

NOTE STRATÉGIQUE:

6 FAÇONS D'INTÉGRER LE CONTEXTE SOCIAL ET LA CONFIANCE DANS LA GESTION DE L'INFODÉMIE

L'épidémiologie de l'information ou **infodémiologie** est l'étude des **infodémies**, définies par l'Organisation mondiale de la Santé comme une surabondance d'informations, dont certaines sont exactes et d'autres non, qui survient lors d'une pandémie ou d'un autre événement important susceptible d'avoir une incidence sur la santé publique. La **gestion de l'infodémie** est la pratique de l'infodémiologie et peut s'inscrire dans le pilier de la communication des risques et de l'engagement communautaire (CREC) d'une intervention en matière de santé publique. Toutefois, elle est pertinente pour l'ensemble des aspects inhérents à la préparation et à la riposte, y compris l'élaboration et l'évaluation des interventions. Les spécialistes des sciences sociales ont beaucoup à apporter à la gestion de l'infodémie car, si elle doit être fondée sur des données et des preuves, elle doit également s'appuyer sur une compréhension approfondie des communautés affectées afin de développer des approches participatives, de renforcer les capacités locales et de soutenir les solutions locales.

INFODÉMOLOGIE ET ENGAGEMENT COMMUNAUTAIRE

La présente note stratégique explique la manière dont les sciences sociales sont susceptibles d'éclairer l'infodémiologie en la rendant plus adaptée à différents contextes sociaux, politiques et culturels et aux relations entre les populations et les institutions formelles. En fournissant une compréhension des contextes et des cultures au sein desquelles les infodémies circulent, les spécialistes en sciences sociales peuvent aider les responsables de la gestion de l'infodémie à collaborer avec les populations afin de prendre des décisions basées sur des informations plus précises et plus appropriées. Cette note stratégique décrira en premier lieu les actions à mettre en œuvre et proposera ensuite six façons d'y procéder. Cette note stratégique a été élaborée par la Plateforme Social Science in Humanitarian Action (SSHAP) dirigée par Santiago Ripoll, et par Jennifer Cole, de la Royal Holloway University of London, responsable de la gestion de l'infodémie pour l'OMS. La responsabilité inhérente à cette note stratégique revient à la SSHAP.

Les informations doivent être fiables, correctes sur le plan factuel et adaptées au contexte. Des informations de haute qualité peuvent se propager plus rapidement que la maladie, en encourageant l'adoption précoce de comportements de protection et en renforçant la confiance dans des sources fiables.

Les fausses informations sont des informations erronées ou inexactes, y compris des rumeurs, dont on croit qu'elles sont exactes. Les fausses informations peuvent combler un vide où l'information fait défaut, en particulier lorsque les informations émanant des autorités et des responsables gouvernementaux est lente à émerger, contradictoire, déroutante ou incohérente.

La désinformation est une information qui est intentionnellement fausse ou trompeuse et qui est susceptible d'être diffusée à des fins politiques, économiques ou sociales pour faire valoir un programme spécifique.

LES ACTIONS À METTRE EN ŒUVRE : AIDER LES POPULATIONS À PRENDRE DES DÉCISIONS BASÉES SUR DES INFORMATIONS ACCESSIBLES, EXACTES ET EXPLOITABLES

Lors d'une pandémie, les populations recherchent davantage d'informations, auprès d'un nombre de sources plus important qu'à l'ordinaire afin de comprendre leur situation. L'infodémiologie consiste non seulement à orienter les individus vers les informations les plus pertinentes et les plus fiables, mais également à comprendre la manière dont ils obtiennent les informations, la manière dont ils communiquent avec les autres, la raison pour laquelle ils font confiance à certaines informations et pas à d'autres, et la façon plus adaptée de les inclure dans la formulation de nouvelles informations et de nouveaux messages plus appropriés. Grâce au dialogue et à l'inclusion, ils deviendront des partenaires dans la création conjointe de connaissances, l'intégration d'une meilleure compréhension et l'adoption des comportements les plus efficaces.

Le contexte politique et social au sein duquel les informations circulent est au moins aussi important que la qualité des informations. Il est probable que l'exactitude des informations ait peu d'importance si les individus ne sont pas disposés à les croire, et s'ils ne les croient pas, ils n'y donneront pas suite. La façon dont les individus reçoivent les informations dépend de nombreux facteurs : qui ils sont (sexe, ethnicité, classe sociale, etc.), leurs connaissances en matière de santé, leur expérience vécue (de l'épidémie ainsi que de l'accès et de la disponibilité des services de santé antérieurs), la manière dont les mesures de santé publique les affectent et s'ils s'estiment prioritaires ou marginalisés dans le cadre de la riposte. Les messages doivent être adaptés aux contextes locaux. La

compréhension des difficultés et des tensions sous-jacentes permettra d'expliquer quels messages sont les plus susceptibles de trouver un écho.

