

# Société De La Surinformation : Etude De La Problématique De L'Infodémie Sur La Vaccination De Covid-19 En RDC

Gloire Kitambala Efoto

Chercheur et Doctorant à l'Université de Kinshasa, Faculté des Lettres et des Sciences Humaines,  
Département des Sciences de l'Information et de la Communication.

kitambalag@gmail.com



**Résumé** – Cette étude descriptive et analytique vise à s'interroger sur la problématique de l'infodémie sur la vaccination de covid-19 en République Démocratique du Congo. A l'ère du numérique, la société de la surinformation est inéluctable comme l'affirme Joël de Rosnay qui soutient que l'on vit « une nouvelle forme de pollution des cerveaux par l'excès d'information » qui engendre plusieurs conséquences négatives et positives. Dans le domaine de la santé, les effets de cette société ont donné naissance à un phénomène appelé « infodémie ». En République Démocratique du Congo, les vaccins contre la Covid-19 ont connu plusieurs résistances dues à cause des infodémies. A travers cet article, nous réfléchissons sur les faits qui sont au cœur des obstacles à la vaccination afin de mieux les gérer pour une bonne promotion des vaccins Covid-19.

**Mots clés** – Société De La Surinformation, Infobésité, Infodémie, Vaccin, Covid-19.

## INTRODUCTION

Pendant plusieurs années, le domaine de la santé était méconnu des systèmes informationnels modernes. En effet, l'appropriation des Technologies de l'Information et de la Communication au domaine sanitaire connaît un développement rapide qui a entraîné des bouleversements importants dans le chef des acteurs du système de santé. Elle a engendré un changement progressif de l'information médicale à l'information de santé (Romeyer, 2008).

La pratique communicationnelle bousculée depuis l'avènement de l'internet n'a pas épargné l'information de santé. Cette dernière doit être comprise comme réponse aux appétits des décideurs, des professionnels et des usagers et comme boussole pouvant les orienter et les guider lorsqu'ils semblent soucieux, désorientés face à l'infobésité, à la dissémination et à la multiplication des sources informationnelles.

L'émergence du web social a fait évoluer les modèles de communication de manière remarquable. L'initiateur d'un message peut être n'importe qui, n'importe où. L'internaute choisit le moyen par lequel il va interagir avec les autres. Le web social témoigne et participe dans l'avènement d'un paradigme communicationnel nouveau avec le passage d'une communication verticale à une communication horizontale ou « many to many ». Le message n'est plus élaboré par les producteurs finaux mais par les utilisateurs finaux. Il a également donné lieu à une explosion de la quantité d'information plus informelle et instantanée. Il a métamorphosé le paysage informationnel et sa compréhensibilité (Kitambala, 2022).

L'information de la santé dont la première fonction est celle d'aider l'acquisition d'un langage commun dans l'objectif du partage et de la transmission d'une connaissance et d'un savoir s'est détournée depuis l'essor de l'internet. Les questions sur la santé deviennent de plus en plus préoccupantes avec la prolifération des épidémies, dont la plus récente qui a fait état de plusieurs morts est la covid-19 à laquelle le monde fait face depuis près de trois ans. Alors que le monde se cherche à

vaincre cette épidémie avec le vaccin, la société actuelle, dite société de l'information, avec sa multitude d'informations, infobésité, a donné naissance à une autre épidémie appelée « infodémie » comprise comme la propagation rapide et large d'un mélange d'informations à la fois exactes et inexacts sur la vaccination, qui s'est érigée comme une arme luttant contre le vaccin.

Ces faits, ces rumeurs, ces surinformations et ces craintes autour du vaccin se fusionnent et s'éparpillent de sorte qu'il devient impossible et difficile d'avoir les informations exactes sur le vaccin censé apporter solution sur la Covid-19. Depuis l'apparition de cette épidémie en République Démocratique du Congo le 8 mars 2020 et l'annonce du vaccin, plusieurs informations exactes et non exactes, des rumeurs ont circulé sur l'existence et l'inexistence de cette épidémie, sur la prise du vaccin qui est mortelle pour les uns et préventive pour les autres contredisant la communication publique du gouvernement qui est faite dans l'objectif de sensibiliser la population à changer de comportement et à la persuader à se faire vacciner.

