

**UNE ANALYSE DES STRATEGIES DE
COMMUNICATION GOUVERNEMENTALE EN TEMPS
DE CRISE : LE CAS DU GABON**

CECILIA JOYCE AKOMA MEYE

*Centre de Recherche et d'Etudes sur le Langage et les Langues
(CRELL)
Email : cakoma40@gmail.com*

Résumé : Au cours de l'année 2019, le Gabon est traversé par une crise sanitaire sans précédent, une crise qui a touché une grande partie du monde : la pandémie de Coronavirus. C'est donc dans ce contexte de crise planétaire que s'inscrit cette étude. Il s'agit pour nous, d'examiner les pratiques communicationnelles du gouvernement gabonais pendant la période cette crise.

S'inscrivant dans le l'étude cadre théorique de l'analyse des discours médiatique et politique, l'étude a montré que le gouvernement avait mis en place des stratégies de communication qui lui permis de bien gérer cette crise. A travers les médias, les Ministre de l'intérieur et de la santé ont multiplié les interventions. Si le premier a fait usage d'une communication de type dissuasif, le second, lui, a fait usage d'un type de communication exhortatif.

Mots clés : Pandémie, stratégie, communication, discours, crise.

Abstract : In 2019, Gabon experienced an unprecedented health crisis that affected a large part of the world: the Coronavirus pandemic. This study is situated within this context of global crisis. It aims to examine the

communication practices of the Gabonese government during this period. Grounded in the theoretical framework of media and political discourse analysis, the study has shown that the government implemented communication strategies that allowed it to effectively manage this crisis. Through the media, the Ministers of the Interior and Health made numerous interventions. While the former used a deterrent type of communication, the latter employed an exhortative type of communication.

Keywords: pandemic, strategy, communication, discourse, crisis

INTRODUCTION

Au cours de l'année 2020, le Gabon est traversé par une crise sanitaire sans précédent, crise qui a touché une grande partie du monde : la pandémie de Coronavirus. Cette pandémie a poussé l'Etat et le gouvernement à prendre des mesures drastiques de restriction non pas à l'encontre des populations, mais pour leur sécurité, dans le but d'éviter la propagation du virus. Afin d'y parvenir, il va mettre en place « le copil », comité de pilotage pour gérer toutes les conduites mises en place contre le Coronavirus. Toutefois, à la suite de la mission du Copil, les Ministres de la santé et de celui de l'intérieur, vont multiplier les sorties médiatiques afin d'informer les populations de l'évolution de la crise.

La question centrale qui guide cette recherche est « comment le gouvernement gabonais a-t-il géré sa communication face à une crise sanitaire sans précédent » ?

Notre étude s'intéresse ainsi aux pratiques communicationnelles du gouvernement gabonais pendant la période cette crise.

En effet, l'étude s'inscrit dans le cadre théorique de l'analyse des discours médiatique et politique. Selon Patrick Charaudeau (2005) nous permet de mieux comprendre comment le langage est utilisé comme un instrument de pouvoir. En décryptant les stratégies discursives mises en œuvre, par les Ministres de la santé et celui de l'intérieur, l'étude cherche à analyser les pratiques communicationnelles du gouvernement gabonais pendant la période de la crise sanitaire et en évaluer l'efficacité.

Le texte se subdivise en deux temps. Dans un premier temps nous présentons le cadre théorique de l'étude ainsi que la démarche méthodologique. Le deuxième temps est réservé à l'analyse de nos données.

1. Cadre théorique

1.1. Discours et analyse du discours médiatique

Le discours médiatique est un concept qui englobe l'ensemble des messages transmis par les médias (télévision, radio, presse écrite, internet, etc.) et qui visent à informer, à influencer ou à divertir un public. Il joue un rôle central dans nos sociétés contemporaines et ne se limite pas à transmettre l'information, mais il la façonne, l'interprète et la met en scène. Les médias, qu'ils soient traditionnels (télévision, radio, presse écrite) ou numériques (sites d'information, réseaux sociaux), ont un pouvoir considérable sur la construction de notre réalité sociale et sur la formation de nos opinions.

