



# 10 CONSEILS POUR MINIMISER LE PARTAGE DE FAUSSES INFORMATIONS VIA LES MÉDIAS SOCIAUX

LES MÉDIAS SOCIAUX PERMETTENT DE RENFORCER LES STRATÉGIES DE COMMUNICATION DES RISQUES ET D'ENGAGEMENT COMMUNAUTAIRE (RCCE) PENDANT LA PANDÉMIE DE COVID-19. VOICI 10 CONSEILS POUR RÉDUIRE LE RISQUE DE PARTAGER DES INFORMATIONS INCORRECTES ET POTENTIELLEMENT DANGEREUSES.

## 1. FAITES UNE PAUSE



- La rapidité des médias sociaux fait que nous sommes souvent obligés de cliquer rapidement sur "partager" le message que nous venons de recevoir.
- Il est essentiel de s'arrêter, de faire une pause et de réfléchir avant de partager - nous ne pouvons pas risquer que des individus ou des familles modifient leur comportement d'une manière qui peut être préjudiciable.
- Les informations erronées se propagent à grande échelle et les rectifications ont souvent très peu d'impact.

## 2. VÉRIFIEZ LA SOURCE



- Connaissez-vous l'expéditeur ? S'agit-il de ses propres mots ou de quelque chose qu'il vous a transmis ? S'il n'y a pas de source d'information évidente, retournez voir l'expéditeur et demandez-lui des précisions.
- Lorsque vous partagez des informations avec d'autres personnes, essayez toujours d'inclure la source (et le lien vers un site web officiel si possible).
- Il existe un certain nombre de ressources en ligne pour la vérification des faits - par exemple [Snopes](#), avec un contenu dédié à COVID 19.

## 3. POUVEZ-VOUS VÉRIFIER ?



- Les informations partagées peuvent-elles être corroborées sur le site officiel de [l'Organisation mondiale de la santé \(OMS\)](#) et du gouvernement national de votre région ?
- Si l'information est spécifique au HCR, pouvez-vous faire des recoupements au sein de votre opération ? Si vous n'êtes pas en mesure de vérifier, ne partagez pas.

## 4. LES INFORMATIONS SONT-ELLES UTILES ?

- Le volume de contenu actuellement partagé sur COVID-19 est assourdissant. Demandez-vous si les informations que vous souhaitez transmettre sont utiles et exploitables par les personnes concernées - fournissent-elles des conseils et des orientations sur les mesures de prévention et éclaireront-elles la prise de décision ?



## FICHE PRATIQUE

### 5. AVEZ-VOUS PRIS EN COMPTE DE MANIÈRE RESPONSABLE L'IMPACT ÉMOTIONNEL DU CONTENU ?



- La perception du risque par les individus est très subjective et complexe. Les informations que nous transmettons "en masse" via les médias sociaux peuvent sembler inoffensives mais peuvent mettre en évidence des risques spécifiques pour certains groupes (par exemple, les personnes d'un certain âge).
- Demandez-vous si le transfert du contenu ne fera que soulever davantage de questions et comment vous pouvez cibler des groupes spécifiques avec des messages adaptés et minimiser l'anxiété.
- De nombreuses opérations et partenaires du HCR n'auront pas la capacité de répondre à des messages individuels, en temps réel, si des préoccupations sont soulevées.



### 6. NE CONFONDEZ PAS DUPLICATION ET VÉRIFICATION

- Recevoir la même information de plusieurs expéditeurs n'est pas une vérification de la source.
- La nature virale des fausses informations et de la désinformation fait qu'elles semblent parfois vraies parce que tout le monde les partage ; avec de tels messages, il est essentiel de vérifier les faits (comme ci-dessus).



### 7. COMPRENEZ-VOUS LES DONNÉES ?

- Pendant la pandémie de COVID-19, une pléthore de graphiques et de visualisations de données circulent - beaucoup ont été "copiés-collés" hors de leur contexte original. Sans étiquettes ni légende, ces données sont souvent dénuées de sens et déroutantes.
- Évitez de transmettre ce type de message, car vous ne feriez que contribuer au "bruit des données".

### 8. Y A-T-IL DES SIGNES RÉVÉLATEURS D'UNE FAUSSE INFORMATION ?



- Souvent, les messages canulars encouragent le partage (par exemple, "partagez avec toutes vos connaissances"). Ils contiennent souvent des fautes d'orthographe et l'expéditeur peut prétendre être affilié à la plateforme de médias sociaux.
- Si vous avez des doutes, il est préférable de ne pas envoyer le message.



## FICHE PRATIQUE



### 9. LE MESSAGE UTILISE-T-IL UNE TERMINOLOGIE STIGMATISANTE OU DÉSHUMANISANTE ?

- Ce type de contenu rejette la faute sur les personnes qui font face à la maladie et alimente la stigmatisation, ce qui peut inciter les personnes à ne pas se faire soigner, ne pas se faire diagnostiquer ou ne pas adhérer aux procédures de quarantaine.
- Évitez de partager des contenus qui parlent de "fléaux" ou utilisent un langage victimaire - ceci est particulièrement important dans les contextes où les réfugiés/demandeurs d'asile sont étiquetés comme "infectieux" ou "coupables de propager" COVID-19.



### 10. LE MESSAGE RECYCLE-T-IL DES IMAGES ?

- Souvent, les contenus prétendant être des "nouvelles de dernière minute" reprennent des contenus datés, par exemple en utilisant des "images de d'archive".
- Si vous avez des doutes, lancez une recherche d'images inversée sur votre navigateur pour déterminer si et quand l'image a déjà été publiée.
- La pandémie de COVID-19 évoluant rapidement, veillez à ne partager que les dernières informations précises et vérifiées - évitez le contenu recyclé.

## FINALLY

**Les informations partagées via les médias sociaux n'atteindront jamais tout le monde dans une communauté. Les médias sociaux ne sont qu'un des canaux de communication dans le cadre d'une stratégie globale de RCCE. Les fractures numériques entraîneront une disparité des informations si des canaux complémentaires ne sont pas adoptés.**

## SOURCES UTILES (ANGLAIS)

Pour plus de conseils et d'informations sur la réponse à l'affaire COVID-19, veuillez consulter les conseils suivants compilés par certaines des principales plateformes de médias sociaux :

<https://about.fb.com/news/2020/03/coronavirus/>  
<https://about.instagram.com/politics>  
<https://www.facebook.com/gpa/blog/messenger-101>

<https://www.whatsapp.com/coronavirus>  
<https://www.messenger.com/coronavirus>

## CONTACTS UTILES

Vous pouvez également contacter des collègues du HCR pour obtenir un soutien supplémentaire, poser des questions et obtenir un retour d'information :

**Gisella Lomax Senior** Social Media Officer Global  
Communications Service (GCS), DER  
lomaxg@unhcr.org

**Katherine Harris** Protection Officer Division of  
International Protection (DIP)  
harrisk@unhcr.org