A cette ère de la société de l'information et l'infobésité, notre réflexion porte sur la problématique de l'infodémie sur la vaccination de covid-19 en République Démocratique du Congo. En dépit de l'infodémie, la communication reste la sève qui nourrit toute structure et un pilier capital dans la lutte contre la propagation de l'épidémie de covid-19. Cette communication pour la santé doit être participative et impliquée tout le monde. Elle est comprise comme l'étude et l'usage de stratégies de communications interpersonnelles, organisationnelles et médiatiques visant à informer et à influencer les décisions individuelles et collectives propices à l'amélioration de la santé (Renaud, 2007). Ainsi, nous étudierons comment l'infodémie influe sur la vaccination et en devient obstacle en RDC et comment y contourner.

Notre démarche s'inscrit dans une approche ethnographique. Quant au cadre théorique, notre étude s'appuie sur la théorie de l'appropriation et de l'usage des Technologies de l'Information et de la Communication telle que développée par Serge Proulx qui montre les multiples manières dont les groupes sociaux s'emparent d'une innovation et pense que l'utilisateur s'approprie l'objet technique en le personnalisant à des buts et acquiert une maîtrise et transforme les protocoles pour transiger correctement avec l'objet technique (Proulx, 2001).

Notre recherche sera articulée autour de trois grands points : le premier porte sur les approches définitionnelles ; le deuxième aborde la question liée aux obstacles à la vaccination et enfin le troisième et le dernier repose sur la gestion des infodémies à l'ère du numérique.

## **I. APPROCHES DÉFINITIONNELLES**

### **I.1. Société de l'Information et Infobésité**

Avant de définir la société de la surinformation, nous allons d'abord parler de la société de l'information en apportant des éclairages sur le concept de société et celui de l'information. En effet, Raymond Ruyer dit que « le mot information, dans son sens usuel, paraît nécessairement comporter un élément de conscience et de sens, et même cet élément semble essentiel. Nous cherchons à être bien informés sur la vie politique, sur les progrès de la technique, pour le simple plaisir de savoir. L'information, au sens ordinaire du mot, est la transmission à un être conscient d'une signification, d'une notion, par le moyen d'un message plus ou moins conventionnels et par un pattern spatio-temporel : imprimé, message téléphonique, onde sonore, etc. » (Ruyer, 1954).

Le concept information joint à celui de société forme un néologisme, la société de l'information, consacré par la société postindustrielle que nous connaissons aujourd'hui. Ce néologisme renferme l'idée d'un contexte social à l'échelle mondiale caractérisé par la production, la conservation, la transmission et la consommation des données. Cette société se présente ainsi comme une société dominée par l'information.

A en croire José Luis Garcia, « ces transformations ont fait l'objet d'interprétations fondées sur l'idée que nous serions à l'aube d'un âge de l'information catalysé par des machines intelligentes. Norbert Wiener, mathématicien nord-américain et l'un des fondateurs de la cybernétique, avait envisagé la communication comme une caractéristique de l'être humain et un dispositif de transformation de la société. Inspiré par la machine de Turing (automate fictif universel, capable d'effectuer tous les calculs) postulant que l'intelligence est un moyen de traitement et d'échange de l'information, Wiener affirme que c'est dans la résolution de problèmes d'ordre informationnel que l'on trouve la clé de tout conflit social. Idéalement, dans la « société de la communication », l'information circulerait sans entraves, notamment du pouvoir ou de l'argent, ce qui représenterait ainsi une incitation au partage. Les valeurs phares d'une telle société seraient la rationalité et la transparence. Cet imaginaire utopique de la

communication a été remis en question par Philippe Breton notamment, qui insiste sur la promesse d'une telle société érigée essentiellement sur des fondements technicistes » (Garcia, 2014).

