

## La démarche User-Centered Design pour lutter contre la désinformation

par Tsiry RAMBEL ANDRIANISA<sup>1</sup>

*51% de la population malgache sont des femmes (13 013 390 femmes contre 12 666 952 hommes)<sup>2</sup>. Madagascar interdit, dans la Constitution de la Quatrième République de 2010, la discrimination fondée sur le sexe. L'article 6 de cette Constitution indique l'égalité en droits dans tous les domaines et secteurs. Madagascar a également ratifié la plupart des Conventions et Chartes relatives à la protection des droits de la personne humaine, y compris la Convention pour l'Élimination de toutes formes de Discrimination à l'Égard des Femmes (CEDEF). À travers cette ratification, l'État malgache s'est engagé notamment à « adopter des mesures législatives interdisant toute discrimination à l'égard des femmes, y compris des sanctions, en cas de besoins ». Pourtant dans la pratique, les sanctions tardent à venir. Des femmes subissent des désordres de l'information à leurs égards les empêchant d'entreprendre et elles sont largement « exclues de la vie économique et politique, et subissent encore trop souvent le poids de stéréotypes et de normes socioculturelles qui les freinent dans leurs ambitions »<sup>3</sup>. Le « genre » demeure une problématique dans le pays où les rôles sociaux concernant le féminin et le masculin sont ancrés dans la culture même.*

*Mais dans tout ce chaos, des femmes arrivent à surmonter ces obstacles. Comment se manifestent ces désinformations envers les femmes rurales et comment font-elles pour se mobiliser face à cette situation ? Comment les autres acteurs sont-ils impliqués face à ces désordres de l'information ? Cette étude vise à identifier les éléments menés par ces femmes dans la lutte contre la désinformation, analyser les communications mises en œuvre pour y arriver et étudier les manières dont les autres acteurs appuient les femmes et les moyens mobilisés dans cette lutte.*

*Des observations et entretiens ont été menés auprès de divers acteurs dans ce système de désordres de l'information, auprès d'un groupement villageois de femmes dans la commune rurale de Talata Ampano, district de Vohibato, Région Haute Matsiatra, dans le centre-sud de Madagascar. La démarche de conception User-*

<sup>1</sup>Les propos énoncés dans les publications soutenues par l'Organisation internationale de la Francophonie ne sauraient en rien engager sa responsabilité, pas plus qu'ils ne reflètent une prise de position officielle de l'Organisation.

<sup>2</sup>Instat, Recensement général de la population et de l'habitation, RGPH3 Madagascar, 2018.

<sup>3</sup>Banque Mondiale, <https://blogs.worldbank.org/fr/nasikiliza/madagascar-la-place-des-femmes-gagne-du-terrain>. [En ligne]. Consulté le 05 juillet 2023.

*Centered Design (centrée sur l'utilisateur) qui fait partie de l'approche de la communication pour le développement, a été menée par une radio associative locale, à travers ses émissions dont particulièrement, l'émission focalisée sur le partage d'expériences des femmes rurales à succès qui appuie ces femmes à se dynamiser. « L'approche de conception centrée sur l'utilisateur est une approche de conception contemporaine qui implique activement les utilisateurs à chaque étape du processus de conception pour le développement de produits plus efficaces, efficaces et sûrs »<sup>4</sup>. Elle est axée sur les personnes et sur la manière dont les systèmes interactifs peuvent aider dans leur travail.*

*Par ailleurs, du côté du groupement des femmes rurales, les nouvelles et les informations diffusées par cette radio sont relayées par la présidente et leader du groupement à qui les autres membres font confiance. Le modèle de communication « two-step flow » (Katz & Lazarsfeld, 1955), relevant de la psychologie sociale, sera ainsi mobilisé pour interpréter les résultats. La communication dans ce champ est « l'ensemble des processus par lesquels s'effectuent les échanges d'informations et de significations entre des personnes dans une situation sociale donnée »<sup>5</sup>. Le modèle « two-step flow » soutient que les interactions interpersonnelles exercent un effet significativement plus fort sur l'influence de l'opinion publique que les médias de masse.*