Il ne suffit pas de fournir des informations exactes pour garantir que les populations prennent la bonne décision. Les informations doivent être transmises par le biais de sources fiables. Les fausses informations gagnent en popularité et se multiplient lorsque la confiance à l'égard des autorités gouvernementales et des prestataires de soins de santé est faible. Mais la confiance est un processus : elle ne peut pas s'établir du jour au lendemain. La confiance est susceptible d'être particulièrement faible parmi les groupes confrontés à la discrimination et à la marginalisation, mais la méfiance se retrouve également parmi les groupes majoritaires, en particulier dans les contextes au sein desquels leurs relations avec le gouvernement et les sources officielles ont été précédemment endommagées par la corruption ou l'échec. Atteindre les communautés dépendra de l'établissement d'un dialogue avec les individus et les canaux en lesquels ils ont déjà confiance. L'adaptation des approches et l'engagement avec différents groupes pour favoriser l'acceptation constituent des éléments essentiels de la gestion de l'infodémie. Si les communautés ne sont pas impliquées, il existe un risque que les fausses informations, la confusion et la méfiance compromettent plus facilement les mesures de santé publique.

La lutte contre les fausses informations peut contribuer, par inadvertance, à renforcer les revendications de ceux qui les diffusent. Censurer les fausses informations et les canaux sur lesquels elles sont partagées, ou pénaliser les individus qui créent et/ou diffusent des informations inexactes, peut avoir l'effet inverse en ajoutant de la crédibilité aux allégations de censure et de répression des points de vue alternatifs de la part du gouvernement ou des organisations. Cela peut engendrer des discussions secrètes, ce qui contribue à rendre plus difficile l'identification ou l'engagement constructif. Les responsables de la gestion de l'infodémie doivent comprendre d'où proviennent les fausses informations, la manière dont elles sont diffusées et la raison pour laquelle elles trouvent un écho si elles doivent être contestées avec succès.

LA MANIÈRE DE PROCÉDER : 6 FAÇONS D'INTÉGRER LE CONTEXTE ET LA CONFIANCE POUR LA GESTION DE L'INFODÉMIE

Le renforcement de la confiance dans les autorités de santé publique et la riposte contre l'épidémie prend du temps et représente un processus continu. Toutefois, à court terme, la méfiance peut être atténuée en réagissant de manière appropriée au contexte grâce à un engagement communautaire significatif :

- 1. Utiliser les sciences sociales afin de comprendre le contexte socio-économique, politique et historique** au sein duquel les informations circulent. Les visions du monde inhérentes à une communauté affectée auront un impact sur la manière dont les informations sont filtrées. Les contextes locaux et les cadres culturels peuvent façonner des significations et influencer la manière dont les informations sont reçues, interprétées et partagées, et déterminer quelles voix sont les plus dignes de confiance. Le fait de reconnaître cela permettra d'identifier les influenceurs et plateformes clés, les points de convergence, les alliés potentiels ainsi que les principaux défis.
- 2. Adapter les communications pour répondre aux préoccupations de différents groupes de personnes, en utilisant des sources et des plateformes fiables.** De nombreuses communautés affectées sont confrontées à des défis communs, mais chacune a des besoins spécifiques. Il est essentiel d'adapter les messages pour refléter la diversité des publics – hors ligne et en ligne. Utiliser un langage, des arguments et des justifications qui s'adressent directement aux groupes cibles. Examiner la manière dont différentes significations peuvent être attribuées à des expressions ou des images spécifiques et les sentiments qu'elles sont susceptibles d'évoquer. Tester l'ensemble des supports de communication (vidéos, affiches, messages) auprès des publics cibles. Mettre l'accent sur la compréhension du rôle des médias locaux, des plateformes publicitaires, des représentations artistiques et des plateformes communautaires ainsi que des médias en ligne.
- 3. Établir un dialogue et créer des systèmes de retour communautaire.** Les populations doivent être en mesure d'exprimer leurs points de vue, leurs opinions et leurs préoccupations et de poser librement des questions auxquelles répondront les individus en lesquels elles ont confiance. Des suggestions appropriées doivent être intégrées à la riposte et aux mesures futures afin de garantir le fait que les populations se sentent intégrées et entendues. Les perceptions sont susceptibles d'évoluer à mesure que les événements se déroulent : l'engagement doit être continu afin de comprendre les raisons et d'identifier les obstacles et les facteurs habilitants qui influent sur la capacité de maintenir et d'adopter des comportements positifs en matière de santé. Le changement de comportement est davantage susceptible d'aboutir et de durer si la communauté est directement impliquée dans l'élaboration de solutions dès le début.
- 4. Inclure divers groupes et écouter avec un esprit ouvert** – les fausses informations et les rumeurs sont influencées par les expériences de vie des individus et la situation actuelle. Les informations et les communications doivent être empathiques plutôt

que de porter des jugements ou de se montrer condescendantes. La gestion de l'infodémie doit collaborer avec divers intervenants, y compris les agences et les plateformes médiatiques à travers lesquelles les messages seront diffusés. Les consultations doivent inclure des représentants de groupes vulnérables et marginalisés qui comprennent les défis d'ordre pratique auxquels leurs communautés sont confrontées, ainsi que les origines des préoccupations et des obstacles. Les placer au cœur des interventions visant à mobiliser les communautés et à établir des relations basées sur la confiance préétablie.