C'est dans la vision prospective du sociologue Daniel Bell que l'idée d'une société de la communication avait vu un écho dans la vision. Bell soulignait l'expansion rapide du secteur des services et la mise en valeur, par le marché, de compétences théoriques et techniques. « C'est ce nouvel ordre économique et social, ayant lentement émergé après la Seconde Guerre mondiale, que veut désigner le concept de société postindustrielle ». Bell a diagnostiqué la « fin de l'idéologie comme caractéristique centrale de la société postindustrielle dans laquelle les doctrines organisationnelles de gestion sociale joueraient un rôle régulateur. Une dématérialisation du processus d'accumulation du capital est insinuée dans cette société postindustrielle, en même temps que l'importance corrélative de facteurs intangibles grandit comme le sont l'information et la connaissance ». L'analyse de Bell converge avec l'idée d'une « économie de l'information » (Garcia, 2014).

Dans leur article sur la société de l'information et infobésité : perceptions et représentations croisées, Marie Reibel et Nadine Desrochers évoquant Serge Proulx, Miège et d'autres auteurs disent que la société de l'information est « un concept multiple qui renvoie à différentes réalités, d'où son caractère ambivalent ; il produit de longues controverses jusqu'à ce jour encore discutées » (Reibel, 204).

Pour les auteurs, « tout comme le concept de société de l'information, le phénomène d'infobésité est multidisciplinaire et comporte une charge symbolique significative. Les objectifs de productivité ont encouragé les entreprises à s'intéresser au phénomène depuis longtemps déjà et le contexte salarial est un milieu souvent étudié. C'est un phénomène qu'on tente de mesurer ou de contourner. La surcharge d'information et le sentiment d'angoisse qui en résulte ne sont pas nouveaux. Déjà étudiée par Charles O'Reilly, qui s'intéressait aux réactions individuelles face au phénomène, l'évaluation de la perception de l'infobésité tend à se répandre à différentes échelles » (Reibel, 204).

Ainsi, pour notre part, nous définissons la société de l'information comme étant une société humaine hyperconnectée et smartphonisée dans laquelle l'enjeu n'est pas d'être le premier à détenir l'information mais plutôt le premier à la partager du fait de l'infinité informationnelle et de l'opportunité de tous de la créer, de l'user et de la partager. Le désavantage de cette société réside dans le flux d'informations qu'elle génère, elle provoque des asymétries informationnelles. L'infobésité est donc le flux d'informations vécu dans la société d'information créant ainsi des iniquités informationnelles.

La société de la surinformation n'est que rien d'autre que cette société de la surcharge informationnelle. C'est la société où le peuple est surabondé par les informations qui lui viennent de partout notamment la télévision qu'il regarde, le téléphone qu'il utilise, la radio et les autres canaux de communication voire même les personnes qui l'entourent engendrant ainsi ce que l'on a appelé « infobésité ». C'est une société qui est caractérisée par un écosystème informationnel multidimensionnel.

## **I.2. Infodémie**

Selon un article partagée par l'organisation mondiale de la santé, l'infodémie est définie comme « une surabondance d'informations, tant en ligne que hors ligne. Elle se caractérise par des tentatives délibérées de diffuser des informations erronées afin de saper la riposte de santé publique et de promouvoir les objectifs différentes de certains groupes ou individus. Les informations fausses et trompeuses ainsi diffusées peuvent nuire à la santé physique et mentale des individus, accroître la stigmatisation, menacer de précieux acquis en matière de santé et de conduire à un non-respect des mesures de santé publique, réduisant par là-même leur efficacité et compromettant la capacité des pays à enrayer la pandémie » (WHO, 2020).

## **I.3. Vaccin**

Un vaccin est un produit que l'on donne à une personne non malade. Il sert à préparer et à renforcer ses mécanismes de défense de manière à ce qu'elle soit prête et forte pour combattre un microbe spécifique ciblé, au cas où il venait à entrer dans son corps. Pour une maladie comme la COVID-19, la vaccination serait un moyen de prévention très efficace. Le vaccin est un moyen de protection contre les ennemis qui envahissent/attaquent le corps humain. Il nous aide à résister.

