



En février 2020, au tout début de cette pandémie de la maladie covid-19, issue d'un coronavirus non maîtrisé, jusqu'à preuve du contraire, le Directeur général de l'OMS (Organisation mondiale de la santé), le Dr Tedros Adhanom Ghebreyesus, avait déclaré : « *Nous ne combattons pas seulement une épidémie, nous combattons aussi une **infodémie*** »

»

. De quoi s'agit-il, en deçà de la notion d'«Infodémiologie» (au départ : domaine de recherche scientifique axé sur la recherche sur Internet de contenus liés à la santé fournis par les utilisateurs, dans le but ultime d'améliorer la santé publique) découverte par le chercheur germano-canadien sur les soins de santé, Gunther Eysenbach, en l'an 2000 ?

Concernant le mot «*infodémie*», à présent, il s'agit d'un néologisme (mot nouveau ou apparu récemment dans une langue) calqué de l'anglais

«*infodemic*»

, mot-valise formé de

«*information*»

et de

«*epidemic*»

. Tiré de la déclaration du Directeur général de l'OMS, en 2020 donc, ce néologisme désigne «*la diffusion rapide de rumeurs et de fausses informations qui a accompagné la propagation du virus à l'origine de l'actuelle pandémie du covid-19* »

. De manière élargie, l'infodémie est

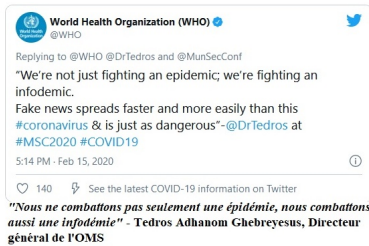
«*une propagation rapide et large d'un mélange d'informations à la fois exactes et inexactes sur un sujet, qui peut être une maladie. Au fur et à mesure que les faits, les rumeurs et les craintes se mélangent et se dispersent, il devient difficile d'obtenir des informations essentielles sur un problème*»

. En résumé, l'infodémie est une vague d'informations fausses ou trompeuses sur les réseaux sociaux et les moteurs de recherche sur Internet, à propos de la pandémie.

Écrit par Jeannot Ramambazafy

Lundi, 12 Avril 2021 06:43 - Mis à jour Mercredi, 14 Avril 2021 05:22

---



En effet, les fausses informations encore appelées «*fake news*» ou «*infox*» pullulent sur le web et les réseaux sociaux. Dans ce cadre, le rôle de la communication publique est important sinon vital comme je l'ai écrit pour titre de ce dossier. Avant d'aller plus loin, il convient de définir ce que l'on appelle «communication publique». Non, il ne s'agit pas de «communiqués» souvent tronqués, voire incomplets, rédigés à la va-vite par des amateurs qui ignorent les points importants d'une stratégie, n'écoulant que leur savoir limité, en matière de communication, justement... Ou encore, une manière de rédiger dans le seul but de faire plaisir au patron.

Amies lectrices, amis lecteurs, sachez alors que la communication publique est «*l'ensemble des actions de communication engagées par toute institution exerçant une mission de service public : institutions étatiques et supranationales ; administrations publiques ; collectivités territoriales ; entreprises et établissements publics. La communication publique se veut au service de l'intérêt général. À ce titre, elle ne doit pas être confondue avec la communication électorale ou la communication politique*».

Pour être encore plus précis, et au risque de me répéter, on entend par communication publique : «*toute activité ou initiative de communication dirigée par les institutions publiques pour le bien public. Elle se distingue de la communication politique qui, elle, se rattache au débat politique, aux élections ou à des personnalités et des partis politiques distincts. Les activités de communication publique peuvent inclure la fourniture d'informations, ainsi que la consultation et le dialogue avec les parties prenantes*» . C'est clair et net.

