



CAMPAGNE DE SENSIBILISATION SUR LE CHANGEMENT DES COMPORTEMENTS EN SANTE.

Une analyse sur « Kumisa moustiquaire imprégnée filet ya ba mbisi » a KENGE
KITOKO BWETWA Dady, assistant à l'ULK et chercheur à l'UPN/RDC

RESUME

Cet article explique un phénomène qui se passe à Kenge dans la province du Kwango lors des campagnes de sensibilisation relative à la distribution de moustiquaires imprégnées.

Le phénomène consiste pour les habitants de bénéficier des moustiquaires en vue d'en faire un usage de pêche ou de les vendre auprès des pêcheurs. Donc, ces habitants remettent en cause les messages relatifs à la prévention du paludisme et de la maladie du sommeil au profit du désir alimentaire.

Ainsi le modèle actantiel de Greimas considéré ici comme idée principale, est mis en exergue pour expliquer la réalité du phénomène.

Mots clés : ***campagne de sensibilisation***

ABSTRACT

This article explains a phenomenon occurring in Kenge, Kwango Province, during awareness campaigns related to the distribution of insecticide-treated bed nets.

The phenomenon involves residents obtaining the nets for fishing purposes or selling them to fishermen. Thus, these residents are undermining the messages concerning the prevention of malaria and sleeping sickness, prioritizing food security.

The Greimas actantial model, considered the central idea here, is highlighted to explain the reality of this phenomenon.

Keywords: ***awareness campaign***.

INTRODUCTION

La prolifération des moustiques transmettant le paludisme et les arboviroses, ainsi que des mouches tsé-tsé transmettant la maladie du sommeil, a un impact négatif sur la santé humaine.

Raison pour laquelle la communication des risques en santé environnementale met en place les actions stratégiques pour intervenir de façon significative afin d'agir contre les comportements qui favorisent cette prolifération. Ainsi, les campagnes de sensibilisation font partie de ces actions stratégiques.

Dans le contexte de cette étude, il s'agit des campagnes de sensibilisation relative à la distribution des moustiquaires imprégnées. Ces dernières permettent à la population de se protéger contre ces insectes précités qui polluent l'environnement et nuisent à la santé.¹

Malheureusement dans des milieux ruraux tout comme urbains surtout dans des pays pauvres, les conditions dans lesquelles certains individus vivent, apparaissent intenable. Leurs comportements liés au désir de l'alimentation deviennent des obstacles pour l'intérêt lié à la santé.

A Kenge, l'usage biaisé des moustiquaires par les habitants remet en cause ces campagnes de sensibilisation.

Cet article a pour objectif d'expliquer à travers la théorie actantielle de Greimas, le phénomène « **KUMISA MOUSTIQUAIRE FILET YA BA MBISI** » en vue d'une compréhension nette et scientifique du phénomène.

1. Eclairage sur les concepts de base

Dans cette partie, nous mettons en lumière le concept de base notamment la campagne de sensibilisation.

1.1. Définition

La campagne de sensibilisation est une action de communication par le pouvoir public qui permet une prise de conscience à la population en vue de changer le comportement pour lutter contre tous les maux qui menacent et qui rongent la société. Par exemple ; les épidémies, l'alcoolisme, la drogue, les catastrophes, la toxicomanie, etc.²

1.1.1. Objectif, intérêt et importance des campagnes de sensibilisation

En clair, s'agissant de l'objectif, les campagnes de sensibilisation visent à éduquer et faire prendre conscience le public d'un problème suscitant ainsi son intérêt pour la cause afin de provoquer une réflexion, un changement d'attitude ou de comportement, telle est son importance.

2. Le modèle actantiel³

Le modèle actantiel est développé par Algirdas Julien Greimas dans son ouvrage intitulé, morphologie du compte en 1928 qui traite d'un ensemble des contes de fées russes. Greimas a essayé » de décrire la structure profonde et globalement des textes narratifs.⁴

L'idée principale de ce narratif est que la plupart des contes peuvent être ramenés à la structure suivante : acceptation, respectivement rupture d'un contrat, le héros s'efforçant ensuite d'accomplir dans le réel l'état de choses jugées souhaitables.⁵

¹ Ministère de Santé Publique et Prévoyance Sociale, *Guide de communication des risques sur la campagne de la distribution de moustiquaire dans le grand Bandundu*, 2020, p7

² PHILIPPE NTONDA, *Communication publique et santé*, le Harmattan, Paris, 2010, p.29

³ ALEX MUCCHIELLI, *Théorie de communication*, Le Harmattan, Paris, 2000, p23

⁴ Greimas cité par Jean Chrétien EKAMBO, *Rimeur Ébola à Kikwit*, in revue africaine catholique, faculté catholique, 1996, p16

⁵ *Idem*

Ainsi se construit ce schéma

- Destinateur —————> sujet —————> Destinataire
- Adjuvant —————> objet —————> Opposant

Le facteur essentiel est l'axe reliant le sujet à l'objet et qui présente pour Greimas l'axe de désir. Le deuxième axe, celui du destinataire et du destinataire, est celui de la communication. Le destinataire est un émetteur qui charge un sujet d'acquiescer un objet pour le remettre ensuite au destinataire approprié.