## **I.4. Covid-19**

SRAS-COV2 est le nom propre donné au microbe responsable de la COVID-19. Il est composé des trois éléments : SRAS, COV et 2. SRAS renvoie au syndrome respiratoire aigu sévère, COV fait allusion au coronavirus et 2 aides à distinguer d'un autre coronavirus qui était responsable d'une épidémie ayant des manifestations respiratoires sévères apparu en

Ce virus est appelé « Coronavirus » parce que quand on le regarde à partir du microscope, on voit qu'il est entouré d'une couronne. Il s'agit d'une famille des virus généralement appelés « les coronavirus » parce qu'ils se caractérisent par la présence d'une couronne qui les entoure. Chez l'être humain, plusieurs coronavirus peuvent causer des infections respiratoires dont les manifestations vont d'un simple rhume à des maladies plus graves (Muvudi, 2020).

## **II. INFOBÉSITÉ ET INFODÉMIE : OBSTACLES À LA VACCINATION**

La République Démocratique du Congo comme les autres pays du monde n'est pas épargné des handicaps de la société de l'information que nous pouvons appeler « société de la surinformation ».

Les vaccins contre la covid-19 existent depuis plus d'une année dans le monde entier, comme en République Démocratique du Congo. La découverte de ces vaccins a donné un peu d'espoir de sortir de cette crise qu'a traversé le monde entier. La RDC a été parmi les premières nations africaines à recevoir ces vaccins. La campagne de vaccination contre la covid-19 avait débuté le 19 avril 2021. Les premières personnes qui avaient reçu la première dose du vaccin AstraZeneca aux cliniques Universitaires de Kinshasa étaient le Ministre de la Santé, les diplomates accrédités en RDC, les particuliers du domaine de santé et d'autres personnes prioritaires.

Nonobstant l'arrivée de près d'un million de doses d'Oxford-AstraZeneca, fabriquées par le Serum Institute of India, le taux de vaccination en RDC demeure toujours faible, les résultats des études de plusieurs institutions font état qu'il y a des gens qui refusent de se faire vacciner contre cette épidémie. Moins d'un 1% des 53 millions de personnes éligibles à la vaccination sont totalement vaccinées contre le coronavirus (WHO, 2022).

Le refus à la vaccination est justifié par plusieurs facteurs dont les doutes sur les vaccins. Cela est aggravé par l'infobésité que connaît la société, la recrudescence des fausses informations et canulars circulant dans les réseaux sociaux et dans la communauté créant ainsi l'infodémie qui affecte les multiples actions sur la gestion de la covid-19.

Le déclenchement de fakenews et de nombreuses informations trompeuses sur les vaccins notamment le refus du Président de la République, Félix Tshisekedi de se faire vacciner ont été parmi les générateurs de l'infodémie. Le Chef de l'Etat ne cessait de critiquer le vaccin AstraZeneca et jusqu'à soutenir qu'il avait bien fait de ne pas se faire vacciner. Propos qu'il avait tenus le 01 juillet 2021 et qui avaient provoqué une vive polémique dans le pays et surtout sur la toile alors que le gouvernement aménageait des efforts pour faire accepter le vaccin dans l'opinion publique qui y demeurait méfiante.

A l'ère de la société de la surinformation, une société où tout le monde est créateur d'une information et où les contenus les plus viraux sont les contenus futiles, l'infodémie est devenue un des grands défis auquel les décideurs du système sanitaire font face. L'infodémie avait sapé la confiance de la population dans la vaccination et fait que la cible n'est jamais atteinte. L'internet et l'essor du numérique sont des facteurs qui permettent la diffusion d'informations mais aussi de l'infodémie. De nombreuses fausses informations se diffusent sur les réseaux sociaux, les médias en ligne.

En RDC, Facebook, Whatsapp, les émissions youtube et twitter sont les moyens et les principaux canaux par lesquels la population diffuse et reçoit les informations sur la covid-19. Dans ce lot d'informations, il y a des vraies et des fausses informations. Ce milieu est favori pour la propagation de l'infodémie dans la mesure où les internautes congolais n'ont pas encore la capacité de faire le distinguo entre les faits, les rumeurs et les fakenews prenant ainsi pour vraie toute sorte d'information qu'ils reçoivent. Comme partout au monde, en RDC aussi fait partie de ces pays où la propagation de l'infodémie est exaspérée par les agents publics dont la majorité ignore la science et a de mauvaises stratégies de communication de crise. L'infodémie a été aussi largement propagée par les religieux qui, selon eux, pensent que le covid-19 avait un caractère diabolique et qu'il faut la combattre par la prière et non le vaccin qui est aussi l'œuvre du diable. Au lieu de déployer de sérieux efforts et pousser la population à la vaccination, certains responsables des églises et religieux ont sous-estimé la propagation de covid-19 quand les experts la prévenaient.