L'analyse du discours médiatique quant à elle, est l'étude des textes produits par les médias de masse. Le contrat d'information médiatique se caractérise aussi par deux visées contradictoires comme le reconnaît Patrick Charaudeau (1997 :73).

- *Premièrement, la visée informative.* Un média a pour but d'informer les populations à propos des faits de société. Cette transmission de l'information doit également garantir une certaine neutralité et une objectivité de traitement de ladite information.
- *Deuxièmement, la visée de captation* ou visée du « faire ressentir », qui s'attache à séduire un spectateur consommateur d'informations ; cette deuxième visée favorise la dramatisation de l'information. Contrairement à la première, cette visée cherche à atteindre les sentiments des lecteurs et à les captiver. Elle cherche également à susciter plus d'intérêt de la part du lecteur, quitte à pousser certains médias à faire du « sensationnel ». « *Cette deuxième visée favorise la dramatisation de l'information* » comme le reconnaît (Camus, 2003 : 233).

Cette question de l'objectivité rejoint celle de la crédibilité. En effet, « *pour être crédible, l'information médiatique doit être en conformité avec une certaine représentation, partagée par le producteur et le récepteur, de ce qu'est l'objectivité et de la manière dont elle se révèle discursivement.* » (Camus, 2003 : 234).

1.2. Discours et analyse du discours politique

Le discours politique renvoie à la prise de parole des hommes politiques dans leur domaine d'action, la sphère politique. Comme dit Le Bart (1998), c'est un discours qui est soumis à des pesanteurs, qui peuvent le rendre non-crédible ou mensonger. On peut également le considérer comme un outil de travail pour les personnes pour qui, il sert de moyen d'action ou de vecteur d'action : les politiques.

Pour Christian Le Bart (1998), comme pour de nombreux chercheurs, le discours politique est celui que tiennent les hommes et femmes politiques dans l'exercice de leurs fonctions (1998 :7). Cette définition que nous pouvons qualifier de ciblée et restreinte pourrait s'opposer à une autre plus large, mais en même temps un peu floue, à savoir « *tout propos qui implique un jugement sur l'organisation de la communauté* » (Bonnafous et al. 2003 : 12).

L'analyse du discours politique a pour but de comprendre les enjeux du discours politique qui s'établissent comme, « *discours, action et pouvoir* ». C'est ce qu'affirme Patrick Charaudeau en disant que :

Discours et action sont deux composantes de l'échange social qui ont une autonomie propre. C'est de leur combinaison que naît le sens de l'échange langagier. [...] c'est à travers leurs réalisations langagières que ces acteurs se construisent une identité discursive et une visée d'influence sur l'autre partenaire de l'échange. (Charaudeau et Maingueneau, 2002 : 188)

Charaudeau (2005) met en évidence comment le langage est un outil central dans l'exercice du pouvoir. Les discours ne sont pas neutres ; ils sont construits stratégiquement pour :

- *Légitimer l'exercice du pouvoir*: Les discours politiques visent à justifier les décisions prises, à présenter l'action politique comme étant dans l'intérêt général. Ils cherchent à créer une adhésion autour d'un projet politique.
- *Construire des identités collectives*: Les discours politiques contribuent à façonner l'identité d'un groupe, d'une nation. Ils créent un "nous" et un "eux", renforçant ainsi la cohésion sociale au sein du groupe et marquant une distinction avec les autres.
- *Influencer les opinions et les comportements*: Les discours politiques et médiatiques cherchent à modeler les opinions publiques, à orienter les choix des individus. Ils peuvent ainsi servir à mobiliser des soutiens, à susciter l'adhésion à certaines idées ou à certains projets.
- *Masquer les rapports de force*: Les discours peuvent aussi servir à dissimuler les rapports de force, à présenter une image idéalisée du pouvoir. Ils peuvent ainsi contribuer à maintenir des inégalités sociales.

C'est dans cette perspective de l'analyse du discours politique et médiatique, que nous nous inscrivons pour notre étude.

