

وسائل التواصل الاجتماعي والمعلومات حول مرض كوفيد 19: منطق المستخدمين، سمات المصادر، وافتراسات المصادقية

Medias sociaux et informations sur la maladie de la Covid 19 :Logiques
d'usagers, attributs des sources, et postulats de crédibilité

Social media and information about Covid 19 disease :User's logics, source
attributes, and credibility assumptions

أ . سدار رابح¹، د . فدول محمد²

Rabah Seddar, Maitre assistant A, université de M'sila

rabah.seddar@univ-msila.dz

Mohamed Fedoul , Maitre de conférences A, université de Batna

fedoul.univ@gmail.com

تاريخ الاستلام: 2021/11/22 تاريخ القبول: 2021/12/25 تاريخ النشر: 2022/03/30

Résumé :

Nous essayerons à travers cet article de poser le problème de la crédibilité des informations véhiculées par les médias sociaux et leurs sources sur la pandémie de la Covid-19. Certains chercheurs associent la montée qualitative et quantitative des contenus d'information liés à cette pandémie mondiale à la place que tiennent les medias sociaux dans le quotidien des e-patients/usagers d'internet, leur exploitation dans de différents pays par les autorités sanitaires et les praticiens de la santé pour des fins de sensibilisation et de vulgarisation. Si l'appropriation rapide des « Ntic » par les individus avait permis la diversification des acteurs qui participent à la production de ces contenus sur la Covid 19, et sur la santé d'une manière générale, ceux- là, auraient dû néanmoins, être

contrôlés, dès leur mise en ligne à travers les medias sociaux. Car ces mêmes moyens, aussi variés que novateurs, auraient permis également à l'information sur cette maladie d'échapper au seul secteur médical et à l'Etat, pour générer tantôt de la désinformation, tantôt de la « mésinformation » et de l'infodémie dans d'autres cas, d'où l'importance d'évoquer le problème de leur crédibilité associé à l'autorité cognitive pour la légitimation d'une source pour s'exprimer sur un sujet de santé, et celui de la Covid 19, en particulier.

Mots-clés : medias sociaux, information de santé, Covid 19, crédibilité, autorité cognitive, e- patient, usagers.

Abstract:

In the present study, the researcher attempts to analyze the problem of the credibility of the news circulated on social networking sites and its online sources; especially those related to the COVID-19 pandemic. Some researchers link the quantitative and qualitative rise of news content related to this global pandemic to the status of social networking sites in the daily lives of patients and Internet users, as well as to their use in many countries by health authorities and health professionals in order to sensitize and disseminate information to be accessible to everyone. If reliance on such means by individuals has allowed various actors to contribute in the production of content about COVID-19, and about news in the field of health; in general, then; on the other hand, these contents should be subjected to censorship as soon as they are disseminated through social media. These various, new means can make the information circulated about this pandemic not confined only to the health sector, or the state, and; thus, creates a kind of misinformation on the one hand, and the emergence of fake news about this pandemic, on the other hand. Therefore, it seems important

to pose the problem of credibility related to the symbolic power to legitimize any source who wants to express an issue related to health or the COVID-19 pandemic, in particular.

Keywords: social media, health information, COVID-19, credibility, cognitive authority, e-patient, user.

ملخص:

نحاول من خلال هذا المقال طرح مشكلة مصداقية الأخبار المتداولة على وسائل الاتصال الاجتماعي ومصادرها عبر الأنترنت و المتعلقة بجائحة كوفيد19. إذ يربط بعض الباحثين الارتفاع الكمي والنوعي للمضامين الإخبارية المرتبطة بهذه الجائحة العالمية بمكانة وسائل الاتصال الاجتماعي في الحياة اليومية للمرضى ومستعملي الأنترنت، وكذا لتوظيفها في الكثير من البلدان من طرف السلطات الصحية والمختصين في مجال الصحة بهدف التحسيس ونشر المعلومات لتكون في متناول الجميع. وإذا كان الاعتماد على مثل هذه الوسائل من طرف الأفراد قد سمح لمختلف الفاعلين المساهمين في إنتاج المضامين حول كوفيد 19، وحول الأخبار في مجال الصحة بصفة عامة، فإن في المقابل، يجب إخضاع هذه المضامين للرقابة بمجرد نشرها عبر وسائل الاتصال الاجتماعي. فهذه الوسائل، المتنوعة والجديدة، يمكن لها أن تجعل من المعلومة المتداولة حول هذا الوباء غير منحصرة فقط على قطاع الصحة أو الدولة، وبالتالي، ما يخلق نوع من التضليل من جهة، وبروز أخبار كاذبة وخاطئة عن هذا المرض من جهة أخرى. هذا ما يعطي الأهمية لطرحنا مشكل المصداقية المرتبط بالسلطة الرمزية لإضفاء الشرعية على أي مصدر يريد التعبير عن موضوع متعلق بالصحة أو بوباء كوفيد19 بصفة خاصة.

الكلمات المفتاحية: وسائل الاتصال الاجتماعي، معلومة صحية، كوفيد19، المصداقية، السلطة المعرفية، المريض الافتراضي، المستخدم .