L'infodémie sur les vaccins contenant des puces a été majoritairement partagée, approuvée et répétée par les religieux qui en ont joué un rôle d'amplificateur. Il faut noter qu'en RDC, l'amplification de l'infodémie a été due par plusieurs causes :

- Notre instinct humain est souvent curieux sur des choses qui engendrent la peur : la peur de mourir avait caractérisé l'homme congolais que nombreux avaient pris comme refuge la prière sans penser aux vaccins qui sont un remède pouvant prévenir cette épidémie ;
- L'émergence des TIC rend la diffusion de l'information plus rapide et plus large et sa disponibilité pour manipuler les faits afin d'induire les gens en erreur et divulguer les fakenews. Cela s'est constaté par la diaspora congolaise qui a influencé de nombreuses familles congolaises à ne pas se faire vacciner pour une seule raison que les vaccins étaient mortels. D'autant plus que les congolais résidant à l'étranger ont l'accès à l'information, ils s'érigent en leaders d'opinion dans la prise de décision de la majorité de congolais ;
- Les personnalités publiques et nombreux influenceurs sur les réseaux sociaux ne fondent pas leurs contenus informationnels sur la science. C'est la caractéristique de l'homme congolais qui a souvent l'habitude de négliger la science face à des nombreux problèmes de la société. Ces personnalités publiques ont eu même à contredire les avis des experts sur la gestion de covid-19. Les informations mensongères ont eu un impact sur les comportements à risque. Cela a augmenté les chances que de nombreuses personnes ont été infectées.

### **II.1. D'autres déterminants sociaux qui sont au cœur des obstacles à la vaccination**

Les déterminants sociaux de la santé reflètent les conditions et facteurs sociaux dans la société où les personnes naissent, vivent, apprennent, jouent, travaillent et vieillissent. Egalement appelées déterminants sociaux et physiques, ces personnes ont impact sur un large éventail de résultats en matière de santé, de fonctionnement et de qualité de vie. Ce sont les facteurs sociaux et économiques qui influent la santé des gens. Selon l'OMS, ce sont « des facteurs personnels, sociaux, économiques et environnementaux déterminant l'état de santé des individus ou des populations » (Alla, 2016).

Ainsi, parmi les différents obstacles à la vaccination en République Démocratique du Congo, nous pouvons citer :

- Le logement et la citoyenneté : la majorité de congolais a cru que le vaccin était mortel. D'autant plus que le congolais vit avec 1,9 dollar par jour, selon les Nations unies<sup>1</sup>, la priorité pour lui est de chercher de quoi se nourrir, où loger d'autant plus que ses moyens financiers ne lui permettent pas de voyager ;
- Le genre : vu la pauvreté existante au pays, le manque d'eau, d'électricité, la priorité pour une dame congolaise est de chercher de l'eau où elle fait longtemps la queue, soit se réveille tôt le matin pour retourner chez elle très fatiguée et parfois tard et n'ont pas le temps pour aller soi-même à l'hôpital ou y emmener l'enfant.
- L'iniquité informationnelle : l'équité informationnelle est comprise comme l'accès aux informations de qualité à tous et à tout lieu. En RDC, nous ne pouvons pas prétendre que tous les congolais ont tous accès aux bonnes informations. Cela est dû à la pauvreté de la population, à la fracture numérique. Aussi, nous devons affirmer l'accessibilité à la bonne information est une affaire réservée aux riches et aux puissants qui, eux, sont abonnés aux journaux internationaux. Cela ne favorise pas une certaine équité informationnelle aidant à briser les barrières relatives à la bonne information.