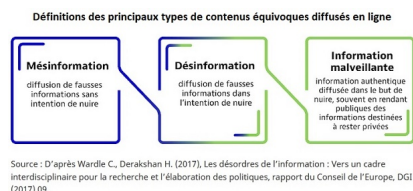
Face à l'infodémie, dans le domaine de la lutte contre cette pandémie qui angoisse toutes les populations du monde, le succès nécessite alors une action de riposte multipartite concertée pour s'attaquer à la désinformation qui l'entoure, s'accompagnant d'un leadership public fort. Sur quoi doit reposer ce «leadership public fort» ? En voici les quatre mesures clés : 1. Posséder des stratégies, des plans et des mécanismes de coordination des communications ;

Écrit par Jeannot Ramambazafy

Lundi, 12 Avril 2021 06:43 - Mis à jour Mercredi, 14 Avril 2021 05:22

---

2. Repérer et dénoncer la désinformation ; 3. Être en possession de mesures règlementaires et juridiques. Par exemple : règlementation du contenu des médias sociaux ; application de l'obligation de transparence de ces plateformes... ; 4. Encourager les initiatives de participation citoyennes et médiatiques. Par exemple : éducation aux médias, mobilisation des parties prenantes, réformes du marché des médias... Avons-nous tout cela à Madagascar ou bien tout est à faire et/ou à refaire après la lecture du présent dossier ?...



Bien que «désinformation» soit le terme le plus couramment utilisé pour parler des contenus faux, nuisibles et trompeurs présents dans l'écosystème des médias et de l'information, le débat sur cette question s'articule autour de trois grands concepts sous-tendus par des nuances qui leur sont propres, Ci-après, la définition des principaux types de contenus équivoques diffusés en ligne

:

### **Mésinformation**

: diffusion de fausses informations sans intention de nuire.

### **Désinformation**

: diffusion de fausses informations dans l'intention de nuire.

### **Information malveillante**

: information authentique dans le but de nuire, souvent en rendant publiques des informations destinées à rester privées.

Ainsi, la communication publique repose sur la combinaison des cadres de gouvernance de la communication et des médias (institutionnels, juridiques, politiques et réglementaires) et des principaux intervenants (pouvoirs publics, entreprises de médias classiques et médias sociaux, et journalistes citoyens).

Dans la pratique, la communication publique consiste à «*fournir des informations d'intérêt général qui sont à la fois factuelles, transparentes et distinctes de la communication politique. Ce dernier critère est particulièrement pertinent dans l'actuel contexte de fortes polarisation et fragmentation politiques dans de nombreux pays, où certains groupes sont plus enclins à*

## Infodémie. Le rôle important sinon vital de la communication publique

Écrit par Jeannot Ramambazafy

Lundi, 12 Avril 2021 06:43 - Mis à jour Mercredi, 14 Avril 2021 05:22

---

*rejeter les informations officielles s'ils les jugent politisées»*

Dans le contexte du Covid-19, ce type d'intervention présente le double avantage de soutenir la mise en application effective des mesures d'urgence et de satisfaire le besoin d'informations précises et catégoriques. La communication publique permet aussi une diffusion rapide, dans la mesure où la quasi-totalité des administrations publiques disposent d'une agence de presse et de chaînes numériques en place. Ces structures jouent un rôle particulièrement important dans les pays où les mécanismes ou règlements préexistants de lutte contre la désinformation sont faibles, voire absents. Pour avoir de l'effet et favoriser la confiance du public dans l'action publique, toutes les activités menées à cet égard doivent être guidées par les principes de transparence, d'intégrité, de redevabilité et de participation des parties prenantes.

Ainsi, une communication stratégique et transparente doit figurer au premier rang des mesures prises par les institutions publiques à tous les niveaux

. Une telle démarche peut être utile pour remplir plusieurs objectifs de lutte contre la désinformation. Ci-après quelques pistes à mettre en pratique dans ce contexte : La communication publique peut : - Fournir aux citoyens des informations véridiques et exactes ; - Mobiliser les citoyens autour d'une riposte collective à l'infodémie ; - Réfuter par anticipation ou dénoncer les informations fausses ou trompeuses ; - Aider à mieux comprendre les attitudes du public, y compris ses craintes, ses préoccupations, ses attentes ; - Sensibiliser les citoyens à une démarche responsable de consommation et de partage de contenu.