Introduction :

L'émergence de la médecine 2.0, grâce à internet, a permis à une multitude

d'usagers des medias sociaux la mise en ligne des informations sur pandémie de la Covid-19. De ce fait, il est très intéressant pour les chercheurs dans le domaine de la communication de s'interroger sur le postulat de crédibilité de ces informations liées à cette épidémie mondiale qui, serait, à plus d'un titre, tributaire des caractéristiques des sources distinctes, différenciées selon leurs statuts d'autorités cognitives, comme attribut de crédibilité et de légitimation de toute communication sur la santé.

Il faut noter, par ailleurs, que si un intérêt était porté par les usagers des medias sociaux et les e-patients pour des informations sur la maladie de la Covid 19, ce serait à notre avis l'un des indices de l'existence d'interrogations en suspens de réponses auprès de différentes sphères sociales. Aujourd'hui, on constate qu'il existe deux comportements différents dans la société, qui provoquent l'engouement des individus pour ce type d'informations, à savoir ; l'exposition « involontaire, passive et accidentelle » à des informations sur la maladie de la Covid-19, d'une part, et la recherche « volontaire/active » pour ce même type d'informations à travers les medias sociaux, de l'autre part. Cependant, ces deux comportements peuvent certainement s'entrecroiser, ou qu'ils soient générés par des campagnes de sensibilisation ou de vulgarisation visant l'établissement et la consolidation de la conscience collective sur la maladie de la Covid-19. Néanmoins, c'est la tendance à la recherche volontaire d'informations sur la Covid 19, qui mérite, le mieux, d'être recherchée. Car, des raisons et des motivations contextuelles, individuelles et collectives, pourraient bien renforcer un tel comportement, au détriment de l'évaluation de la crédibilité des informations prodiguées par les différentes sources.

Les conclusions de certaines recherches sur la crédibilité dans d'autres

contextes supputent une corrélation entre la perception par les individus de l'autorité cognitive d'une source et la crédibilité des informations qu'elle présente. Mais, qu'en est-il lorsqu'il s'agit de la maladie de la Covid-19 ? Cette maladie et les mystères qui l'entourent auraient-ils remis en cause l'assertion ? Car, certains paradoxes liés à cette relation crédibilité et autorité cognitive ont été signalés dans les débats qui avaient accompagné les campagnes de vaccination contre la Covid 19, à travers le monde. Alors que, des institutions sanitaires et des gouvernements multipliaient des efforts pour inciter les populations à se faire vacciner pour combattre cette pandémie, en faisant appel aux autorités médicales, incarnées par des médecins et des praticiens de la santé à des fins de communication et de sensibilisation, des contenus contradictoires émanant de sources variées sont mis en ligne notamment sur les réseaux sociaux, défendant la thèse de vaccination pour les uns, et en dissuader les individus pour d'autres. D'ailleurs, les données afférentes au déroulement des campagnes de vaccination avaient relevé une réticence pour cet acte médical chez beaucoup de praticiens de la santé dont, les chiffres concernant le rejet de la vaccination dépassaient, dans certains pays, ceux concernant les autres groupes sociaux.

Si ce phénomène peut s'avérer anodin aux yeux de certains, le rejet de la vaccination par les praticiens de la santé hypothéquerait sérieusement la perception de leur statut comme autorité cognitive dans le domaine médical et de santé, comme l'un des facteurs sous-jacents que nous supposons préalable quant à l'évaluation de leur crédibilité, et de celle des énoncés d'informations sur la Covid-19, qu'ils prétendent défendre.

Certes, les études menées jusque-là, par les scientifiques de différents bords, ont appréhendé, chacune de son côté, le problème des informations sur

la maladie de la Covid-19, dans ses dimensions relatives aux effets éventuels qu'elle pourrait avoir essentiellement sur la santé physique et mentale chez les populations, toutefois, elles n'ont que, rarement, focalisé sur leur crédibilité. L'autre dimension absente ou ignorée dans la revue de ces études serait celle liée à l'éventuelle connivence entre la perception de l'autorité cognitive et la crédibilité de l'information, après que la pandémie de la Covid 19, ait imposé de nouvelles balises aux spécialistes de la santé. Donc, tout cela aurait été un argumentaire suffisant pour l'intérêt de rechercher et analyser cette problématique, et poser ce problème lié à la crédibilité des sources de l'information médicale véhiculée sur la toile, en associant, bien évidemment, les dimensions liées à la tendance de recherche des informations sur la Covid-19, chez les utilisateurs d'internet et les facteurs y influents.

1- L'information sur la santé, medias sociaux et complicités du virtuel

1.1 - la notion de medias sociaux

Les medias sociaux sont des outils de communication et de partage d'informations en interaction. Selon Dalmer Nicole, les medias sociaux sont des outils qui permettent aux individus de communiquer, de collaborer, et de former des communautés en ligne ; ils peuvent être partagés, réutilisés, ou remixés, et ils permettent aux individus d'apprendre facilement en se basant sur les comportements et les connaissances des autres. (Dalmer, 2017, p. 62).