### **III. COMMENT GERER LES INFODEMIES A L'ERE DU NUMERIQUE**

La communication publique est l'arme efficace qui puisse aider à lutter contre les infodémies. Elle répond à un objectif « d'utilité publique » qui la différencie des communications publicitaire ou politique, naturellement plus intéressées. C'est dans cette communication que l'on peut mettre les relations publiques, car celles-ci ont pour objectif de créer une image psychologiquement favorable de l'organisation auprès d'un public potentiellement « utilisateur » ou « acheteur » de services ou de produits (Mucchielli, 2006).

La communication, à son tour, inscrite dans cet ordre organisationnel, est d'une importance fondamentale. Elle reflète les interactions et les relations interpersonnelles qui huilent les rouages de toute l'organisation. De ce fait, elle représente le cœur de plusieurs processus organisationnel, car toute la vie de l'entreprise/organisation repose sur la collecte et la transmission des informations qui permettent la prise des décisions correctes et de garantir une meilleure exécution. Ainsi la communication

---

<sup>1</sup> <https://www.lemonde.fr> consulté le 01/09/2022 à 15h21.

permet à l'entreprise de mieux coordonner des actions pour atteindre ses propres objectifs tout en facilitant les préparations et les réalisations des différents programmes (Goslin, 2000).

Pour réussir l'introduction de sites de vaccination de masse contre la Covid-19 et la vaccination de masse en République Démocratique du Congo, des recherches comportementales pour déterminer comment les sites devraient être structurés, où ces sites devraient être situés, comment les obstacles aux clients devraient être abordés et comment les vaccins contre la Covid-19 et les sites de vaccination de masse devraient être promus.

Toute cette problématique peut se résumer autour d'une question générale : que faire pour que la population congolaise adopte un comportement qui favorise la vaccination de la population contre la Covid-19 dans les sites de vaccination de masse installés dans les différents coins du pays ?

La théorie de Laswell sur la Mass Communication Research est la réponse appropriée à cette question : « Qui dit quoi par quel canal à qui et avec quel effet » correspondrait à mieux élaborer une stratégie de communication d'acceptabilité du vaccin contre la Covid-19 à cette population surabondée par les informations erronées. Donc Lasswell dote en 1948 d'un cadre conceptuel, la sociologie fonctionnelle des médias qui jusqu'alors n'a aligné qu'une série d'études à caractères monographiques.

Traduit en secteurs de recherches, cela donne respectivement : l'analyse de contrôle, l'analyse de contenu, l'analyse des medias ou supports, l'analyse de l'audience et l'analyse des effets (Mattelart, 2004). A en croire Lasswell, trois fonctions capitales dans la société sont remplies par le processus de communication :

- La surveillance de l'environnement en révélant tout ce qui pourrait menacer ou affecter le système de valeurs d'une communauté ou des parties qui la composent ;
- La mise en relation des communautés des composantes de la société pour produire une réponse à l'environnement ;
- La transmission de l'héritage social.

La meilleure gestion des infodémies à l'ère du numérique est le sujet le plus crucial qui nécessite la compréhension du cycle de communication avant de penser influencer les récepteurs. Pour mieux réaliser cette démarche communicationnelle, nous allons recourir au modèle AIDA qui est une des plus anciennes méthodes marketing dont Elias St. Elmo Lewis, publicitaire américain, avait posé les bases à la fin des années 1800. A.I.D.A. est l'acronyme de A. : Attention (Awareness), attirer, capter l'attention du consommateur ; I. : Intérêt (Interest), aiguïser son intérêt ; D. : Désir (Desire), Stimuler son désir ; A. : Action : déclencher l'achat.

Une communication peut attirer l'attention sans susciter l'intérêt. Elle peut susciter un intérêt sans susciter le désir. La plus importante est d'obtenir l'action. L'écosystème informationnel de la RDC connaît beaucoup de défis. La gestion de l'infodémie soutient la gestion des épidémies et de ses risques d'où il faut mesurer et surveiller l'impact des infodémies pendant des urgences sanitaires ; détecter et comprendre la propagation et l'impact des infodémies ; répondre et déployer des interventions qui protègent et atténuent l'infodémie et ses effets ; évaluer les interventions en matière d'infodémies et renforcer la résilience des individus et des communautés face aux infodémies ; promouvoir le développement, l'adaptation et l'application d'outils pour la gestion des infodémies.