5. **Faire preuve de transparence, de cohérence et d'ouverture, notamment en ce qui concerne l'incertitude, la controverse et les erreurs.** Faire preuve d'honnêteté en ce qui concerne les actions mises en œuvre pour lutter contre l'épidémie. Faire preuve d'ouverture concernant ce qui est connu et inconnu et des domaines pour lesquels des incertitudes persistent ; préparer le public à la probabilité que les conseils changent. Indiquer clairement la manière dont les décisions ont été prises et faire preuve de transparence quant aux intervenants ayant joué un rôle dans la prise de décision (par exemple, les sociétés pharmaceutiques, l'externalisation privée, le rôle des autorités décentralisées, les représentants des minorités, etc.). Dans le cas où de nouvelles informations laissent à penser que des erreurs ont été commises, faire preuve d'honnêteté et expliquer les actions mises en œuvre pour les corriger.
6. **Fournir des récits convaincants qui contribuent à instaurer un sentiment de capacité et de motivation à agir.** Élaborer des messages précis qui expliquent clairement la vérité plutôt que de se contenter de rejeter les fausses informations et de démystifier les mythes. Des informations similaires atteignent des publics différents : comprendre qui sont ces publics et quelles sont leurs préoccupations distinctes et potentiellement concurrentes. Identifier d'où proviennent les préoccupations et déterminer quelles histoires sont davantage susceptibles de générer une réponse émotionnelle positive et un sentiment d'unité et de solidarité. Les spécialistes en sciences sociales peuvent aider les responsables de la gestion de l'infodémie à mobiliser les communautés locales, à établir la confiance et à créer conjointement des solutions et des messages davantage susceptibles de générer des interventions efficaces.

AUTRES RESSOURCES

- Tangcharoensathien, V., et al. 2020. Cadre de gestion de l'infodémie inhérente à la COVID-19 : méthodes et résultats d'une consultation technique de l'OMS en ligne et participative. *Journal of medical Internet research*, 22(6), p.e19659.
- Butler, N & Cole, J. 2020. Informations, fausses informations et désinformation en ligne dans le contexte de la COVID-19 (SSHAP)

<https://www.socialscienceinaction.org/resources/key-considerations-online-information-mis-disinformation-context-covid-19/>

- Stratégie mondiale de communication des risques et d'engagement communautaire inhérente à la COVID-19 Décembre 2020–Mai 2021. <https://www.who.int/publications/i/item/covid-19-global-risk-communication-and-community-engagement-strategy>

REMERCIEMENTS

Ce document a été rédigé conjointement par Santiago Ripoll (Institute of Development Studies - IDS), Jennifer Cole (Responsable de la gestion de l'infodémie pour l'OMS, Université de Londres), Olivia Tulloch (Anthrologica), Megan Schmidt-Sane (IDS) et Tabitha Hrynck (IDS). Nous tenons à remercier Jon Bugge, consultant CREC indépendant et Christine Czerniak pour leurs contributions d'experts.

CONTACT

Veuillez nous contacter si vous avez une demande directe relative à la riposte contre la COVID-19, ou concernant une revue, des outils, une expertise technique ou une analyse à distance supplémentaire, ou si vous souhaitez rejoindre le réseau de conseillers, veuillez contacter la Plateforme Social Science in Humanitarian Action en envoyant un e-mail à Annie Lowden (a.lowden@ids.ac.uk) ou Olivia Tulloch (oliviattulloch@anthrologica.com). Les Centres de liaison clés Plateforme incluent : l'UNICEF (nnaqvi@unicef.org) ; la FICR (ombretta.baggio@ifrc.org) ; et le Groupe de recherche des sciences sociales GOARN (nina.gobat@phc.ox.ac.uk).



Anthrologica



La Plateforme Social Science in Humanitarian Action est un partenariat entre l'Institute of Development Studies, Anthrologica et la London School of Hygiene and Tropical Medicine. Le financement destiné à soutenir l'intervention de la Plateforme face à la COVID-19 a été fourni par le Wellcome Trust et le DDI. Les opinions exprimées ci-après sont celles des auteurs et ne reflètent pas nécessairement les opinions ou politiques de l'IDS, d'Anthrologica, de la LSHTM, du Wellcome Trust ou du gouvernement britannique.

Référence suggérée : Ripoll, S., Cole, J., Tulloch, O., Schmidt-Sane, M et Hrynick, T: « 6 façons d'intégrer le contexte social et la confiance dans la gestion de l'infodémie », Brighton : Social Science in Humanitarian Action (SSHAP) DOI : <https://doi.org/10.19088/SSHAP.2021.009>

Publication janvier 2021

© Institute of Development Studies 2021



Ceci est un document en libre accès distribué selon les modalités de la version 4.0 de la licence internationale Creative Commons Attribution (CC BY), qui autorise l'utilisation, la distribution et la reproduction sans restriction sur tout support, à condition que les auteurs d'origine et la source soient crédités et que toute modification ou adaptation soit indiquée.

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>