*Cette leader ne relaye pas seulement les informations obtenues mais en même temps elle joue le rôle de médiateur, facilitant l'intercompréhension des autres membres du groupement. Les médias locaux jouent un rôle dans cette lutte contre les désordres de l'information à l'égard des femmes en adoptant l'approche de la communication pour le développement mais ces médias devraient être appuyés par des leaders d'opinions jouant le rôle de médiateurs pour faire face à ces désordres de l'information.*

## **1. Introduction**

Le Madagascar compte 51% de femmes sur les 25 680 342<sup>6</sup> de sa population en 2018 dont les 80% vit en milieu rural. Le pays s'est aligné aux différents textes et cadres internationaux sur l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes. La Constitution malgache prône également l'égalité en droits des femmes et des hommes dans tous les secteurs et interdit la discrimination fondée sur le sexe. Mais cette discrimination subsiste et les femmes « subissent encore trop souvent le poids de stéréotypes et de normes socioculturelles qui les freinent dans leurs ambitions »<sup>7</sup>. En 2020, Madagascar, comme tous les autres pays du monde, a traversé la période de propagation de la pandémie du Covid19 en laissant derrière elle des impacts sur différentes catégories de personnes dont spécialement les femmes et les filles. En 2020, une enquête de l'UNFPA sur l'impact du Covid19 a rapporté que les femmes

---

<sup>4</sup>Z. Ezgi Haliloğlu Kahraman, «Using user-centered design approach in course design », Procedia - Social and Behavioral Sciences, 2010, Volume 2, n°2, pp. 2071-2076, ISSN 1877-0428, <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2010.03.283>, p.2071.

<sup>5</sup>Jean-Claude Abric, *Psychologie de la communication : Théories et méthodes*, France, Dunod, « Psycho Sup », 2019, p.4.

<sup>6</sup>Instat, Recensement général de la population et de l'habitation, RGPH3 Madagascar, 2018.

<sup>7</sup>Banque Mondiale, <https://blogs.worldbank.org/fr/nasikiliza/madagascar-la-place-des-femmes-gagne-du-terrain>. [En ligne]. Consulté le 05 juillet 2023.

membres d'association sont moins victimes aux violences basées sur le genre que les non membres<sup>8</sup>. Des femmes dans des groupements arrivent à surmonter ces obstacles dans une société où « la place de l'individu est fondée sur le sexe et la catégorie d'âge auxquels il appartient »<sup>9</sup>.

D'après la définition de Bully (1969), « l'information, par quelque voie qu'elle nous parvienne, apparaît comme un renseignement susceptible, par l'élément qu'il ajoute à la masse de nos connaissances, de modifier sinon notre conception du monde, du moins notre comportement »<sup>10</sup>. La manipulation de ce renseignement, qu'il soit vrai ou faux, dans l'intention de nuire ou non, impacte sur le comportement de la personne qui le reçoit. Et cette manipulation délibérée de l'information dans le but de causer un préjudice est la désinformation, « l'instrument d'une falsification intentionnelle de la perception et de la représentation qu'autrui se fait de la réalité, dans un dessein qui profite soit à un individu, soit à une collectivité »<sup>11</sup>. L'insuffisance de l'accès à l'information par les femmes multiplie le risque de désinformation. Comment se manifestent ces désinformations envers les femmes rurales et comment font-elles pour se mobiliser face à cette situation ? Comment les autres acteurs s'engagent-ils aux côtés de ces femmes pour faire face à la désinformation ?

Des entretiens et observations ont été menés auprès d'un groupement villageois de femmes et d'autres acteurs dans la commune rurale de Talata Ampano, à 18 km de la ville de Fianarantsoa, chef-lieu de la région Haute Matsiatra, dans le centre-sud de Madagascar, afin de relever les bonnes pratiques de lutte contre la désinformation à leur égard. Les objectifs sont d'identifier les activités menées par ces femmes dans la lutte contre la désinformation, d'analyser les communications mises en œuvre pour y arriver et d'étudier les manières dont les autres acteurs autour de ces femmes les appuient dans cette lutte contre la désinformation à leur égard.