1.3. Discours et communication

Le discours étant la mise en fonctionnement de la parole, il s'inscrit dans un processus qui est celui de la communication. Car faire un discours c'est également chercher à transmettre une information.

D'après le dictionnaire de la linguistique et des sciences du langage, « *La communication est l'échange verbal entre un sujet parlant, qui produit un énoncé destiné à un autre sujet parlant, et un interlocuteur dont il sollicite l'écoute et / ou une réponse explicite ou implicite (selon le type d'énoncé)* » (J. Dubois, M. Giacomo, L. Guespin, C. Marcellesi 1994 :94).

La communication est donc un processus de transmission de l'information d'un récepteur vers un émetteur. Il en existe trois formes :

- *la communication de groupe* : il s'agit de l'émission d'un message par un émetteur à un groupe ciblé, à un nombre de récepteurs bien défini.

- *la communication interpersonnelle* : elle se définit par l'échange de messages et de codes entre deux individus. Ces individus en tant que locuteurs et interlocuteurs peuvent ainsi échanger leur place à mesure de leur échange.

- *la communication de masse* : la communication de masse est l'ensemble des techniques permettant à un acteur de transmettre un message à un public large. Elle est plus en usage du côté des médias.

Toutefois, peu importe la forme ou le type de communication ou on se situe, il existe toujours des règles communicationnelles à respecter pour que les échanges ou la transmission, soient effectifs. En effet, tout échange verbal se réalise dans le cadre d'une co-intentionnalité. Cette reconnaissance réciproque des contraintes de la situation de la communication par les partenaires montre que les échanges verbaux sont régis par un ce que Chareadeau (1995) appelle un « contrat de communication ». L'auteur souligne aussi que « *la notion de contrat de communication est double dans la mesure où elle est à la fois de nature situationnelle et communicationnelle* ». 1995 : 88-89). Il identifie ainsi deux niveaux :

- *le niveau situationnel* qui met en place un contrat d'échange et qui se définit par des contraintes et par une (ou des) finalité(s) interactionnelle(s) qui répond aux questions suivantes : Nous sommes

là pour dire quoi ? Pour échanger quoi ? Pour jouer quel rôle social en fonction de quelles contraintes ?

- *Le niveau de communication* qui établit un contrat de parole et qui se définit selon la façon avec laquelle doit se dérouler l'échange langagier, le comment dire.

Dans son projet de modélisation du *contrat de parole*, Chareaudeau (2003) explique que les acteurs de la communication sont toujours surdéterminés par « un rituel socio-langagier ». Il pose lui aussi l'existence d'un « implicite codé », sorte de conscience partagée par les deux interlocuteurs de leurs statuts respectifs dans l'échange dans lequel ils s'engagent, ou encore le « rapport imaginé qui les interdéfinit ». Cet implicite est régi par les rituels socio-langagiers, qui constituent le pan discursif d'une codification plus ou moins explicite des rapports sociaux. C'est précisément l'existence de ces rituels socio-langagiers qui donne naissance au contrat de parole. Ainsi il peut définir ce dernier comme étant constitué par « l'ensemble des contraintes qui codifient les pratiques socio-langagières et qui résultent des conditions de production et d'interprétation (circonstances de discours) de l'acte de langage ». En cela le contrat de parole constitue une véritable entrée, un outil opérationnel, pour atteindre le sens du « point de vue » des acteurs de la communication. La notion de conditions de production du discours, avancée par Charaudeau (2003), repose sur l'idée que tout acte de communication prend place dans des situations de communication particulières que les interlocuteurs se représentent au moment où ils s'engagent dans une interaction communicative. C'est donc la prise en compte de ce contrat implicite ou explicite qui conditionne la forme d'échange, qui détermine ce qui doit être dit et comment on le dit...

1.4. Méthodologie de la recherche

Cette étude s'inscrit dans un contexte de crise sanitaire qui a amené le gouvernement gabonais à se mobiliser pour juguler cette crise. Le corpus que

nous avons rassemblé est exclusivement composé des différents discours prononcés par deux membres du Gouvernement à savoir : les Ministères de l'intérieur et celui de la santé. Ils ont été recueillis sur le site officiel du gouvernement¹⁰.