Appelés aussi Web 2.0, (Dalmer, 2017, P.62), les medias sociaux désignent une large catégorie de sites et de services interactifs, cela inclus des sites de réseaux sociaux, de services collaboratifs, de blogs, de sites d'hébergement de contenus et de communautés virtuelles différentes. (Navya, Kumar, & Dilipkumar Janodia, 2017, p. 267)

L'élément différentiateur des medias sociaux par contraste aux media traditionnels, est qu'avec l'usage des medias sociaux, les usagers peuvent générer leur propres contenus à travers des portails différents tels que les sites Web, les blogs, les pages face book, les comptes twitter... (Navya, Kumar, & Dilipkumar Janodia, 2017, p. 267).

Les medias sociaux réfèrent aussi aux formes de communication électronique à travers lesquels les utilisateurs créent des communautés en ligne pour le partage des informations, d'idées, de messages personnels, et autres contenus.

Il existe par ailleurs différentes façons de catégorisation des medias sociaux ; leur typologie est parfois basée sur leur fonction principale ou leur but d'utilisation, tel que les blogs et les micro blogs à l'exemple de twiter, les réseaux sociaux à l'image de face book, la production collaborative de connaissances et leur partage tel que wikipedia, ou les plateformes de partage des contenus multimédia comme you tube, ou bien ceux de partage d'avis et d'opinions comme questions- réponses sociales et users reviews. (Kyung- sunkim et al, 2014, p 443).

1.2- La notion d'information sur la santé :

On relève la coexistence de deux types d'informations (Romeyer, 2012, p. 376) :

L'information médicale professionnelle, technique et scientifique, émanant des professionnels de la santé, est une information qui a trait aux données de santé qui concerne l'individu ou la population entière. Ce type d'information est généralement frappé du sceaux de confidentialité et de règles régissant leur conservation, leur communication et leur utilisation. (Romeyer, 2012, p. 376)

L'information de santé vulgarisée à destination du grand public, qui regroupe des données générales en dehors du professionnel de santé sur des sujets aussi variés que succincts, tels que la vaccination, la diététique.

1.3- Information sur la santé et complicités du virtuel

Les proportions d'utilisation d'Internet au sein des sociétés modernes, et la disponibilité des informations sur la santé sur le Web sont des facteurs à même de modifier le paysage de l'information dans le domaine sanitaire. (Jacobs, Amuta, & Chan Jeon, 2017).

Le médecin représentait une des sources professionnelles d'information sur la santé, mais les réseaux de transmission de connaissances en lien avec la médecine et la santé sont très variés, pour ne citer que ceux-là, l'on distingue l'observation et la reproduction de comportements qui peuvent faire partie d'un processus de socialisation au sein de la famille et de l'école, ou une diffusion plus large par le biais des medias traditionnels et innovants(Renahay, 2012, p. 15).

La tendance, aujourd'hui, est à l'intervention croissante de différents acteurs et consommateurs à travers l'usage des nouvelles technologies de l'information et de la communication (Romeyer, 2012, p. 376). Les récentes recherches sur ce sujet pointent sur les bouleversements qui touchent à cette information, surtout avec l'avènement de nouveaux acteurs dans la production de l'information sur la santé, qui a connu un net développement qualitatif et quantitatif. Ce qui pose vraiment un problème de sa maîtrise, qui devient de plus en plus difficile, parce qu'elle échappe aussi bien au seul secteur médical qu'à l'Etat. Car l'information sur la santé représente l'un des sujets importants discutés sur internet par des usagers aux caractéristiques très variées (Navya, Kumar, & Dilipkumar Janodia, 2017, p. 267).

Ainsi, l'information sur la santé en ligne est associée à divers acteurs, et provient de divers sites, tels que les Sites Web gérés par plusieurs organisations, les pages d'accueil, des individus et des médecins, les supports de groupes pour

l'échange des informations en ligne, les blogs gérés par les défenseurs de la santé, les personnels soignants, et ceux qui cherchent à être assistés. (Yifeng & S. Shyam, 2010, p. 106)

L'association des medias sociaux et information médicale a, nettement, changé les attitudes et le comportement des individu concernant cette question aussi vague, puisque , l'introduction de ces nouveaux outils de communication influe directement sur l'examen des patients, c'est pourquoi, on remarque le nombre croissant des patients à la recherche d'informations sur la santé en s'appuyant sur les sources d'internet, et de conversations à deux sens, qui engagent entre autres, les fournisseurs prestataires de soins sanitaires et les patients. (Navya, Kumar, & Dilipkumar Janodia, 2017, p. 267). Yifeng et Shyam, notent que quand vous posez la question aux individus concernant la source d'articles qu'ils ont lus, plusieurs réponses sont données, telles que : « le médecin », « le blog », « des blogs de médecins », ou bien simplement « l'internet ». (Yifeng & S. Shyam, 2010, p. 106).

1.4- Les différents types de sources d'informations médicales sur internet :

L'information médicale sur internet se trouve reliée à divers acteurs, et provient de divers sites, tels que les Sites Web gérés par des organisations, les pages d'accueil des individus et des médecins, les supports de groupes en ligne, les blogs gérés par les défenseurs de la santé, les personnels soignants et les malades. (Yifeng & S. Shyam, 2010, p. 106)

2- La recherche active de l'information sur la santé en ligne :

La composante des moyens de diffusion de l'information sur la santé englobe l'idée de recherche active d'information sur internet. L'augmentation des services interactifs et de sites dédiés à la santé et au bien être semble coïncider avec le désir des patients d'assumer plus de responsabilité dans la gestion de leur propre

santé, ce qui renforce, bien entendu, l'idée du consommateur actif de soins et d'informations de santé. (Renahay, 2012, p. 15)

La différenciation soulignée dans les recherches sur l'information de santé, entre l'information médicale stricte et professionnelle, et celle dite « de santé », fait surgir un autre débat sur la légitimité de l'information relative aux sujets de santé. Il faut signaler, en outre, que l'information médicale et l'information de santé sont deux types d'informations différentes, puisqu'elles ne peuvent pas se prévaloir de la même légitimité. (Romeyer, 2012, p. 376).

Or, le débat sur les medias sociaux et l'information sur la santé, a débouché, sur le néologisme médecine 2.0 et santé 2.0, qui transcende les comportements de recherche d'information sur le web, permettant en quelque sorte une certaine ouverture et une égalité des chances, du fait du pouvoir des usagers des contenus portant sur la santé, sans se soucier de l'expérience professionnelle, ou de connaissances des pairs dans ce domaine. (Dalmer, 2017, p. 62)

Le comportement de recherche d'information sur la santé fait référence aux différents moyens employés par les individus dans leur recherche, les risques y afférents, leurs maladies, et les comportements de prévention et de protection de leur santé. (Jacobs, Amuta, & Chan Jeon, 2017, p. 02).

Par ailleurs, il faut dire que, si l'information sur la santé disponible sur internet semble fluctueuse du moins sur le plan qualitatif, néanmoins, l'engagement pour sa recherche, et les compétences requises pour cet objectif n'est pas le même pour tous les usagers du Net. Les recherches reviennent justement sur ce point pour débattre des problèmes rencontrés dans le processus de la recherche des informations sur le web. Sans être exhaustives, ces recherches signalent des aléas liés à la difficulté de transcrire correctement les termes médicaux, l'aptitude

des usagers à construire et suivre un processus de recherche, les problèmes de description des symptômes relatifs aux maladies et aux situations médicales, ainsi que, l'aptitude liée à déterminer l'information appropriée parmi celles fournies par les moteurs de recherche, ou à trouver des sources fiables et de confiance. (Lunkenbill & Froling Irmouth, 2010, p. 72).

A la marge de ces problèmes, le comportement de recherche d'informations sur la santé en ligne peut être expliqué également par des facteurs psychologiques et sociologiques. Les études sur ce sujet suggèrent que l'anxiété liée à la santé, l'auto-efficacité, le névrosisme et l'efficacité d'internet, sont aussi des facteurs psychologiques qui pourraient prédire l'usage d'internet pour la recherche d'information sur la santé. (Jacobs, Amuta, & Chan Jeon, 2017, p. 02)

Derrière l'identification des facteurs psychologiques et sociologiques qui influent sur le choix d'une source particulière, les chercheurs considèrent, qu'il est particulièrement important d'examiner le contexte dans lequel la recherche d'information sur la santé survient. Car, les individus peuvent bien être motivés par la perception de leur propre santé, de leur état de santé au moment de la recherche d'information, et de l'historique de santé familiale. (Jacobs, Amuta, & Chan Jeon, 2017, p. 03)

Les facteurs sociaux, notamment démographique et le style de vie liés à la recherche d'information sur la santé en ligne regroupent les variables du sexe, de niveau d'éducation et l'âge des individus. (Jacobs, Amuta, Chan Jeon, 2017, p. 02). Les variables géographiques, démographiques, et celles- liées aux niveaux d'éducation sont considérés comme des facteurs influents sur la capacité à utiliser les informations sur la santé. Ajoutons à cela, les caractéristiques personnelles, émotionnelles et cognitives, qui sont des variables ayant un impact majeur sur

le comportement de recherche d'information dans ce domaine. (Cullen, 2006, p. 139).

En se basant sur la littérature de la psychologie, de la recherche sur les consommateurs, les recherches sur les systèmes d'information, et celles portant sur la communication sanitaire (médicale), les chercheurs sont arrivés à développer des modèles qui définissent les variables contextuelles en relation avec les besoins d'information, et les variables qui interviennent dans le processus de recherche d'information. (Cullen, 2006, p. 139) .

2.1- Les facteurs qui influent sur la hausse de l'usage de l'information sur la santé sur internet : (Cullen, 2006, pp. 148149-)

- L'augmentation du nombre des personnes âgées qui ont des capacités avérées pour l'utilisation d'internet, dont les besoins en matière de santé sont élevés.
- Les efforts consacrés par les différentes compagnies d'assurance à amener leurs souscripteurs et patients sur le Web.
- L'exhaustivité, la commodité, la rapidité et l'anonymat de l'internet comme environnement d'information.

2.2- Les facteurs influençant les connaissances sur la santé :(Lunkenbill & Froling Irmouth, 2010, pp. 7172-)

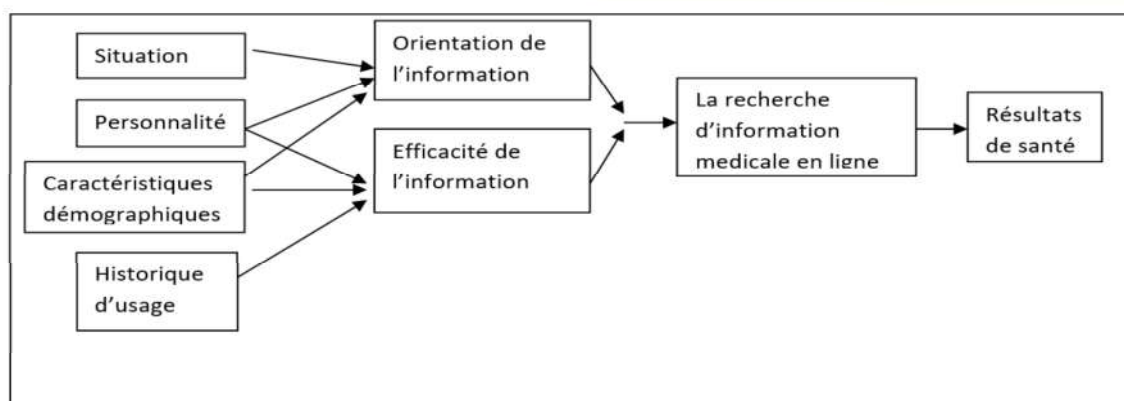
- L'aptitude à lire et à écrire, et l'habilité des parents à lire et à écrire.
- L'évaluation de la crédibilité des informations médico-sanitaires.
- Le pouvoir de penser de manière critique sur l'information médicale.
- L'accès et l'évaluation de l'information médicale
- L'acquisition et la place de l'information médicale dans les activités

quotidiennes et dans la vie sociale des gens.

2.3- Les problèmes rencontrés lors de la recherche des informations sur le web: (Lunkenbill & Froling Irmouth, 2010, p. 72)

- La transcription des termes médicaux correctement.
- L'aptitude de construire un processus de recherche.
- La description des symptômes de la maladie et les situations médicales.
- L'aptitude de déterminer l'information appropriée parmi celles fournies par les moteurs de recherche.
- L'aptitude à trouver des sources fiables et de confiance.
- Les informations disponibles sur internet ne sont pas toujours justes et précises, et elles ne sont non plus indemnes de biais commerciaux et personnels de sources, ce qui les rend non adéquates pour prendre des décisions médicales. (Lunkenbill & Froling Irmouth, 2010, p. 72).

Le model intégratif de recherche d'information médicales en ligne. (Spink & Zimmer, 2008, p. 243)



Les contributeurs clés pour la recherche des informations sur la santé d'après le model intégratif de recherche d'informations médicales en ligne sont la motivation et l'aptitude. Les facteurs de personnalité et de situations spécifiques conduisent à la motivation de procéder au traitement de l'information relative à la santé sur internet. Cette motivation combinée avec l'efficacité du consommateur façonnent les usages du medium pour la santé, et les individus qui se perçoivent comme des sujets à risque élevé sont plus enclins à rechercher et traiter les informations relatives à leurs maladies.

Les orientations de santé qui représentent un indicateur pour l'intérêt intrinsèque du consommateur aux sujets de santé contribuent à la motivation générale de chercher après l'information sur la santé. Comparativement aux individus moins soucieux de leur santé, les consommateurs soucieux de leur santé sont plus susceptibles de rechercher des informations sur internet.

Derrière le rôle des facteurs circonstanciels, la motivation, est aussi, guidée par des variables démographiques. Par exemple, les individus ayant un faible statut socioéconomique ont des niveaux inférieurs d'orientation envers les sujets de santé. De ce fait, ils sont moins motivés pour s'intéresser aux informations sanitaires, et ce, par rapport à ceux ayant des statuts socioéconomiques plus élevés. D'ailleurs, cela s'explique par leur perception de la limitation des opportunités d'apprentissage disponibles dans les ressources.

3- Information sur la santé sur les medias sociaux et postulats de crédibilité

3.1- Information sur la santé, rôles et limites des medias sociaux durant la crise de la Covid 19

La demande sur l'information de santé est relativement élevée durant les périodes de crises sanitaires. Le nombre de sources pour ces informations tend

à s'élever, et leur importance s'intensifie. Par contraste à cela, toute campagne d'information incomplète ou inconsistante, et non crédible hypothèque la relation de confiance entre les individus et les sources d'informations.

Les medias sociaux constituent dans telles situations des sources d'informations incontournables aux yeux de différents types d'intervenants dans le domaine de la santé publique, ainsi que, pour les usagers des plateformes numériques. La crise de la Covid 19 avait exigé, dès son apparition, l'amorce de processus d'information, de communication et de sensibilisation multi niveaux, excluant l'alternative de la communication personnelle ou de groupe en face à face, dans ses deux variantes verticale et horizontale, entre les différents acteurs concernés, et la distanciation sociale et physique, étant avancées comme solutions pouvant jouer en faveur du ralentissement de la montée de la pandémie de la Covid 19 . Les medias sociaux sont, de la sorte, hissés au même titre que les medias traditionnels aux rangs de canaux de diffusion et de partage d'informations par excellence sur la Covid 19, et la santé en général.

Les limites ressorties de l'usage des medias sociaux durant la crise de la maladie de la Covid 19 :

Les risques encourus par les individus en se fiant à des informations dénuées de crédibilité sur les medias sociaux seraient de mise, et débordent sur des phénomènes d' « infodémie », de désinformation et de « misinformation ».

Avec la progression rapide de la pandémie de la Covid 19, un phénomène d'infodémie est apparu. Il est défini comme épidémie de misinformation et de désinformation que l'on qualifie de tsunami d'informations à l'intention du public prodiguées sous forme d'avis d'experts sur des bases théoriques erronées, et des conseils mi élaborés, des remèdes miracles, et des rumeurs sur les plateformes

des medias sociaux. Les contenus résultés du rôle central joué par les medias sociaux durant cette pandémie sont donc qualifiés d'infodémie.

Une distinction entre misinformation et désinformation a, par ailleurs, été avancée par les spécialistes. La misinformation est définie comme liée à des informations fausses et incorrectes qui sont partagées sans qu'elles soient générées par des intentions de nuire aux personnes. La désinformation serait quant à elle définie comme des informations fausses et incorrectes qui sont partagées dans le but de nuire à autrui, elle est définie en termes de toute allégation faite en relation avec la santé, et qui s'avère fausse sur la base du consensus scientifique actuel. La désinformation représente un risque pour la santé en général car elle interfère avec les recommandations scientifiques et médicales, et altère l'aptitude des individus à prendre des décisions appropriées en matière de santé, et influe sur les comportements des individus en matière de santé.

Les recherches menées sur le phénomène de désinformation durant la période de la Covid 19, ont découvert que certaines croyances liées à la désinformation sont associées à une moindre connaissance de cette maladie, ainsi qu'une faible adhésion aux comportements préventifs. L'exemple illustre dans ce sillage serait celui que nous venons d'évoquer dans l'énoncé de l'introduction de cette étude. Celui la a trait à la vaccination, et l'on considère que les medias sociaux y sont des terrains fertiles pour la désinformation.

3.2- La crédibilité de l'information sur la santé, medias sociaux et complexité des sources sur le web

Les individus s'orientent vers l'internet et les medias sociaux grâce à leur disponibilité à tout moment. Ces médias sont vus par les e patients/usagers comme offrant de réponses à leurs questions embarrassantes et urgentes. (Krisandra s.

Freeman and Jan H. Spyridakis, 2004, p 239).

La notion de crédibilité : Certains chercheurs considèrent la crédibilité comme une caractéristique définie par les jugements du lecteur. En effet, elle n'est pas une propriété objective d'une source d'information, mais elle est perçue comme une qualité ou une valeur qui, ne se limite pas ni à une personne, ni à une information ou un objet.

Hovland et Weiss, ont souligné, dans leur illustre définition que la confiance et l'expertise sont les deux principales composantes de la crédibilité. La confiance fait référence au caractère de moralité chez la source de l'information, qui peut être définie en termes de bonnes intentions, de vérité, et d'impartialité. S'agissant de l'expertise, celle-ci, réfère surtout aux connaissances avérées perçues chez la source, et cela peut être décrit en termes de réputation, de compétence, et d'être bien informé.

La crédibilité de l'information en ligne est connue pour être affectée par des caractéristiques qui ont trait à différentes sources. Ces sources web, associant les medias sociaux, font référence aux sources qui publient des informations sur la santé, tels que les propriétaires de sites web et de pages personnelles sur les plateformes des medias sociaux, les auteurs qui donnent l'information par écrit ou par voie orale, et des vidéos, les personnes qui génèrent de l'information ou qui sont originaires de l'information insérée dans un texte, ou un autre contenu, tels que les scientifiques, ainsi que les différents canaux et supports technologiques de la communication à travers lesquels l'information sur la santé est donnée.

Les études menées dans ce sens indiquent une étroite relation entre l'évaluation des sources de l'information à différents niveaux, et l'évaluation de la crédibilité de l'information donnée par l'une de ces sources particulières.

