



HAL
open science

OMS et “ infodémie ” : analyse mixte des contenus publiés sur la page Facebook de l’Organisation mondiale de la santé lors de la pandémie de COVID-19

Marie-Eve Carignan, Olivier Champagne-Poirier, Marc D. David, Claudia St-Pierre

► To cite this version:

Marie-Eve Carignan, Olivier Champagne-Poirier, Marc D. David, Claudia St-Pierre. OMS et “ infodémie ” : analyse mixte des contenus publiés sur la page Facebook de l’Organisation mondiale de la santé lors de la pandémie de COVID-19. Un monde de crises au prisme des communications organisationnelles, Université Catholique de Louvain = Catholic University of Louvain [UCL], May 2022, Mons, Belgique. hal-03656492

HAL Id: hal-03656492

<https://hal.science/hal-03656492v1>

Submitted on 2 May 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L’archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d’enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

OMS et « infodémie » :

Analyse mixte des contenus publiés sur la page Facebook de l'Organisation mondiale de la santé lors de la pandémie de COVID-19

Marie-Eve Carignan

Chaire UNESCO-PREV

Université de Sherbrooke

marie-eve.carignan@usherbrooke.ca

Olivier Champagne-Poirier

Université de Sherbrooke

olivier.champagne-poirier@usherbrooke.ca

Marc D. David

Université de Sherbrooke

marc.d.david@usherbrooke.ca

Claudia St-Pierre

Université de Sherbrooke

claudia.st-pierre2@usherbrooke.ca

Mots-clés

COVID-19 ; analyse sociotechnique ; Organisation mondiale de la santé ; réseaux sociaux numériques.

1. INTRODUCTION

Lors d'une situation de crise planétaire telle que celle engendrée par le virus Sars-CoV-2, l'Organisation mondiale de la santé (OMS) détient un rôle clé de collecte et de diffusion d'information scientifique et utilise tant les médias traditionnels que sociaux numériques afin de communiquer des messages de santé publique parfois complexes à la population (OMS, 2021).

Or, la pandémie de COVID-19 s'est rapidement vue accolée à une seconde crise, celle de l'« infodémie », caractérisée par une surabondance d'informations, autant hors-ligne qu'en ligne, de véracité très variable, incluant des nouvelles, des images et des vidéos inexacts, trompeuses ou inventées, circulant à propos de la maladie (OMS, 2020). Les effets de cette désinformation ne sont pas négligeables, car ils peuvent affaiblir les actions des organismes chargés de gérer la crise efficacement (Brünker et al., 2017) et de fournir des informations dignes de confiance au public (Dornan, 2020).

Cette communication s'inscrit dans l'axe 3 du colloque « les territoires et acteurs de la santé » et vise à mieux comprendre les pratiques info-communicationnelles d'un acteur majeur de la santé, l'OMS. Dans le contexte que nous venons d'esquisser, il devient nécessaire de s'intéresser à la façon dont cette organisation a géré sa présence en ligne et de comprendre les usages réalisés par les utilisateurs de ses plateformes numériques.

2. CADRE THÉORIQUE ET MÉTHODE

Les organismes de santé, telle l'OMS, utilisent les réseaux sociaux numériques pour informer la population et pour communiquer avec les individus (Brünker et al., 2017). De plus, ils permettent à ces organismes de porter attention et de répondre à des rumeurs, des réactions ou des préoccupations de la population en cas d'urgence (Barua et al., 2020). Par conséquent, les professionnels de la santé doivent fournir des efforts supplémentaires pour bâtir une relation de confiance avec les individus en ligne, d'autant plus que l'aspect participatif des réseaux

sociaux numériques fait en sorte que les citoyens deviennent des acteurs importants dans la couverture d'une crise (Li & Wang, 2018). Le contrôle des propos émis par les utilisateurs représente un défi supplémentaire à la gestion de la communication.

Dans le cadre de cette recherche, nous avons donc exploré la manière par laquelle Facebook a été utilisé lors de la pandémie de COVID-19 à des fins d'information et/ou de communication. Plus spécifiquement, nous avons analysé les contenus publiés sur la page de l'OMS (4,8 millions de membres au moment de réaliser l'étude) entre le 10 janvier et le 19 septembre 2020.

Nous avons réalisé une analyse sociotechnique de la plateforme (Champagne-Poirier et Ben Affana, 2016), c'est-à-dire que nous avons porté intérêt 1) à l'architecture technique de la page, 2) aux structures interactionnelles présentes sur la page et 3) aux expériences et contributions des récepteurs-usagers. Notre analyse est mixte, en ce sens qu'elle permet de qualifier et quantifier les pratiques de l'OMS, tout comme elle permet de mieux comprendre comment les récepteurs-usagers participent et contribuent à la plateforme.

Au total, nous avons analysé les 481 publications émises par l'OMS et portant sur la pandémie de COVID-19 durant la période étudiée. Si ces publications ont généré 3,343,636 commentaires, le traitement de 250,000 d'entre eux nous a permis d'atteindre la « saturation théorique » (Corbin et Strauss, 2015), soit le seuil où nous avons jugé que l'analyse de données supplémentaires ne permettrait pas d'augmenter significativement notre compréhension des mécanismes de participation et des contributions des récepteurs-usagers.