2. Analyse des données

2.1. La communication comme stratégie

2.1.1. Le statut des acteurs

Le statut des acteurs (participants) également, conditionne les échanges, c'est ce que dit Charaudeau quant au contrat de communication. Pour ce qui est de la crise de la Covid 19 au Gabon, plusieurs acteurs ont été impliqués dans cette crise (les politiques, les associations, les ONG, etc.) Mais cette étude, nous n'en retenons que deux. Guy Patrick Obiang Ndong, qui avant d'occuper la fonction de Ministre de la santé, était déjà, au début de la crise, porte-parole du copil, comité de pilotage, en charge de la gestion de la crise, en collaboration avec le Ministère de l'intérieur et le Ministère de la santé. Le deuxième est Lambert Noel Matha, Ministre de l'intérieur au moment de la crise.

2.1.2. Les canaux de communication

Afin de gérer la crise, ces deux membres du gouvernement vont communiquer via la télévision, la radio et les réseaux sociaux, à fréquence régulière ; ce qui a permis de toucher une grande franche de la population gabonaise. En plus des médias, le gouvernement a également utilisé les affiches publicitaires, des spots, etc.

¹⁰ <https://www.gouvernement.ga>, <https://santé.gouv.ga.actualités-sur-la-covid19>,

2.1.3. Le rôle des médias

Tout au long de cette crise, les médias ont joué un rôle essentiel. En tant qu'outils de masse de diffusion de l'information, ils ont créé un lien entre les gouvernants (la sphère politique) et les gouvernés (les populations). Jouant un rôle de médiateur au sein de la société, ils ont permis à chacune des deux sphères d'être au fait de l'actualité et de pouvoir agir en conséquence. C'est en cela que Wolton écrit :

L'existence de médias de masse est pour informer le grand nombre grâce notamment à la radio et à la télévision ; la nécessité de connaître l'état de l'opinion publique dans ses revendications et ses réactions à l'action des hommes politiques (Wolton 1989 : 6).

Dans la situation de crise sanitaire enclenchée par l'avènement de la Covid-19, le Gouvernement, en l'instar du Ministère de la santé et du Ministère de l'intérieur, ont pris la situation en charge. Cette prise en charge s'est bien sûr effectuée à travers des communications à l'endroit des populations. Mais cette communication, n'a pu se faire que par le concours des médias qui se sont chargés de la diffusion « massive » des discours des membres du Gouvernement. Ces discours, contenant des mesures de préventions, des décisions pour la lutte contre la Covid-19 étaient donc d'une importance capitale, dans la situation d'urgence dans laquelle se trouvait le pays. Ainsi, deux fois par semaine, lors d'une émission en direct à la télévision, relayée par les réseaux sociaux, les deux Ministres faisaient le point de la situation, devant la presse.

2.1.4. L'influence des médias sur la communication politique

Cette influence est passée par la mise en scène des politiques, la fixation de l'agenda politique et la fixation de l'opinion publique.

- *Mise en scène de la politique:* Les médias ont joué un rôle crucial dans la construction de l'image des deux Ministres en transformant les enjeux politiques en spectacles médiatiques, mettant en avant les chiffres, témoignant de l'évolution des cas de contaminations par jour, via la télévision. En effet, tous les jours, la télévision faisait défiler une bande annonçant les nouveaux cas de contamination. En plus de ces bandes, les acteurs politiques, en tête desquels le président de la république, s'exprimaient par le billet de capsules, sur l'application des mesures édictées pour éradiquer le virus (mime de lavage des mains, du port de la bavette, etc.)
- *Fixation de l'agenda politique:* En choisissant de couvrir certains événements ou certaines déclarations, ils orientent l'attention des citoyens vers des questions spécifiques. En effet, une grande couverture médiatique avait été mise en place par le gouvernement (affiches publicitaires, émissions en direct, spots publicitaires, etc...).