Il est essentiel d'investir la communication publique d'une mission forte pour qu'elle soit efficace à lutter contre la désinformation et à gagner la confiance du public.

Bien que la communication publique ne constitue qu'une riposte, parmi bien d'autres, à déployer pour lutter contre la désinformation, elle constitue un élément essentiel et déterminant d'un programme de gouvernement ouvert. La réussite de cette lutte dépend également du choix des plateformes numériques et des marchés des médias qui présentent et délivrent l'information, ainsi que de l'identité du consommateur final de cette information.

Pour le juriste et homme politique français Pierre Zémor, la communication publique est *«l'ensemble des messages émis par les pouvoirs publics et les services publics qui ont pour objectifs d'améliorer la connaissance civique, de faciliter l'action publique et de garantir le débat politique»*

. Ici aussi, c'est clair et net : une communication publique bien maîtrisée rehausse la qualité de tout débat politique. Mais, malheureusement, la désinformation constitue un fléau de notre époque. Elle est opportuniste et a tendance à se greffer sur n'importe quelle crise, en particulier lorsque celle-ci est mondiale, comme la pandémie actuelle. Internet regorge de théories conspirationnistes sur le Covid-19.

Mais revenons sur la désinformation tout court. Pour François-Bernard Huyghe, directeur de recherche à l'IRIS (Institut de Relations Internationales et Stratégiques) et auteur de l'ouvrage *« Désinformation : les armes du faux »*

: «il faut avant tout éviter de confondre la désinformation avec le simple mensonge, le stratagème, la manipulation, l'intoxication, l'aveuglement idéologique... la désinformation, elle, comprend trois critères cumulatifs : Primo : une "intention stratégique" qui consiste à fabriquer de faux contenus tels que des images retouchées ; Secundo : une "intention médiatisée" avec un contenu relayé par des médias ou des communautés virtuelles qui amplifient le message ; Tertio : un "processus qui sert aux intérêts de son initiateur au détriment de la cible", autrement dit un emballement chez les internautes qui sont attirés par l'extraordinaire, l'occulte voire la conspiration».

«la désinformation a toujours existé mais le mot n'est apparu qu'en 1953 dans le dictionnaire soviétique et en 1980 à l'Académie Française. On comprend alors l'avance considérable que la Russie avait en la matière et cet écart s'est creusé tout au long de la Guerre Froide». Le chercheur et historien américain Thomas Boghardt, lui, dans un article rédigé en 2009, précise que *« la pratique du renseignement différait considérablement de part et d'autre du rideau de fer. Tandis que les services de renseignement occidentaux étaient le plus souvent chargés de*

*rassembler des informations, leurs homologues soviétiques mettaient davantage l'accent sur des opérations de tromperie visant à l'influencer l'opinion »* . La chute de l'URSS n'a pas, pour autant, annoncé la fin de la désinformation. Au contraire, celle-ci s'est, petit à petit, privatisée à mesure que les technologies de l'information et de la communication ont fait irruption. Qui plus est, les États ne sont pas les seuls à avoir embrassé la désinformation pour servir leurs intérêts.

Cette fabrique de faux contenu s'insère dans un écosystème informationnel en pleine mutation. La transition numérique a amplifié le phénomène et permis des pratiques malveillantes d'un nouveau genre ; à l'image par exemple de l'«*astroturfing*» qui vise à faire croire en un mouvement citoyen spontané pour une cause par l'intermédiaire de faux comptes. C'est quoi l'«*astroturfing*»

? C'est de la

désinformation populaire planifiée ou orchestrée désigne des techniques de propagande manuelles ou algorithmiques utilisées à des fins publicitaires ou politiques ou encore dans les campagnes de relations publiques, qui ont pour but de donner une fausse impression d'un comportement spontané ou d'une opinion populaire sur Internet.