La crédibilité comme postulat d'autorité cognitive: Si l'on se réfère à l'idée de Soo Young Rieh, la crédibilité est l'une des facettes de l'autorité cognitive (Soo Young Rieh p 153). Patrick Wilson suppose que les individus arrivent à avoir des connaissances sur le monde en suivant deux voies différentes. La première voie fait référence à leur expérience personnelle appelée « first hand expérience », la seconde nommée « the second hand expérience from others », englobe l'idée pour les personnes d'avoir appris à travers les autres. Cette autorité dite cognitive renvoie aux influences que l'on croit légitimes et appropriées sur la base de la réception d'informations jugées crédibles et dignes de foi, elle conceptualisée par l'ampleur à laquelle les utilisateurs pensent pouvoir faire confiance à des informations ou à des énoncés émanant de sources diverses, car les individus, selon Patrick Wilson, ne considèrent pas toutes les informations qu'ils entendent comme égales en fiabilité, et sauf les individus qui savent sur quoi ils parlent sont reconnus comme des autorités cognitives, et ils sont reconnus comme cela parce qu' ils sont considérés comme crédibles et dignes de foi, ils sont aussi perçus comme particulièrement capables d'influencer les croyances et les pensées des autres dans les autres domaines d'intérêt particuliers.

Cette autorité cognitive d'une nature particulière serait selon Patrick Wilson différente des autres types d'autorités, telles que l'autorité administrative qui implique une reconnaissance d'un droit à la personne occupant une certaine position, sans la limiter aux personnes car, elle peut en même temps être reconnue à des livres, des instruments, des organisations, et à des institutions. Les chercheurs écartent par le même énoncé l'idée de limiter l'autorité cognitive aux individus, puisque cette autorité peut s'élargir aux autres sphères comme les institutions, les sources d'information, tels que les journaux de qualité. (Soo young Rieh pp 146153-).

Dans le cas des medias sociaux, l'autorité cognitive peut être liée aux qualifications du créateur du contenu de la source en rapport avec ses affiliations institutionnelles, qui peuvent correspondre et répondre aux attentes d'une communauté dans une discipline donnée (Cognitive authority in social media p2) L'autorité cognitive réfère aux connaissances que l'on se procure à travers autrui (second hand knowledge). La caractéristique essentielle de l'autorité cognitive c'est qu'elle est basée sur l'information et non pas sur la position, comme c'est le cas pour l'autorité administrative.

L'autorité cognitive est reliée à la crédibilité, et les gens se tournent selon Patrick Wilson aux autorités cognitives pour avoir des informations ou pour des conseils. Les autorités cognitives sont évaluées sur la base des besoins individuels en informations et le contexte d'utilisation de ces dernières, et cela prédit que l'autorité cognitive est contextuelle et construite. Les individus perçoivent que leurs fournisseurs d'informations et de conseils comme des autorités cognitives dans le domaine ou leur besoins d'informations sont nés.

La performance et le succès sont encore d'autres critères que les individus prennent en considération pour juger les autorités cognitives, avec l'expertise (Huotari, M.-L). Pratiquement synonyme de la notion d'influence choisie, l'autorité cognitive est dépendante de la crédibilité, et de la réputation, deux critères de base sans lesquels la confiance nécessaire à l'exercice de l'influence ne pourrait s'établir dans le domaine de la construction du savoir (Evelyn Broudoux (2007).

Les facteurs contextuels et le jugement de la crédibilité de l'information de santé sur les medias sociaux : (Heejunkim, 2019 pp 4250-).

La crédibilité est vue dans le contexte de la psychologie sociale et de la communication comme un jugement subjectif qu'elle ne pourrait être un attribut

de l'information elle-même. Cette crédibilité est évaluée par les usagers des medias sociaux différemment selon le contexte. Parmi les variables contextuelles pouvant influencer sur la perception de la crédibilité de l'information de santé sur les medias sociaux, l'on cite, entre autres, le sujet l'information lui-même, les connaissances antérieurs des usagers, et le type de media social.

Le sujet de l'information de santé : les individus ont généralement des besoins très variés en matière d'informations. Cela s'applique, aussi bien, à l'information sur la santé. L'intérêt des individus pour cette information varie selon son sujet qui correspondrait à leurs besoins. Selon le sujet de l'information, l'importance des besoins en informations change, et les individus n'hésitent pas à consacrer plus de temps pour repérer les informations crédibles qui correspondent avec leurs besoins en informations.

Les connaissances antérieures : en essayant de justifier la théorie de l'autorité cognitive, Patrick Wilson et Riehont démontré que les usagers du web jugent la qualité de l'information et l'autorité cognitive selon leurs connaissances précédentes, les caractéristiques des sources de l'information, et les objets de l'information. Helligos et Rieh soulignent aussi que le recours aux connaissances personnelles dans l'évaluation de l'information serait la méthode principale pour les usagers dans leurs interactions avec le contenu de l'information. Les recherches suggèrent que les jugements de crédibilité sont généralement influencés par les connaissances des individus, et que les usagers aux niveaux de connaissances différents seraient susceptibles d'utiliser différents critères pour juger de la crédibilité.

Le type du media social : selon le type de media social, le but et les environnements d'utilisation sont différents.

Conclusion :

Les medias sociaux et la médecine 2.0 avaient permis aux usagers de l'internet la mise en ligne des informations sur pandémie de la Covid-19. Dans ce contexte de la médecine et de la science, la crédibilité de l'information sur la santé, devrait être associée trouve aux caractéristiques de la source dont elle dépend, et qui se distingue par son statut d'autorité cognitive.