La valorisation du direct comme le reconnaissent (Camus et Georget) est

[...] un événement [...] plus facilement perçu comme événement brut, plutôt que médiatiquement construit. De plus, la visée informative, dont les contraintes pourront donc prendre appui sur cette représentation, n'apparaît plus alors en contradiction avec la visée de captation : le direct est spectaculaire. (Camus et Georget : 234)

En adoptant d'informer les populations lors de « directs », le gouvernement se mettait en scène pour capter l'attention de ces dernières. En effet, la crédibilité d'une information réside dans le fait que l'information partagée est le reflet d'une réalité existant en soi et partagée par le producteur et le récepteur de la dite information.

- *Formation de l'opinion publique:* Les médias vont jouer un rôle fondamental dans la formation de l'opinion publique en interprétant les faits, en proposant des analyses et en offrant des points de vue différents. Ce qui avait permis de prendre conscience du danger que représentait cette maladie.

2.1.5. L'information

Dans le cadre du jeu politique, l'information au même titre que la communication, occupe une place de choix, car, elle est ce sur quoi repose la teneur d'une communication. Pendant cette période, l'information a revêtu un caractère d'urgence et de « survie », ceci à cause de la gravité de la situation. Ce caractère qui donne tout son sens à ce moment-là, n'a pu être effectif que par rapport au contexte, mais aussi par rapport aux statuts des personnes qui s'exprimaient sur la question, les membres du gouvernement.

L'information est donnée ici, par des autorités investis à agir au nom de l'Etat et du pouvoir exécutif. Ce statut et ce contexte de crise, légitiment d'autant plus l'action du Gouvernement, et sa capacité à donner des informations à propos de la situation comme le montre cet extrait :

Extrait d'un discours du Ministre de la santé : « Depuis que la pandémie de Covid-19 s'est déclarée dans notre pays, le Gouvernement de la République s'emploie à travers des multiples actions et mesure à protéger nos populations contre sa propagation ».

2.2. Les stratégies de communications

2.2.1. Les messages privilégiés

Les messages privilégiés étaient portés vers la sensibilisation, pour ce qui est des discours du Ministre de la santé et la répression et la mise en garde,

pour le Ministre de l'intérieur. Afin de recadrer les populations récalcitrantes, des patrouilles de police étaient déployées dans les villes.

Quelques extraits des discours du Ministre de l'intérieur :

Parmi les stratégies mises en place par ce dernier, on note : Le rappel à l'ordre, la mise en garde, la menace, la position d'autorité.

Exemple.1 : le rappel à l'ordre : « *Le Gouvernement tient à rappeler que la pandémie de la Covid-19 est présente. Le virus circule et le danger de contracter la maladie est réel. C'est pourquoi, le Ministre d'Etat, Ministre de l'intérieur, garant de l'ordre et de la sécurité publique **rappelle** aux uns et aux autres sur toute l'étendue du territoire que : le port du masque en tout lieu reste systématique et obligatoire ; le thermo flashage à l'entrée des édifices est souhaité ; l'hygiène des mains doit demeurer de mise ; la distanciation physique d'au moins un mètre reste en vigueur* ».

Ce rappel à l'ordre intervient à la période où on constate un relâchement et une hausse des cas.

Exemple.2 : la mise en garde : « *Nous indiquons que pour nous assurer dudit respect par tous de ces mesures, **les Forces de Défense et de Sécurité ont été instruites et qu'au-delà de la sensibilisation, la phase de sanction va suivre pour faire face au relâchement, à l'insouciance et à l'incivisme dont font montre plusieurs de nos compatriotes*** ».

Exemple.3 : La menace : « *Les forces de défense et de sécurité ont expressément été instruites pour veiller à ce que les mesures édictées soient respectées. **Les contrevenants s'exposent aux sanctions prévues à cet effet.*** »

L'usage de la possibilité de sanctions en cas de non-respect des mesures, est mentionnée ici, non pas en termes de menace au sens commun dans lequel on l'entend, mais de dissuasion dans le cadre de la stratégie. Cette

stratégie de dissuasion oriente le destinataire sur les risques encourus, en cas de non-respect des mesures prises dans la lutte contre la propagation du virus.