Deux hypothèses ont été avancées : la démarche User-Centered Design (UCD) pourrait analyser la manière dont la radio associative locale conçoit leur émission ; l'existence de leader au sein de ce groupement de femmes qui partage les informations et en même temps joue le rôle de médiateur pourrait appuyer cette lutte contre la désinformation.

L'intérêt de cette recherche est de soulever qu'il existe des initiatives de lutte contre la désinformation à l'égard des femmes et des filles mais qui ne sont pas encore mises au grand jour. Des pratiques locales sont mises en œuvre dans des communautés rurales et qui pourraient aider d'autres femmes et acteurs des autres localités dans cette lutte contre la désinformation.

## 2. Méthodologie

---

<sup>8</sup>Unfpa Madagascar, Perception des femmes sur les impacts de la pandémie de Covid-19 et les violences basées sur le genre à Madagascar - Rapport d'enquête, 2020.

<sup>9</sup> Bodo Ravalolomanga, *Être femme et mère à Madagascar* (Tañala d'Ifanadiana), France, L'Harmattan, « Connaissance des hommes », 1992, p.31.

<sup>10</sup>Philippe Bully, « La théorie de l'information, vingt ans après », *Communication et langages*, 1969, n°1, p.27.

<sup>11</sup>Jacques Bénestean, *Mensonges freudiens : histoire d'une désinformation séculaire*, France, Mardaga, « Psychologie Sciences Humaines », 2002, 400 pp.

Cette recherche a été effectuée auprès du Groupement Villageois d'Entraide Communautaire de femmes, dénommé GVEC KOFIRAMA<sup>12</sup> à Talata Ampano, où plus de 80% de population active dans le secteur primaire<sup>13</sup>. Le GVEC KOFIRAMA, créé en 2010, compte actuellement seize (16) membres ayant en commun la vannerie comme principale source de revenu. Elle est présidée depuis sa création par Madame Rasoanirina Marie Georgette. Âgées de 40 à 60 ans, les femmes membres viennent des différents villages et hameaux composant la commune rurale. Les réunions de ce GVEC se tiennent chaque deuxième et quatrième mardi du mois. Le jour de marché communal étant le mardi pendant lequel les locaux se déplacent dans le centre de la commune où se tient le marché, le lieu de rencontre et d'échange entre les individus, vendeurs et acheteurs.

Des entretiens semi-directifs<sup>14</sup> ont été menés en mois de mai 2023 auprès des femmes membres du groupement afin de recueillir d'éventuelles désinformations et les sources d'informations des femmes rurales. Six (06) femmes, les plus anciennes des membres, ont été prises à part en entretien collectif<sup>15</sup> après leur réunion ponctuelle du mardi afin d'avoir leur récit de vie<sup>16</sup> pour se remémorer de leurs vécus et raconter leurs expériences de lutte contre la désinformation. Des observations ont été également faites : une observation dans une situation naturelle<sup>17</sup> dans leur quotidien et une observation centrée sur la dynamique de groupe<sup>18</sup> dans le but d'appréhender les pratiques communicationnelles qu'elles ont mis en œuvre.

Par ailleurs, un entretien a été mené avec la gérante de la radio associative locale Radio Mampita, créée par l'association paysanne Mampita en 1997 suite à une initiative de la Coopération Suisse<sup>19</sup> et la conceptrice de l'émission Aïa Antsika Ampela<sup>20</sup> misant sur l'*empowerment* des femmes suivant le modèle social-libéral<sup>21</sup> et focalisée sur le partage d'expériences des femmes rurales à succès. Une analyse de la conception de cette émission a été effectuée afin de connaître le processus de conception de cette émission.