La fonction de l'adjuvant consiste à aider le sujet dans ses efforts d'acquiescer un objet, alors que l'opposant a pour tâche de faire obstacle à la réalisation de ce désir.

Le modèle actantiel permet qu'un même acteur assume plusieurs rôles actantiels, inversement, il arrive aussi que plusieurs personnages représentent en fait le même actant.

2.1. Analyse actantielle

Au regard de ce qui précède, le phénomène « **Kumisa moustiquaire filet ya ba mbisi** » à Kenge reflète la réalité du schéma actantiel :

Les sensibilisateurs —————> message de prévention —————> les sensibilisés
Pêcheurs de poissons —————> moustiquaire imprégnée —————> Policiers

Le sensibilisateur c'est l'émetteur ou le destinataire portant un message de prévention dont « utiliser la moustiquaire imprégnée pour vous protéger contre le paludisme et d'autres maladies », et les sensibilisés sont les récepteurs ou les destinataires ou encore les habitants. Ceux-ci sont les cibles auxquelles le message de prévention est destiné. Et ils se trouvent dans l'axe de communication avec l'émetteur.

Ensuite, le sujet c'est le message de prévention « utiliser la moustiquaire pour vous protéger de le paludisme et d'autres maladies inoculées par ces insectes nuisibles », et l'objet c'est la moustiquaire imprégnée distribuée, c'est ce qui représente l'axe du désir.

En fin, le pêcheur de poisson c'est l'adjuvant et le policier c'est l'opposant. C'est l'axe du pouvoir de la lutte à laquelle on fait allusion dans la théorie.

La fonction du pêcheur consiste à aider les messages de prévention dans ses efforts d'acquiescer la moustiquaire, alors que les policiers cherchent à tout prix à empêcher la réalisation du désir.

2.2. Interprétation

Sur le plan de la communication, le phénomène précité se situe dans un système qui réunit les sensibilisateurs, les sensibilisés, les pêcheurs et la police. Il est structuré par des relations d'influence et d'échange plutôt que par un simple émetteur et récepteur.

Le modèle montre que la réussite d'un message dépend de l'interaction de forces permettant les jeux de pouvoir et les motivations sous-jacentes au phénomène « **Kumisa moustiquaire filet ya ba mbisi** ».

Sur le plan de l'information, il est noté que dans ce phénomène, l'information n'est pas neutre, mais structurée par une quête (but) où chaque élément (message de prévention, moustiquaire, sensibilisateur, sensibilisé, policier et

pêcheur) joue un rôle fonctionnel. Elle relève de dynamique d'intervention, de rapport de force (pêcheur et policier) et des logiques de pouvoir / valeur plutôt que de simples faits.

CONCLUSION

Cet article a mis sur pied le modèle actantiel pour expliquer le phénomène « **Kumisa moustiquaire filet ya ba mbisi** » qui remet en cause le changement de comportement en matière de santé et d'environnement face au désir alimentaire lors des campagnes de sensibilisation relative à la distribution des moustiquaires imprégnées à Kenge.

Ce phénomène met en scène les pêcheurs, la police, les professionnels de santé et certains habitants. Un accord est passé entre les habitants qui reçoivent les moustiquaires et les pêcheurs, qui ceux devraient en posséder moyennant l'argent auprès de ces habitants. Aussitôt appris par les policiers ayant été alertés par les professionnels de la santé, la chose tourne mal. Ceux – ci commencent à arrêter toute personne qui vend la moustiquaire et tout celui qui l'achète (habitant vendeur et pêcheur acheteur).

L'extension du phénomène n'est qu'un désir alimentaire supérieur à l'intérêt de la santé pour l'adjuvant (pêcheur) et un désir d'argent supérieur à l'intérêt de la santé pour certains destinataires (habitants).

Mais c'est le pouvoir du policier opposant qui empêche la concrétisation de ces désirs.

Références bibliographiques

1. ALEX MUCCHIELLI, *Théorie de communication*, Le Harmattan, Paris, 2000 ;
2. Greimas cité par Jean Chrétien EKAMBO, *Rimeur Ébola à Kikwit, in revue africaine catholique, faculté catholique*, 1996 ;
3. Ministère de Santé Publique et Prévoyance Sociale, *Guide de communication des risques sur la campagne de la distribution de moustiquaire dans le grand Bandundu*, 2020 ;
4. PHILIPPE NTONDA, *Communication publique et santé*, le Harmattan, Paris, 2010.