Cette tentative de manipulation fait référence à la pelouse artificielle de marque

«*AstroTurf*»

utilisée dans les stades. Elle consiste à simuler un mouvement citoyen, venu de la base (appelé

«

*grassroots movement*

»

en anglais américain).

Alors que l'argument d'autorité est traditionnellement réservé aux scientifiques, dont la parole est relayée par les médias, il apparaît de moins en moins comme légitime sur le web. En effet, à l'ère numérique, tous les internautes sont égaux dans la manière de prendre la parole. On parle de l'avènement d'un système « collaboratif et participatif » de production de l'information. Sur le web, à chaque sujet clivant, il est possible de trouver des documents falsifiés, des montages, de fausses allégations et/ou tout autre contenu fallacieux destiné à susciter la réaction ou à manipuler. Et il est presque impossible de distinguer la désinformation de la simple rumeur. Il serait, en théorie, facile d'éviter les pièges en maîtrisant les outils de base, pour vérifier la source de contenus. Mais, à l'ère de l'

«*infobésité*»

-

Surabondance d'informations imputée aux chaînes d'information en continu, aux nouvelles technologies de la communication (Internet, téléphones portables, messageries, réseaux sociaux) et à la dépendance qu'elles créent chez l'utilisateur

- et à cause de la surcharge informationnelle, les internautes n'appliquent pas assez les bonnes méthodes. La pénétration de la désinformation en ligne s'avère sans limite et s'inscrit dans une

# Infodémie. Le rôle important sinon vital de la communication publique

Écrit par Jeannot Ramambazafy

Lundi, 12 Avril 2021 06:43 - Mis à jour Mercredi, 14 Avril 2021 05:22

---

logique bien plus psychologique que mécanique. Pour revenir à nos moutons, au titre de ce dossier :

«

*La communication publique est une exigence démocratique et un impératif de bonne gestion»*

, dixit  
Jean-Marc Sauvé, haut fonctionnaire français.



Dans un prochain dossier, je vous expliquerai la possibilité de lutter contre la désinformation ([c'est déjà ici](#))

. Pour l'heure, l

orsque les lois se heurtent à la complexité impalpable du web et le « *fact-checking*»

à la défiance généralisée du public, la solution qui résiste à ces travers est bien de l'ordre du pédagogique. Les organisations doivent miser davantage sur la vulgarisation et la transparence pour convaincre et susciter l'adhésion du public. Former à l'esprit critique est une rude tâche mais qui peut faire entrevoir des évolutions majeures, sur le long terme.

Personnellement, j'utilise le «*fact-checking*». C'est une technique mise en pratique par les journalistes d'investigation dans le cadre de leur profession. Elle consiste, d'une part, à vérifier en temps instantané la véracité des faits et l'exactitude des chiffres présentés dans les médias par des personnalités politiques et des experts ; et , d'autre part, à évaluer le niveau d'objectivité des médias eux-mêmes dans leur traitement de l'information. Oui, je me suis quelque peu éloigné du sujet principal mais, n'étant pas adepte de la désinformation, mes articles et dossiers, dont le contenu immuable est facilement vérifiable, résisteront au temps et à l'infodémie.

## **Infodémie. Le rôle important sinon vital de la communication publique**

Écrit par Jeannot Ramambazafy

Lundi, 12 Avril 2021 06:43 - Mis à jour Mercredi, 14 Avril 2021 05:22

---

**Dossier de Jeannot Ramambazafy – Sources : OMS, OCDE, Wikipédia, Alliancy.  
Également publié dans "La Gazette de la Grande île" du samedi 10 avril 2021**