art de la thèse : Comment préparer et rédiger un mémoire de master, une thèse de doctorat ou tout autre travail universitaire à l'ère de Net*, Ed. Révisée La Découverte, Paris.
- BRETON, P. et PROULX, S., 2012, *Approches de la réception. L'explosion de la communication*, LaDécouverte, Paris.
- CHEVRIER, J., 2004, *La spécification de la problématique*, Gauthier B., (Dir) (2004). Recherche sociale : de la problématique à la collecte de données, 4^{ème} édition, Presses de l'université du Québec, Sainte-Foy.
- DENISE J., 1998, *Les représentations Sociales*, Paris, PUF, 1997, P447.
- DELAPORTE, Y., 1986, « L'objet de la méthode, Quelques réflexions autour d'une enquête d'anthropologie urbaine ». In: *L'Homme*, tome 26 n°97-98. *L'anthropologie : état des lieux*, Paris, P.U.F, pp. 155-169.
- DEREZE, G., 1994, *La croisée des regards, éléments pour une ethnologie active*, Ed presse universitaire de bordeaux,
- DESLAURIERS, J.P., 1991, *Recherche qualitative : Guide pratique*, Édition Mc Graw-Hill, Montréal
- DEVILLE, G., 2013, *Pouvoir des médias*, 4^{ème} édition, Presse universitaire de Grenoble, Paris
- GWAWITZ, M., , 1970, *Méthodes des Sciences Sociales*, Paris, Dalloz.
- GUIMELLI, C., « *Les représentations sociales* », dans *La pensée sociale* , Presses Universitaires de France, 1999.
- EMILE DURKEIN., 1898, *La sociologie des représentations*, Londres, P.U.L,
- JODELET, D., *Folies et représentations sociales*, Ed. PUF, Paris, 1989.
- JODELET, D., *Les représentations sociales : phénomènes, concepts et théorie*, Paris, PUF,
- MATANGILA, L., 2021, « *Covid 19 : fragilité de l'existence et des affaires humaines* », dans, KHONDE, N, MILALA, L., MUKWASA, G., BONG-PASI, OKITADJONGA, G., MANUWELO, P. MPAY, K., KUTUMISA, K., MUNGENGA, K., DIAMA, D., MOKOHA-MONGA-A., NDZIA, L., BOBUTAKA, B., DANS MATANGILA, L., (ed), *La Covid-19 en République*

- Démocratique Du Congo, L'harmattan, Paris.*
- MPAY, K., 2021, « Religions, Cultures Post-Covid-19 », Dans MATANGILA L., KHONDE, N., MILALA L., MUKWASA, G., BONG-PASI, OKITADJONGA, G., MANUWELO, P., MPAY K., KUTUMISA K., MUNGENGA K., DIAMA, D., MOKOHA-MONGA-A., NDZIA L., BOBUTAKA B., DANS MATANGILA, L., (ed), *La Covid-19 en République Démocratique Du Congo, L'harmattan, Paris.*
- MOSCOVICI, S., *La psychanalyse, son image et son public*, 1^{ère} et 2^{ème} édition, PUF, Paris, 1976.
- Ministère de la santé, Plan National d'accélération
- N'DA, P., *Recherche et méthodologie en sciences sociales et humaines Réussir sa thèse, son mémoire de master ou professionnel, et son article*, l'Harmattan, Paris, 2015.
- OMS, Introduction à la gestion de l'infodémie, 2022.
- de la vaccination contre la COVID-19 en RDC, 2022.
- RONAUL, L. et CARMEN, R.S., *Communication et santé, des paradigmes concurrents*, dans *Santépublique*, vol.19, 2017.
- SHOMBA S. et OLELA D., 2015, *Monographie de la Ville de Mbuji-Mayi*, Editions M.E.S., Kinshasa.
- Trefon T., et Petit, P., 2006, *Expérience de recherche en République Démocratique du Congo. Méthodes et contextes*, Bruxelles, Civilisations, Revue internationale d'anthropologie et sciences humaines.