L'intérêt des usagers des medias sociaux et des e-patients pour des informations sur les mystères qui entourent la maladie de la Covid 19 peut renforcer la tendance à la recherche de ces informations lorsqu'il se conjugue avec certaines raisons et des motivations contextuelles, individuelles et collectives, au détriment de l'identification des statuts de leurs sources et de l'évaluation de leur crédibilité.

La maladie de la Covid 19 avait par ailleurs mis l'association crédibilité et autorité cognitive à rude épreuve pour qu'elle finisse en paradoxe, comme il peut se comprendre dans les débats sur vaccination contre cette maladie. L'absence de consensus entre les médecins à travers le monde sur cette question, et les réticences contre cet acte médical chez beaucoup d'entre eux en est un exemple marquant. Ce phénomène de divergence d'avis entre les médecins et l'intervention croissante de différents acteurs et consommateurs à travers les medias sociaux peut influencer sur la perception de leur statut d'autorités cognitives, ainsi que leur crédibilité, au moins en ce qui concerne leurs énoncés d'informations qu'ils prétendent défendre au sujet de la maladie de la Covid-19. A cela s'ajoute un risque accru pour les usagers des medias sociaux soucieux d'une information sur cette maladie, qu'ils se fient à des informations dénuées de crédibilité, devant l'émergence des phénomènes d'« infodémie », de désinformation et de « misinformation » sur les medias sociaux.

Bibliographie:

1. Bonnici, Laurie J . (2016) "Subjectivity Filtering: Finding Cognitive Authority in Online Social Media Opinion Posts," Proceedings from the Document Academy: Vol. 3 :Iss. 2 , Article 13.DOI: <https://doi.org/10.35492/docam/313/2/>. Available at: <https://ideaexchange.uakron.edu/docam/vol3/iss213/>.
2. Cullen, R. (2006). health information on the internet: a study of providers, quality, and users. Westport: Praeger.
3. Dalmer, N. (2017, january). Questioning reliability assessments of health information on social media. Journal of the médical library association.
4. Evelyne Broudoux (2007), Construction de l'autorité informationnelle sur le web. A Document (Re)turn: Contributions from a Research Field in Transition. https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00120710.
5. Heejunkim (2019), credbilityassesement of health information on social media, discovering credibility factors, operationalization and prédiction. A dissertation for the degree of doctor of philosophy, university of North Carolina, usa.
6. Huotari, M.-L. (in press). Cognitive authority and health information literacy. In A.-K. Mayer (Ed.), Health literacy across the life span. Lengerich: Pabst Science Publishers.
7. Jacobs, W., Amuta, A. O., & Chan Jeon, K. (2017, March 13). Health information seeking in the digital age: An analysis of health information seeking behaviour among US adults. London.
8. John Robert Bautista and al (2021); US Physicians' and Nurses' Motivations, Barriers, and Recommendations for Correcting Health Misinformation on Social Media: Qualitative Interview Study, JMIR Public Health Surveill; 7(9):e27715) doi: 10.219627715/.

9. Krisandra s. Freeman and Jan H. Spyridakis,(2004), An Examination of Factors That Affect the Credibility of Online Health Information, Technical Communication (Washington).
10. Kung, L., Picard, R. G., & Towse, R. (2008). The internet and the mass media. London: Sage publications Ltd.
11. Kyung – sun kim, and al, (2014), undergraduates use of social medias as information sources, college and research librairies.
12. Lunkenbill, W. B., & Frolinglmouth, B. (2010). Health information in a changinworld : practical approaches for teachers, school librarian. California: Librairies unlimited.
13. Navya, B., Kumar, M., & DilipkumarJanodia, M. (2017, April-june). Use of Social Media for Seeking Health Related Information – An Exploratory Study. journal of young pharmacits , pp. 267271-.
14. Renahay, E. (2012). les inégalités sociales face à l'internet-santé, enseignement tirés d'enquêtes internationales. Dans ; Josef J Levy ; Christian Thoer ; Internet et santé : acteurs, usages et appropriations. Québec: Presses de l'université du Québec.
15. Romeyer, H. (2012). la médiatisation technique de la santé. In BernarMiège ; Dominique Vink ; Les masques de la convergence : enquêtes sur sciences, industries et aménagements. Paris: éditions des archives contemporaines.
16. Soo Young Rieh (2002), Judgment of Information Quality and Cognitive Authority in the Web, JOURNAL OF THE AMERICAN SOCIETY FOR INFORMATION SCIENCE AND TECHNOLOGY, 53(2):145–161.
17. Spink, A., & Zimmer, M. (2008). Web search, multidisciplinary perspectives. Berlin: Spriger.

18. Sung Un Kim and Sue YeonSyn, (2016), Credibility and usefulness of health information on Facebook: a survey study with U.S. college students, information research, VOL. 21 NO. 4
19. Yifeng, H., & S. Shyam, S. (2010). Effects of Online Health Sources on Credibility and Behavioral Intentions. communication research , pp. 105132-.