Exemple. 4 : La position d'autorité : [...] *mais cette tendance baissière observée ne doit en aucun cas conduire à un relâchement par les populations face aux mesures qui nous ont permis jusque-là à obtenir des résultats encourageants. C'est pourquoi le Ministre d'Etat, **Ministre de l'intérieur, garant de l'ordre et de la sécurité publique** rappelle aux uns et aux autres sur toute l'étendue du territoire que des sanctions sont*

Le Ministre fait jouer sa qualité de Ministre de l'intérieur, qui lui donne l'autorité d'exiger des sanctions. Il met ainsi en avant un éthos d'autorité. Il se présente en tant que « **garant de l'ordre et de la sécurité publique** », statut qui lui donne par la même occasion toutes les missions dues à ce titre. Mais ce statut, du moins la mention de ce statut, le rend d'autant plus légitime, tant dans son action, que dans sa prise de décision.

Quelques extraits des discours du Ministre de la santé :

Nous relevons parmi les stratégies mises en place par ce dernier : l'utilisation de données statistiques, l'exhortation, la mise en garde, la menace, l'appel à la responsabilité.

Exemple 5 : l'utilisation des données statistiques et chiffrées : « *La moyenne est passée **de 5 par jour, à environ 10 par jour en Novembre.** Le Gouvernement invite donc à la responsabilité individuelle et collective afin de lutter efficacement contre la Covid-19 » ; « *Les dernières informations sanitaires sur la situation de la Covid-19 montrent d'une manière générale une tendance à la baisse. Selon les **enquêtes épidémiologiques**, les dernières données font état de **275 992 tests réalisés, 9116 cas positifs à la Covid-19, 8965 guérisons soit (98,3%), 93 cas actifs et 59 décès soit un taux de létalité de 0,6%.** »**

Le Ministre de la santé, dont le titre suffit pour qu'il puisse aborder les questions de santé, se base sur des études épidémiologiques et des données

statistiques, un paramètre qui lui octroie une double légitimité, la première se basant sur son statut, et la seconde sur les références sur lesquelles il s'appuie.

Exemple 6 : Exhortation « *Les décès liés à la Covid-19 peuvent être évités si nous prenons conscience de la dangerosité de cette maladie en se protégeant et en protégeant les personnes vulnérables qui ont le diabète, l'hypertension artérielle, l'insuffisance rénale et les autres maladies chroniques* ».

Le Ministre utilise ici l'accumulation, pour montrer aux populations à qui s'adresse son discours, que le non-respect des mesures qui entraînent la propagation du virus, peut être fatal aux personnes qu'il présente comme « **vulnérables** » atteintes de maladies « **chroniques** ». A travers l'usage de cette figure de style, le locuteur donne encore plus de gravité à son propos. Il amplifie son propos afin de mettre l'interlocuteur en situation de comprendre la gravité de la menace.

Exemple.7 : L'appel à la responsabilité « *Nous constatons que pour certains, l'allègement a été considéré comme un relâchement. Le Gouvernement invite donc à la responsabilité individuelle et collective afin de lutter efficacement contre la Covid-19* ».

Le sens de responsabilité convoqué ici, met évidence l'urgence de la situation et c'est en cela que toutes les parties (gouvernants et gouvernés) doivent ensemble, fournir des efforts dans le but de résorber la crise sanitaire que traverse le pays.

2.2.2. L'absorption de l'incertitude

Citant Niklas Luhmann, Flavien Le Bouter rapporte que pour ce « l'opinion publique » permet au système politique de réduire la complexité sociale, de réaliser une « *absorption de l'incertitude* » (2000 : 287) afin que « *des décisions politiques puissent être prises* ». (2015 : 4). Ce passage nous conduit vers la nature de l'opinion publique et ce que les politiques en font.

Relativement au Gouvernement, son but est de convaincre les populations, de la gravité et de l'urgence de la situation, de façon à ce qu'il puisse mettre en marche son action dans le but de les protéger. Pour l'expliquer, nous reprenons à nouveau ce passage de Luhmann dans l'article de Le Bouter : « *L'opinion publique permet au système politique de réduire la complexité sociale, de réaliser une « absorption de l'incertitude » afin que des décisions politiques puissent être prises* » (2015 : 4).

La notion d'« absorption de l'incertitude » est une des clés de voute de la gestion de la crise. Nous comprenons ce concept, comme une façon de lever toute équivoque autour de la question que l'on aborde dans son propos. Il rejoint les stratégies de légitimation et de crédibilité que développe Patrick Charaudeau (1993) en ce sens que, le statut du sujet parlant, la véracité et le caractère de l'information transmise en sont les éléments principaux.

Dans son action communicationnelle, le Gouvernement se met dans une position où, il est capable de répondre aux incertitudes de la population. Nous l'avons vu par exemple, dans le discours du Ministre de la santé, qui fait usage des données à la population gabonaise, des données chiffrées et des statistiques sur la pandémie. Cette démarche lui permet d'adopter une posture de vérité rassurante pour ceux qui l'écoutent.

La covid19, comme nous l'avons pu le voir dans les médias, a fait des ravages dans le monde. Alors que l'occident prédisait une hécatombe pour l'Afrique, celle dernière s'est montrée à la hauteur de gérer cette crise. C'est le cas du Gabon, qui à travers la communication de son gouvernement, n'a enregistré que peu de cas. Toutefois, quelques failles ont été relevées. En effet, le gouvernement a manqué d'efficacité dans certains aspects, tels que la prise en charge des populations vulnérables, la distribution des kits alimentaires, la mise à disposition des ambulances, etc., son système de communication a été à la hauteur. Il serait toutefois judicieux, que certains de ces manquements

puissent être examinés en vue de mieux se préparer si par aventure il lui était amené à gérer une autre crise de cette envergure.

CONCLUSION

L'étude que nous venons de présenter avait pour but de montrer comment le gouvernement gabonais, par le billet des Ministre de l'intérieur et celui de la santé, a communiqué pendant la covid 19 et de décrypter les stratégies qu'il a mis en œuvre. Nous ainsi vu que les deux Ministres ont massivement utilisé les médias. En termes de communication, nous avons constaté que si le Ministre de l'intérieur a fait usage d'une communication de type dissuasif, c'est-à-dire qu'il va tenir un discours qui va tendre vers la « menace » pour montrer qu'il a les moyens à sa disposition pour agir face à tous contrevenants, celui de la santé, qui, a fait quant à lui, usage d'un type de communication exhortatif. Guy Patrick Obiang Ndong, qui est le Ministre de la santé est médecin de formation. Ce statut en plus de celui de Ministre, font en sorte qu'il soit beaucoup plus dans le conseil, et dans la démonstration scientifique. Dans ses discours, il par exemple, utilisé à plusieurs reprises de données statistiques pour expliquer la baisse ou la montée des cas de contagion.

Références bibliographiques

BONNAFOUS Simone, et al. 2003, *Argumentation et discours politique*, Rennes, Presses universitaires de Rennes.

CAMUS Odile, Georget Patrice, 2003, « L'analyse des discours médiatiques », in C. Bonardi, Georget P., C. Roland-Lévy & N. Roussiau, (eds). *Psychologie sociale appliquée, tome 4. Economie, médias, nouvelles technologies*. Paris : In Press. 233-252.

CHARAUDEAU Patrick et Maingueneau Dominique, 2002, « *Dictionnaire d'analyse du discours* », Paris, In, Edition du Seuil.

CHARAUDEAU Patrick, 1995, « Rôles sociaux et rôles langagiers », In *Modèles de l'interaction verbale*, sous la direction de D. Véronique et R. Vion, Publication de l'université de Provence page 88-89.

LE BART Christian, 2003, « l'analyse du discours politique : de la théorie des champs à la sociologie de la grandeur » in *Mots : les langages du politique*, n°72, p.97-110

LE BOUTER Flavien, 2015, « l'opinion publique selon Niklas Luhmann », *Tracés revue de science humaine*, p287

THUILLIER Guy, 2007, « le jeu politique », *ECONOMOCA 49*, Paris, rue Héricart.

WOLTON Dominique, 1989, « la communication politique : construction d'un modèle », in *Hermès*.