3. RÉSULTATS ET ANALYSE

Notre analyse mixte nous permet de constater que les infographies (42%), les Facebook Live (38%) et les vidéos animées (11%) constituent les types de publications

auxquelles l'OMS a le plus recours. Ce sont des publications qui cherchent à attirer le spectateur et à vulgariser l'information.

Par ailleurs, les trois thématiques les plus abordées par l'OMS dans ses 481 publications concernent les mesures préventives (26%), destinées à limiter la propagation de la COVID-19, l'actualité (20%), le type de publication pour lesquelles l'intention de l'OMS est de faire part d'une ou de plusieurs nouvelles en lien avec la COVID-19, ainsi que les explications conceptuelles et médicales (16%) qui représentent les publications visant à vulgariser des concepts scientifiques et médicaux à la population, tels que l'immunité collective et les moyens de transmission de la COVID-19.

En outre, notre analyse qualitative des commentaires nous a permis de déceler neuf types d'intentions communicationnelles réalisées par les usagers de la page (critiquer, débattre, expliquer, proposer une solution, questionner, recadrer, se confier, mobiliser et supporter) ainsi que douze profils d'usagers (le passif ; le relayeur ; le critique ; le conseiller ; l'explorateur ; l'avocat ; le colérique ; le solidaire ; le spirituel ; le borgne et ; le fataliste). Les intentions communicationnelles et les types d'usagers identifiés montrent que les usages de la page Facebook de l'OMS sont très diversifiés. Ajoutons que les intentions communicationnelles et les profils sont interreliés par un enchevêtrement complexe de relations.

4. CONCLUSION

Globalement, l'ampleur des interactions sur la page de l'OMS pendant la pandémie ainsi que les différents usages qu'en font les usagers montrent son importance communicationnelle. Les récepteurs-usagers participent à la médiatisation de la crise de la COVID-19 par l'intermédiaire de la page Facebook de l'OMS. Cela comporte des avantages pour ces derniers, comme le fait de créer un effet rassembleur et d'offrir un espace pour se confier concernant leurs situations personnelles. Toutefois, d'autres utilisateurs diffusent des contenus alarmants et conspirationnistes qui vont à l'encontre des mesures et des informations dictées par l'OMS. La contamination des propos de l'OMS est préoccupante, en ce qu'elle peut avoir un impact important sur la santé publique. Ainsi, cette étude démontre la nécessité pour l'OMS de revoir ses stratégies communicationnelles en ligne et d'évaluer ses pratiques ainsi que celles de ses utilisateurs. Cela pourra renforcer son rôle de leader informationnel dans le contexte de la crise actuelle.

5. RÉFÉRENCES

- Barua, Z., Barua, S., Aktar, S., Kabir, N., & Li, M. (2020). Effects of misinformation on COVID-19 individual responses and recommendations for resilience of disastrous consequences of misinformation. *Progress in Disaster Science*, 8. <https://doi.org/10.1016/j.pdisas.2020.100119>
- Brünker, F., Lehr, J., Marx, J., Mirbabaie, M., Schwenner, L., & Stieglitz, S. (2017). *Sensemaking and Communication Roles in Social Media Crisis Communication*. 13th International Conference on Wirtschaftsinformatik, St. Gallen, Switzerland.
- Champagne-Poirier, O. et Ben Affana, S. (2016). Construction sociotechnique du web 2.0 : La Tribune de Tout le monde en parle. Dans J. Luckerhoff (dir.), *Médias et société : la perspective de la communication sociale (pp.131-150)*, Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Corbin, J. et Strauss, A.L. (2015). *Basics of Qualitative Research (4e éd.)*, Thousand Oaks (CA), Sage.
- Dornan, C. (2020). *La désinformation en science dans le contexte de la Covid-19*. <https://ppforum.ca/wp-content/uploads/2020/06/LaD%C3%A9sinformationEnScience-FPP-Juin2020-FR-1.pdf>
- Li, Y., & Wang, X. (2018). Seeking Health Information on Social Media: A Perspective of Trust, Self-Determination, and Social Support. *Journal of Organizational and End User Computing*, 30(1). <https://doi.org/10.4018/JOEUC.2018010101>
- OMS. (2020). *Managing the COVID-19 infodemic : Promoting healthy behaviours and mitigating the harm from misinformation and disinformation*. World Health Organization. <https://www.who.int/news-room/detail/23-09-2020-managing-the-covid-19-infodemic-promoting-healthy-behaviours-and-mitigating-the-harm-from-misinformation-and-disinformation>
- OMS. (2021). *WHO and the WHA – an explainer*. World Health Organization. <https://www.who.int/fr/about/governance/world-health-assembly/seventy-third-world-health-assembly/the-who-and-the-wha-an-explainer>

6. REMERCIEMENTS

Nous remercions les auxiliaires de recherche qui ont travaillé sur ce projet, Loïc-Alexandre Rousseau et Annabelle Maheu, ainsi que les Instituts de recherche en santé du Canada (IRSC) pour le financement du projet « The role of communication strategies and media discourse in shaping psychological and behavioral response to the COVID-19 outbreak: a comparative analysis between Canada and eight countries/regions » dont est issue cette recherche.