### 3. Résultats

---

<sup>12</sup> Kaoperativa Fitaratsa Rary Manarapenitra, traduit littéralement Coopérative Modèle de Vannerie aux Normes). Le GVEC est un système d'épargne mis en place dans des organisations communautaires appuyées par le Programme de soutien aux pôles de micro-entreprises rurales et aux économies régionales (PROSPERER) financé par le Fonds International de Développement Agricole (FIDA), afin d'améliorer les revenus des ruraux par la diversification des activités agricoles et la promotion de l'entrepreneuriat rural. Il s'agit de verser dans la caisse d'épargne commune du groupement des parts dont le montant est fixé à l'avance et à la fin d'une année d'exercice dont la durée est fixée à l'avance (9 à 12 mois), les montants épargnés sont redistribués selon les parts versées par chacun des membres avec les intérêts obtenus après d'éventuels emprunts.

<sup>13</sup> Monographie de la Région Haute Matsiatra, 2017, Madagascar.

<sup>14</sup> Geneviève Imbert, « L'entretien semi-directif : à la frontière de la santé publique et de l'anthropologie », Recherche en soins infirmiers, 2010, n°102, p.25.

<sup>15</sup> Sophie Duchesne & Florence Haegel, *L'enquête et ses méthodes : les entretiens collectifs*, Nathan, « 128 », 2004, p.38

<sup>16</sup> Geneviève Pruvost, « Récit de vie », dans Paugam Serge (sous la dir. de), *Les 100 mots de la sociologie*, Paris, Presses universitaires de France, « Que Sais-Je ? », 2010, p.38.

<sup>17</sup> Hiroko Norimatsu & Pascal Cazenave-Tapie, « Techniques d'observation en Sciences humaines et sociales », [www.ergonomie-self.org](http://www.ergonomie-self.org). [En ligne]. Actes du 52<sup>ème</sup> Congrès International de la Société d'Ergonomie de Langue Française, 2017, Actes complets disponibles en ligne : <https://ergonomie-self.org/wp-content/uploads/2017/09/ActesSELF2017.pdf>, p.3

<sup>18</sup> *Ibid.* p.5

<sup>19</sup> Cercom, Pidc, Unesco, *Étude sur le développement des médias à Madagascar*, Paris, 2017.

<sup>20</sup> Littéralement traduit « Où sommes-nous les femmes ? »

<sup>21</sup> Marie-Hélène Bacqué & Carole Biewener, *L'empowerment, une pratique émancipatrice ?* Paris, La Découverte, « Politique et Sociétés », 2021, p.16.

## **Des représentations sociales à tous les niveaux**

Les entretiens semi-directifs et les récits de vie effectués sur terrain ont révélé qu'il existe des représentations sociales associées aux sexes (féminin et masculin), sur le fait d'intégrer une organisation et sur les activités entrepreneuriales des femmes. La représentation dans cette étude est prise comme étant « le produit et le 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 »<sup>22</sup>. Les représentations viennent soit des membres de la famille soit de l'entourage des femmes dans le groupement et venant des médias. Cette croyance de la société suppose que seuls les hommes devraient avoir un emploi viable et gagner de l'argent pour la famille et que les femmes devraient attendre cet argent et organiser les travaux ménagers qui en proviennent. Les hommes sont privilégiés quant aux devoirs et responsabilités au sein du foyer, qui sont les principaux soutiens de la famille. Selon 25% des femmes membres, leur entourage qualifie leurs réunions bimensuelles de pertes de temps et n'apportent rien à leur foyer. Puisqu'elles ont en commun la vannerie comme activité génératrice de revenu et par rapport aux autres activités, elle est considérée comme un petit travail, qu'il est honteux de la pratiquer puisque les produits sont vendus à très bon marché. Pour ce qui est des représentations venant des médias, les femmes ont des potentiels mais qui sont minimisées en société et qu'il est opportun de leur donner un espace pour qu'elles puissent s'affirmer. En ce qui concerne les sources d'informations pour ces femmes, 75% ont la radio comme source d'information, 50% obtiennent des informations des membres du groupement à part la radio et 37,5% ont des informations venant de leurs connaissances et 1% de l'autorité administrative (Fokontany et/ou Commune).

## **Prise en compte des besoins en informations des femmes**

Des entretiens avec la gérante de la Radio Mampita et la conceptrice de l'émission Aïa Antsika Ampela ont été menés afin de connaître le processus de conception de cette émission. Différentes étapes sont suivies dans la conception de cette émission à commencer par l'identification des besoins en informations des femmes et l'étude de leurs contextes que ce soit culturel, organisationnel ou social et les acteurs qui pourraient intervenir dans l'émission. Les intervenantes sont des femmes venant des différentes organisations de leur région et diverses thématiques sont traitées, entre autres, la lutte contre la violence basée sur le genre, l'entrepreneuriat féminin, la santé des femmes, etc. Elles y partagent leurs expériences, les bonnes pratiques de leur secteur respectif pour que les autres femmes puissent s'y référer. Ces intervenantes mobilisent en même temps leurs pairs dans chacune de leurs interventions. Viennent ensuite la conception en intégrant les données obtenues lors de la première étape en mixant l'usage du parler local Betsileo et de la langue officielle malgache dans l'émission et l'utilisation des musiques traditionnelles Betsileo pour les fonds sonores. La mise en œuvre constitue la troisième étape du processus en mettant sur les ondes l'émission conçue. Une diffusion est programmée chaque lundi, de 6h à 6h15mn à l'heure où les femmes sont encore dans leur foyer et une rediffusion le mardi de 13h

---

<sup>22</sup> Jean-Claude Abric, « L'étude expérimentale des représentations sociales », dans : Jodelet Denise (sous la dir. De), Les représentations sociales, Paris, Presses Universitaires de France, 1989, p.206.

à 13h15mn, pendant leur pause de la journée. L'auditoire a ainsi la possibilité d'interagir après la diffusion en envoyant des messages à lire dans d'autres plages de petites annonces et ceci fait office de suivi et évaluation qui est la dernière étape du processus. Des améliorations sont apportées à l'émission suivante en prenant en compte les réactions et interactions de l'auditoire. **(Figure 1)**

### **Un leader d'opinion pour la médiation**

Les résultats des entretiens montrent aussi que pendant leur réunion de mardi, la présidente du GVEC KOFIRAMA partage les nouvelles et les informations qu'elle a obtenues des deux semaines précédées la réunion, aux autres membres de son organisation. En tant que présidente de l'organisation, elle pense avoir le devoir de transmettre les informations qu'elle trouve importantes, ciblées et utiles qui pourraient améliorer leur entrepreneuriat et la vie des autres membres tout en expliquant à sa manière et selon sa compréhension. Une discussion se fait alors au sein de cette communauté où les femmes membres choisissent, trient les informations et en font usage pour pouvoir se mobiliser en conséquence. Les flux d'informations se font ainsi en deux étapes. **(Figure 2)**

## **4. Discussion**

Les premiers résultats permettent de comprendre que les représentations sociales constituent les désinformations qui sont perçues par les femmes à tous les niveaux : famille, groupement, vie en communauté et à travers les médias. Elles visent leur personne en tant que femme mais visent également leur entrepreneuriat. Des membres et les médias locaux en sont conscients et veulent à tout prix surmonter ces désinformations à l'égard des femmes, en intégrant au groupement et en promouvant leur entrepreneuriat et en créant des espaces pour qu'elles puissent s'affirmer dans les médias.

Conformément à notre première hypothèse, les résultats montrent que l'approche UCD a été mobilisée par la radio associative locale dans la conception et la mise en œuvre de leurs émissions en mettant au centre l'utilisateur, l'auditoire et leurs besoins et ceci, en fonction de divers contextes. Il s'agit de l'adoption de « l'approche sociologique de l'information dans une société de traditions orales comme Madagascar, [...] de ne pas séparer le communicationnel et le culturel »<sup>23</sup>. La conception suit les quatre étapes de cette démarche et sollicite la participation de divers acteurs à chacune de ces étapes. Ces étapes constituent le processus de l'approche UCD, qui est itératif et place les utilisateurs au centre du processus de conception où le concepteur « agit en tant que facilitateur et médiateur dans le processus de conception et [...] spécifie l'utilisateur comme un participant actif à la conception du produit »<sup>24</sup>. L'implication et la participation des femmes permettent de faire entendre leur voix mais aussi de faciliter leur accès à l'information.

---

<sup>23</sup>Lucie Raharirinina Rabaovololona, « Crise malgache et approche langagière de l'information : un enjeu pour la formation en communication », Seradika, 2012, n°00, p.11.

<sup>24</sup>Op. cit. p.2071.

Ces résultats invitent également à considérer l'importance du partage d'informations suivant le modèle « two-step flow » et l'implication du leader au sein de ce groupement villageois qui influe sur elles et qui joue le rôle de médiateur en partageant ces informations et en utilisant des procédés translangagiers. Les réunions bimensuelles suscitent des discussions sur diverses thématiques et des échanges entre elles, et favorisent la lutte contre la désinformation. Le message sont émis par les médias et atteint dans un premier temps les « individus jouissant d'une importance supérieure à la moyenne dans leur communauté [...] et si le message réussissait à passer les filtres de pertinence et d'importance de ces gardiens, ils diffuseraient alors le message à des individus plus dépendants dans leur environnement immédiat »<sup>25</sup>.

Cette démarche UCD mettant en avant la participation, l'accès à l'information, suivie de discussion au sein de l'organisation fait partie de l'approche de la communication pour le développement. Cette communication tout en étant un processus émancipatoire, permet aux individus de « délibérer et de s'exprimer sur les questions importantes pour leur bien-être »<sup>26</sup>. La combinaison et la complémentarité de l'UCD et du « two-step flow » constituent une bonne pratique en milieu rural dans la lutte contre la désinformation. La première démarche menée par la radio locale bien qu'elle implique divers acteurs est insuffisante sans l'apport du leader d'opinion au sein du groupement.

## 5. Conclusion

La désinformation à l'égard des femmes et des filles est ancrée dans la culture malgache elle-même. La lutte contre la désinformation implique alors une démarche multi acteurs qui se mobilisent pour avoir accès à l'information et l'utiliser par la suite pour développer les informations utiles à travers une communication horizontale, où différents acteurs mettent en œuvre un nouvel mécanisme communicationnel, éclairé par le modèle two-step flow et UCD.

Pour une application de la recherche dans d'autres localités, il serait intéressant de former les radios locales à adopter cette approche de la communication pour le développement dans chacune des conceptions de leurs émissions. Mais aussi d'identifier des leaders d'opinion dans des organisations qui pourraient influencer les autres membres du groupement et renforcer leurs capacités à partager les informations reçues par l'intermédiaire de ces radios locales.

Par ailleurs, pour les prochaines étapes, étendre la recherche en adoptant la démarche de « Human Centered Design » (centrée sur l'humain) et ne pas se limiter à la démarche UCD serait plus approprié. Cette démarche initiée également par Norman (2013), « donne la priorité aux besoins, aux capacités et aux comportements humains [...] avant toute conception »<sup>27</sup>. Des observations seront à faire sur la

---

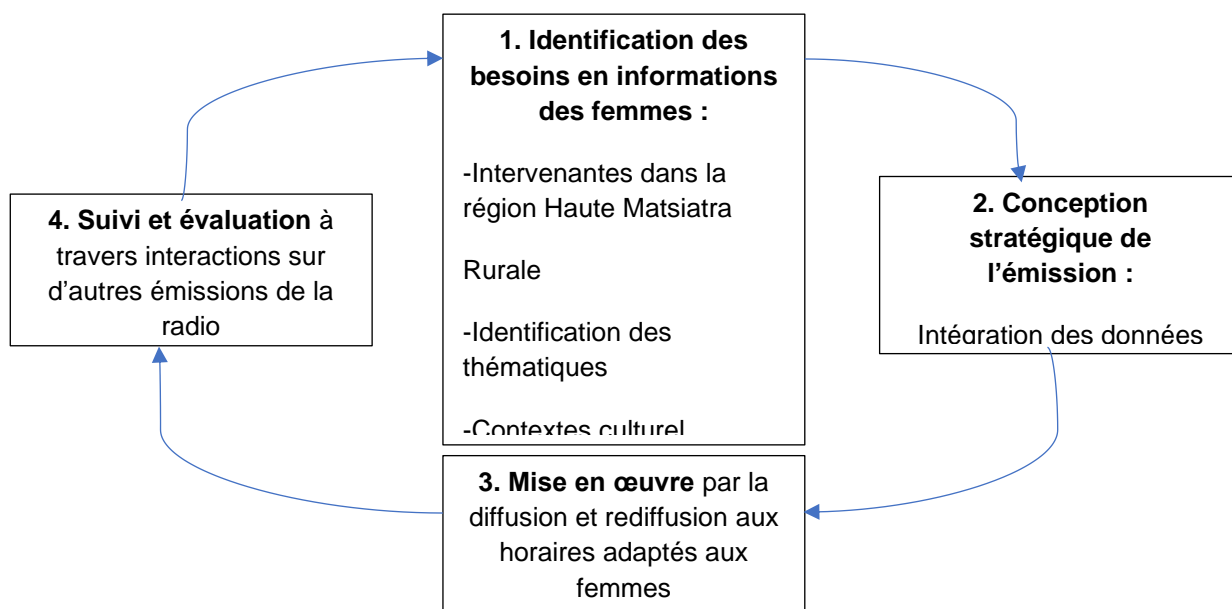
<sup>25</sup> Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss, *Encyclopedia of Communication Theory*, Usa, Sage Publications, 2009, p. 65.

<sup>26</sup> Onu, *La communication pour le développement : accroître l'efficacité des Nations Unies*, 2010.

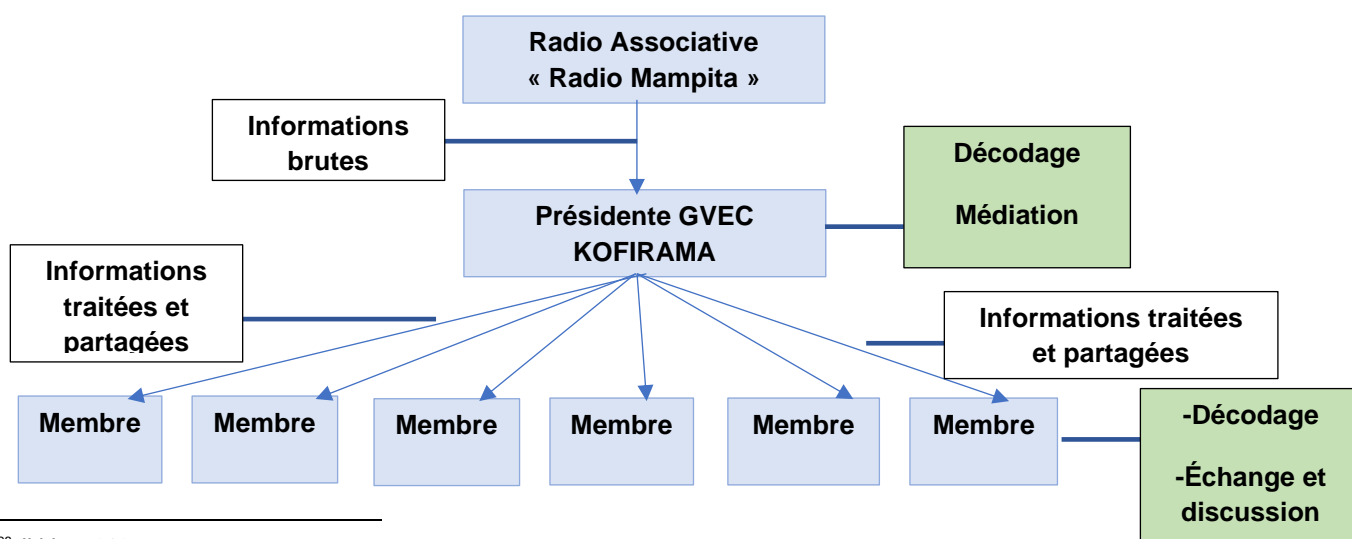
<sup>27</sup> Donald A. Norman, *The design of everyday things*, Revised and expanded edition, Usa, Basic Books, 2013, p. 25.

population visée, des idées à générer, des prototypes à réaliser et des tests à effectuer, constituent le cycle itératif de cette démarche<sup>28</sup>.

**Figure 1** : Les 4 étapes de conception de l'émission Aïa Antsika Ampela suivant le processus de l'approche User-Centered Design



**Figure 2** : Le partage d'informations utiles dans le GVEC KOFIRAMA suivant le modèle « two-step flow »



<sup>28</sup> Ibid., p. 212.



### **Légende :**

	<b>Acteurs</b>
	<b>Actions de communication</b>
	<b>Produits finis</b>

### **Bibliographie :**

Abric Jean-Claude, *Psychologie de la communication: Théories et méthodes*, France, Dunod, « Psycho Sup », 2019, 192 pp.

Abric Jean-Claude, « L'étude expérimentale des représentations sociales », dans : Jodelet Denise (sous la dir. De), *Les représentations sociales*, Paris, Presses Universitaires de France, 1989, pp. 203-223.

Bacqué Marie-Hélène, Biewener Carole, *L'empowerment, une pratique émancipatrice ?*, Paris, La Découverte, « Politique et Sociétés », 2021, 176 pp.

Bénesteau Jacques, *Mensonges freudiens : histoire d'une désinformation séculaire*, France, Mardaga, « Psychologie Sciences Humaines », 2002, 400 pp.

Bully Philippe, « La théorie de l'information, vingt ans après », *Communication et langages*, 1969, n°1, pp. 27-32.

Duchesne Sophie, Haegel Florence, *L'enquête et ses méthodes: les entretiens collectifs*, Nathan, « 128 », 2004, 126 pp.

Kahraman Z. Ezgi Haliloğlu, « Using user-centered design approach in course design », *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 2010, Volume 2, n°2, pp. 2071-2076, ISSN 1877-0428, <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2010.03.283>.

Garrett Jesse James, *Elements of user experience, the: user-centered design for the web and beyond*, Usa, Pearson Education, 2010, 189 pp.

Imbert Geneviève, « L'entretien semi-directif : à la frontière de la santé publique et de l'anthropologie », *Recherche en soins infirmiers*, 2010, n°102, pp. 23-34.

Littlejohn Stephen W., Foss Karen A., *Encyclopedia of Communication Theory*, Usa, Sage Publications, 2009, 1192 pp.

Norimatsu Hiroko & Cazenave-Tapie Pascal, « Techniques d'observation en Sciences humaines et sociales », [www.ergonomie-self.org](http://www.ergonomie-self.org). [En ligne]. Actes du 52ème Congrès International de la Société d'Ergonomie de Langue Française, 2017, Actes complets disponibles en ligne : <https://ergonomie-self.org/wp-content/uploads/2017/09/ActesSELF2017.pdf>.

Norman, Donald A., *The design of everyday things*, Revised and expanded edition, Usa, Basic Books, 2013, 325 pp.

Pruvost Geneviève, « Récit de vie », dans Paugam Serge (sous la dir. de), *Les 100 mots de la sociologie*, Paris, Presses universitaires de France, « Que Sais-Je ? », 2010, pp. 38-39.

Raharinirina Rabaovololona Lucie, « Crise malgache et approche langagière de l'information : un enjeu pour la formation en communication », *Seradika*, 2012, n°00, 59 pp.

Ravololomanga Bodo, *Être femme et mère à Madagascar* (Tañala d'Ifanadiana), France, L'Harmattan, « Connaissance des hommes », 1992, 237 pp.

Banque Mondiale, <https://blogs.worldbank.org/fr/nasikiliza/madagascar-la-place-des-femmes-gagne-du-terrain>. [En ligne]. Consulté le 05 juillet 2023.

Cercom, Pidc, Unesco, *Étude sur le développement des médias à Madagascar*, Paris, 2017.

Instat, Recensement général de la population et de l'habitation, RGPH3 Madagascar, 2018.

Onu, La communication pour le développement : accroître l'efficacité des Nations Unies, 2010.

Unfpa Madagascar, Perception des femmes sur les impacts de la pandémie de Covid-19 et les violences basées sur le genre à Madagascar - Rapport d'enquête, 2020.