La gestion de l'infodémie applique les interventions basées sur des preuves en analysant les préoccupations, les questions, les récits, les vides d'information et la mésinformation afin de remédier efficacement aux inégalités en matière d'informations sur la santé dans les populations à risque et les communautés d'intérêt afin de favoriser le comportement de recherche dans la santé.

La gestion de l'infodémie appelle au développement de l'intervention d'inoculation sociale (la bonne discussion). C'est un projet qui aidera le public cible à apprendre à parler avec sa famille et ses amis, et à prévenir la polarisation et l'érosion des relations ; les inoculer ainsi aux effets néfastes de la désinformation en matière de la santé dans la vie quotidienne, afin de créer un environnement favorable aux comportements sains.

De ce qui précède, les décideurs du domaine de la santé dans leur quête de stratégies pour contrer l'infodémie doivent mettre en application ce qui suit :

- Faire du storytelling : cette stratégie consistera à lutter contre les fakenews en racontant les histoires qui ont contribué à la construction de ces fausses informations. C'est le moyen le plus efficace pour limiter la propagation des fausses informations mais aussi d'obtenir l'adhésion de la cible.

Trois piliers du story telling existent pour contrecarrer une fausse information : identifier le personnage, identifier l'événement et les conséquences. En effet, dans les histoires, il y a des personnages crédibles ou non crédibles, qui ont vécu certains événements et qui doivent faire face à certaines conséquences. Les quatre grands principes du story telling sont : savoir utiliser les codes narratifs, mieux faire le choix de votre héros, ne pas faire du storytelling juste pour le faire, utiliser à bon escient l'émotion.

- Créer soi-même des exterminateurs de l'infodémie afin d'aider la population à obtenir des informations factuelles.

L'infodémie ne s'arrête pas, elle circule à chaque seconde, chaque minute et chaque heure. La confiance du public et la meilleure collaboration avec celui-ci sont la clé de voûte pour l'obtention d'une adhésion massive et la réussite de vaccination.

- Les décideurs du domaine de la santé doivent créer un mécanisme pouvant aider la population à se renseigner sur la vérification des informations avant d'y donner crédit afin d'éviter les asymétries informationnelles.

D'autant plus que beaucoup d'informations circulent sur internet, ils doivent faire en sorte que la désinformation n'ait aucune chance d'atteindre la population en créant soi-même une sorte d'armée numérique ou vaccin numérique (créer des sites web d'informations, des plateformes numériques certifiés et recourir aux e-influenceurs) capable de relayer les bonnes informations afin de lutter contre l'infodémie.

Il est important de noter que la RDC est un pays où la fracture numérique est existante et où nombreux ne s'approprient pas du numérique. Nonobstant l'existence de la fracture numérique, ceux qui ont accès à l'internet et qui usent des médias sociaux partagent les informations reçues à d'autres personnes et celles-ci se répandent comme un feu de forêt de bouche-à-oreille. À l'époque, la radio et le cinéma, comme nouveaux médias, étaient perçus comme des moyens très puissants d'influencer les gens et suscitaient des craintes l'homogénéisation de la culture. Les premières études ont prôné l'idée selon laquelle les médias ont un effet immédiat, massif et direct sur le public qu'ils ont une fonction déterminante ou un rôle capital dans le processus de prise de décision du public.

C'est la théorie des effets directs ou effets omnipotents, qui s'inscrivent dans le courant behavioriste. Le récepteur ne peut que retenir formellement le message, et le canal étant neutre, c'est-à-dire qu'il ne modifie rien. « La métaphore de la seringue hypodermique rend plus clair cette idée que les médias injectent dans le cerveau des gens un certain nombre de croyances et d'idées qui influent directement leurs comportements. C'est ce qui est avancé dans l'ouvrage emblématique *Le Viol des foules* par la propagande politique, publié en 1939 par le philosophe allemand Serge Tchakhotine » (Kitambala, 2022).

Dans le cadre des médias sociaux en ligne, l'influence se fait par une communication par diffusion de proche en proche et s'ajoute à celle de la transmission de bouche-à-oreille dans le monde physique. Ainsi, l'effet de caisse de résonance du Web procure aux leaders d'opinion une importance significative dans l'acceptation des opinions par les usagers des médias sociaux.

Le leader d'opinion est un utilisateur actif des médias et interprète la signification des messages ou du contenu de médias pour des utilisateurs de médias d'un niveau moindre. Ce dernier est identifié par ses semblables particulièrement, reconnaissent en lui le leadership et acceptent ses avis et ses opinions. L'influence des médias sur l'ensemble de la population se fait donc en deux temps : le message est tout d'abord délivré par les médias et est assimilé par un leader d'opinion, puis, dans un second temps, celui-ci fait partager son choix de vote aux personnes qu'il connaît.

Le recours aux e-influenceurs est une meilleure stratégie pouvant aider à contrecarrer les fakenews en recourant au modèle du multi step flow communication. Cette stratégie est l'un des moyens efficace et reste un pilier capital pour lutter contre la propagation de la Covid-19 à l'ère du numérique et implique ainsi de nombreux leaders d'opinion dans la lutte afin de barrer la route à cet ennemi commun.

#### IV. CONCLUSION

Notre étude a eu pour objectif d'analyser la problématique de l'infodémie sur la vaccination de covid-19 en RDC. D'entrée de jeu, nous avons circonscrit l'étude dans un cadre conceptuel à travers lequel nous avons éclairé certains concepts clé pour nous mettre d'accord avec nos lecteurs et interlocuteurs. C'est à ce titre que nous affirmons avec Durkheim que la première démarche d'un chercheur est de définir les choses dont il traite afin qu'il sache et que l'on sache de quoi il est question (Durkheim, 1983). Nous avons ensuite abordé les obstacles à la vaccination en RDC. Nous avons noté plusieurs obstacles qui empêchent la population à se faire vacciner notamment les doutes sur les vaccins, la recrudescence des fausses informations et canulars circulant dans les réseaux sociaux et dans la communauté créant ainsi l'infodémie qui affecte les multiples actions sur la gestion de la covid-19. Ainsi, d'autant plus qu'une infodémie se développe en ligne et hors ligne, sa gestion est devenue plus difficile en raison de la propagation plus rapide de la mésinformation et de la désinformation par les médias numériques.

Eu égard à la problématique de l'infodémie sur la Covid-19, les décideurs du domaine de la santé devraient s'adapter au rythme de l'évolution de l'information et du public, créer des exterminateurs de l'infodémie afin d'aider la population à obtenir des informations factuelles et développer une approche plus adaptée qui consiste à créer un vaccin numérique par la mise sur pied d'une armée numérique en recourant aux e-influenceurs.

#### REFERENCES

- [1]. ALLA François, 2016, « Les déterminants de la santé », dans *Traité de santé publique*, pp. 15-18. Disponible sur <https://www.cairn.info/traité-de-sante-publique--9782257206794-page-15.htm> consulté le 28/09/2022 à 11h13.
- [2]. DURKHEIM Emile, 1983, *Les règles de la méthode sociologique*, 22<sup>ème</sup> éd., Paris, PUF, p.34.
- [3]. GARCIA José Luis, 2014, « Une critique de l'économie des communications à l'aune des médias numériques », dans Proulx, S., Garcia, José Luis, et Heaton, Lorna, *La contribution en ligne. Pratiques participatives à l'ère du capitalisme informationnel*, Québec, PUQ, p. 64-76.
- [4]. GOSLIN Shinon, 2000, *Psychologie du travail et comportement organisationnel*, 2<sup>e</sup> éd. Gaetan Morin éditeur, Montréal, p.137.
- [5]. KITAMBALA Gloire, 2022, *Stratégies de communication politique à l'ère du numérique : étude de la campagne électorale de la coalition Lamuka de 2018*, Paris, éditions Saint Honoré, p. 11.
- [6]. MATTELART Armand, MATTELART Michèle, 2004, *Histoire des théories de la communication*, 3<sup>e</sup> édition, Paris, La découverte.
- [7]. MUCCHIELLI Alex, 2006, *Les sciences de l'information et de la communication*, 4<sup>e</sup> éd., Hachette Supérieur, Paris, p.63.
- [8]. MUVUDI Michel, 2020, 100 Questions – