

24^{ème} Conférence Nationale sur l'Éthique Médicale
Dilemmes éthiques face à la pandémie COVID-19
Retour sur expérience
Tunis, 28 nov. 2020

La communication en période d'épidémie :
De la pandémie à l'infodémie
Cas de la COVID-19

Abdelkrim Hizaoui
Professeur à l'IPSI
Université La Manouba

COVID 19: le sujet journalistique de l'année 2020

- **Les acteurs de la communication**
 - Les sources : médicales, politiques, ...
 - Les médias: traditionnels, nouveaux, le web et les médias sociaux
 - Les instances de régulation et d'autorégulation des médias: HAICA, Conseil de Presse ...

Clash des logiques: Le temps scientifique, forcément lent, à l'épreuve du dictat médiatique de l'immédiateté

- Face au péril de ce tueur invisible, les gens, habités par une anxiété inédite, ont vu les experts tâtonner, se contredire, se tromper ... alors ils se sont dit : cherchons l'information par nous-mêmes et se sont rués vers la jungle d'Internet et des réseaux sociaux.
- Ce qui a offert aux manipulateurs et autres promoteurs de *fake news* un public désemparé en quête des vérités que les médias historiques, réglés sur les prudences des experts, ne peuvent pas fournir rapidement.
- La pandémie a offert un terrain idéal pour les pratiques de désinformation déjà bien installées à la faveur des médias sociaux, notamment les différentes versions de la théorie du complot: Le virus aurait été « créé en laboratoire », des brevets de vaccin auraient été déjà déposés par l'industrie pharmaceutique et même une vidéo conspirationniste virale mettant en cause l'Institut Pasteur qui aurait inventé le virus, etc.

Les géants du web se réveillent ... mieux vaut tard que jamais

- Accusés d'avoir contribué à la diffusion planétaire de l'intox et des *fake news* sur leurs plateformes, les géants du web ont cherché la parade:
 - Google a mis en place un processus d'affichage d'étiquettes attestant la vérification des contenus proposés.
 - Facebook, Instagram, YouTube et Twitter, ont commencé à procéder à des suppressions d'informations contraires aux injonctions sanitaires, même lorsque celles-ci ont été partagées par des personnalités politiques.

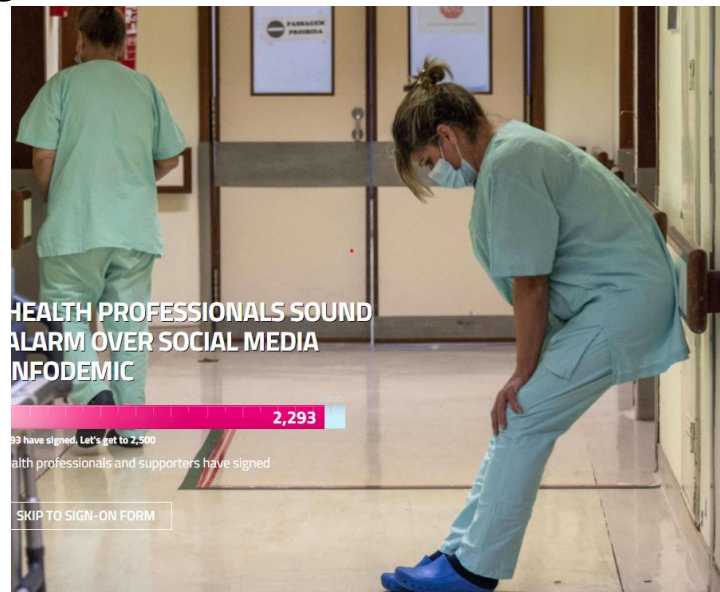
Exemples:

- les vidéos montrant le président brésilien Jair Bolsonaro méprisant la règle de la distanciation sociale, minimisant l'épidémie et défendant l'usage de la chloroquine ;
- Le message du président vénézuélien Nicolas Maduro prescrivant un prétendu remède naturel contre le Covid-19 mélangeant citronnelle, gingembre et eau ;
- Le message posté par l'ancien maire de New York et avocat personnel de Donald Trump, Rudy Giuliani, défendant la chloroquine.

Cette pratique inédite marquer un tournant dans la politique de modération des plateformes du web social, souvent critiquées auparavant pour leur laisser-aller irresponsable.

LE PROFESSIONNELS DE LA SANTÉ SONNENT L'ALARME FACE A L'INFODÉMIE DES MEDIAS SOCIAUX SUR LA COVID 19

- le néologisme « **infodémie** » (*infodemic*, formé à partir d'information et d'épidemic) a été avancé le 2 février 2020 par l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS), pour désigner la **désinformation** sur la pandémie et attirer l'attention sur ses dangers.
- Dans une lettre ouverte aux réseaux socio-numériques, publiée le 7 mai 2020, plus d'une centaine de médecins, infirmières et professionnels de santé s'alarment du problème et appellent à prendre des mesures systémiques et immédiates pour endiguer le flux de désinformation sur la santé.



Extraits:

- *« Des histoires affirmant que la cocaïne est un remède, ou que le COVID-19 a été développé comme une arme biologique par la Chine ou les États-Unis, se sont propagées plus rapidement que le virus lui-même.*
- *En promouvant de faux remèdes ou en effrayant les gens des vaccins et des traitements efficaces, ces mensonges comptent. Et ils voyagent loin - une publication sur Facebook affirmant que le gingembre est 10 000 fois plus efficace pour vaincre le cancer que la chimiothérapie a été aimée, partagée et commentée près de 30 000 fois.*
- *C'est pourquoi nous appelons aujourd'hui les géants de la technologie à prendre des mesures systémiques immédiates pour endiguer le flux de désinformation sur la santé et la crise de santé publique qu'elle a déclenchée. »*

Journalisme et pandémie



LE JOURNALISME ET LA PANDÉMIE: UN PANORAMA MONDIAL DES IMPACTS

Julie Posetti, Emily Bell and Pete Brown

1 406 répondants: journalistes, responsables éditoriaux, directeurs exécutifs & autres salariés des médias

■ **MENACES A LA SÉCURITÉ DES JOURNALISTES**

- 70% des répondants ont déclaré que la gestion des impacts psychologiques et émotionnels de la crise du COVID-19 était l'aspect le plus difficile de la crise et 82% des répondants ont déclaré souffrir aujourd'hui d'au moins un effet psychologique négatif à cause de la pandémie.

■ **PANDÉMIE DE DÉS/MÉSINFORMATION**

- Les dirigeants politiques et les élus (46 %) ont été identifiés comme les premières sources de désinformation au sujet du COVID-19, devant les agences gouvernementales et leurs représentants (25 %) et les réseaux de trolls soutenus par les Etats (23 %). Ceci met en lumière un **déficit flagrant de confiance** envers les acteurs politiques et gouvernementaux dès le début de la pandémie.

- **Facebook** a été identifié comme le plus grand vecteur de désinformation (66 %). Plus d'un tiers des répondants (35 %) ont également pointé du doigt le service de messagerie **WhatsApp**, détenu par Facebook, comme autre source principale, tandis qu'**Instagram** (également détenu par Facebook) a été cité par 11 % of répondants, et Facebook **Messenger** par 9 % d'entre eux.
- **Twitter** a été identifié comme vecteur majeur de désinformation par 42 % de répondants.
- **46 % des répondants ont indiqué être soit "pas du tout satisfaits" ou " pas satisfaits" des réponses des plateformes de réseaux sociaux face à la dés/mésinformation. Seuls 8 % étaient satisfaits.**

■ ATTEINTES À LA LIBERTÉ DE LA PRESSE

- 48 % des répondants ont dit que leurs sources ont dit avoir **peur des représailles** s'ils parlaient avec des journalistes couvrant le COVID-19.
- 10 % des répondants ont signalé avoir été **agressés** publiquement par une personnalité politique ou un élu durant cette période. Ils ont aussi été victimes de freins majeurs à leur travail d'enquête, notamment de la **censure** organisée par l'Etat et du **harcèlement judiciaire**.
- Les répondants ont déclaré avoir subi de nombreuses sortes de menaces en termes de **cybersécurité** : surveillance gouvernementale (7 %); attaques digitales ciblées comme du phishing, DDOS, malware (4 %); obtention de données par la contrainte (3%).

QUELQUES BONNES NOUVELLES

- 43 % des répondants ont remarqué une **augmentation de la confiance du public** envers le journalisme ou leur média durant cette première vague de la pandémie.
- 61 % disent se sentir **plus investis** dans leur mission journalistique grâce à la pandémie.
- 38 % ont dit avoir ressenti **plus d'engagement** (principalement positif) de la part des lecteurs pendant cette période.

GRAPHIQUE 7

QUELLES SONT LES SOURCES PRINCIPALES DE DÉSINFORMATION CITÉES PAR NOS RÉPONDANTS?

Particuliers et citoyens lambda	49%
Dirigeants politiques et élus	46%
Trolls en quête de notoriété	43%
Personnes cherchant à s'enrichir (ex : personnes cherchant à vendre de faux remèdes)	38%
Médias très partisans ou vecteurs de propagande, médias contrôlés par l'Etat	34%
Agences gouvernementales connues ou leurs porte-paroles	25%
Networks de troll soutenus par le gouvernement	23%
Personnalités publiques et mondaines	19%
Agents d'influence étrangers	8%

Retour sur l'expérience tunisienne de la communication autour de la pandémie

- La communication institutionnelle:
- Quatre ministres de la santé depuis février 2020 (Sonia ben Cheikh, Abdellatif Mekki, Habib Kchaou et Faouzi Mehdi)
- * Un repère: Nissaf Ben Aleya, directrice de l'Observatoire national des maladies nouvelles et émergentes et porte-parole de la Commission Scientifique puis du ministère.

Communication des sources médicales:

- transparente, fiable, souvent actualisée et déclinée par région
- Mais manquant parfois de cohérence interne à cause de dysfonctionnements entre les différentes sources et spécialités médicales
- Cohérence externe: Parfois cette communication médicale est dépassée par les logiques contraires des acteurs politiques, sécuritaires, économiques, sociaux, etc.

Les médias tunisiens à l'épreuve de la pandémie

- Le discours des organisations professionnelles des journalistes
- L'action de l'instance de régulation de l'audiovisuel HAICA

Statistiques de la HAICA

MÉTHODOLOGIE



Méthodologie de monitoring

La méthodologie de monitoring adoptée dans cette étude, se base sur les données quantitatives et statistiques relatives au temps d'antenne consacré à la couverture médiatique de la pandémie du Covid-19 dans les émissions diffusées lors du prime time, entre 18h00 et minuit sans prendre en compte les rediffusions, les feuilletons et les journaux météo.

En ce qui concerne les spots de sensibilisation, l'étude a mis en exergue le temps d'antenne consacré à ces spots ainsi que le nombre de leur diffusion de 06h00 du matin à minuit, soit 18 heures de diffusion.

Les chaînes monitorées

- La chaîne 'Watania 1'
- La chaîne 'El Hiwar Ettounsi'
- La chaîne 'Attassia'
- La chaîne 'Hannibal'

Période de monitoring

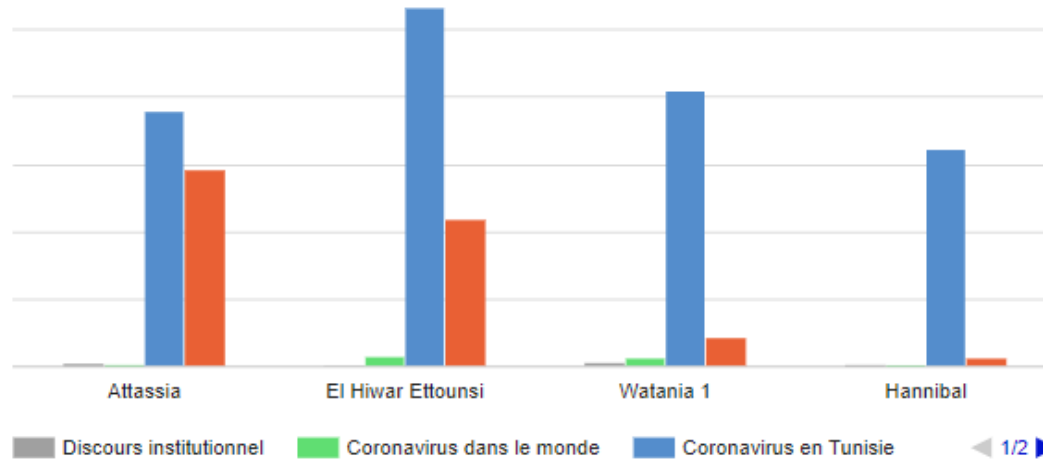
Du 16 mars 2020 au 29 mars 2020

Horaire de monitoring

- Couverture médiatique: de 18h00 à 00h00
- Spots de sensibilisation: de 06h00 à 00h00

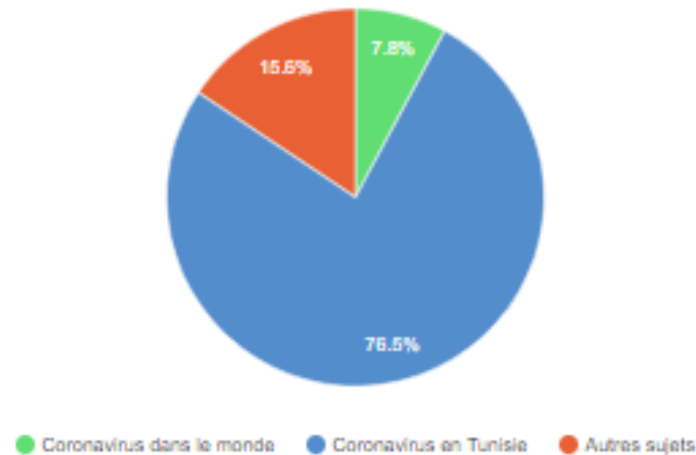
Il convient de noter que par «discours institutionnel», nous entendons le temps alloué à la parole du Président de la République et du Premier ministre

La répartition du temps d'antenne total par thématique et par chaîne



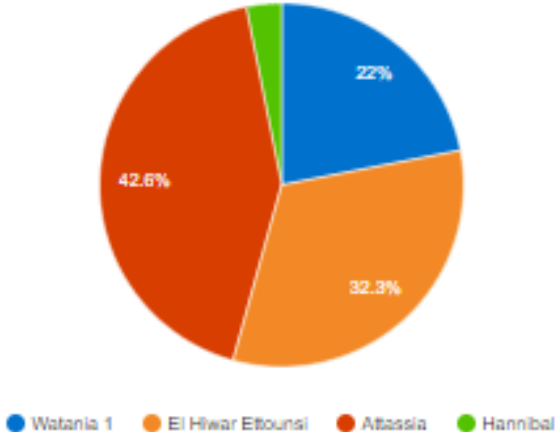
Chaîne	Discours institutionnel	Coronavirus dans le monde	Coronavirus en Tunisie	Autres sujets
Attassia	00:21:23	00:12:43	26:21:25	20:20:12
El Hiwar Ettounsi	00:00:00	01:03:05	37:01:58	15:09:22
Watania 1	00:24:39	00:58:01	28:24:46	03:00:26
Hannibal	00:12:55	00:11:28	22:21:22	00:56:10

Le temps d'antenne total consacré à chaque thématique dans les **journaux télévisés**



Sujet	Temps consacré à chaque sujet
Coronavirus dans le monde	01:44:18
Coronavirus en Tunisie	16:57:24
Autres sujets	03:28:03

La durée et le nombre des **spots** de sensibilisation par chaine



Chaine	Nombre ou durée des spots
Watania 1	245
El Hiwar Ettounsi	361
Attassia	475
Hannibal	35
total	1116

Communiqué de la HAICA du 18 mars 2020 :

« Suite aux cafouillages observés par la HAICA au niveau du traitement de la question de la propagation du «virus Corona» par certaines chaînes de télévision et de radio, notamment en ce qui concerne la sélection d'invités qui n'étaient pas toujours compétents, la HAICA a adressé, mercredi 18 mars 2020, une correspondance au Conseil de l'Ordre des médecins lui demandant de dresser une liste de médecins spécialisés en épidémiologie ».

Questions d'éthique journalistique

- **Directives du syndicat National des Journalistes Tunisiens (SNJT) - Communiqué du 13 mars 2020:**
 - **Recommandations aux entreprises médiatiques (résumé):**
 - Eviter autant que possible la **présence** physique d'invités sur les plateaux
 - Interdire la **présence** du public dans les studios de télévision
 - Adopter le **télétravail** pour les journalistes dont la présence physique n'est pas indispensable sur le lieu du travail.
 - **Recommandations aux journalistes (résumé):**
 - Engagement à l'exactitude et à la responsabilité dans la couverture des sujets liés au Coronavirus, en adoptant les autorités officielles et médicales compétentes comme **principale source** d'information et en permettant aux cadres du ministère de la Santé autant que possible de parler dans les médias et de diffuser leurs directives et données.

- La nécessité de **vérifier** les informations diffusées sur différentes plateformes, notamment les réseaux sociaux, afin d'éviter les manipulations affectives, le renforcement des stéréotypes, l'intimidation ou la panique.
- L'obligation de protéger les **données personnelles** des victimes du virus et de ne pas révéler leur identité ou la preuve de leur localisation.
- **Exemple:** dans son communiqué du 1^{er} octobre 2020, la Commission de la déontologie professionnelle du SNJT a clairement condamné le post publié par une journaliste sur sa page Facebook concernant le décès de l'activiste politique Halima Maalej, considérant que le post est contraire à l'éthique professionnelle et contient « un discours de haine ». La journaliste est sommée de retirer son post et de présenter ses excuses publiquement.

Conclusion

- La communication institutionnelle ainsi que la couverture médiatique relatives à la pandémie de la Covid 19 n'ont pas été convenablement étudiées et analysées en Tunisie, on a pourtant les données nécessaires aux études scientifiques inter/pluri disciplinaires sur le discours des acteurs et sur les contenus et modes de diffusion et de réception.

Merci de votre attention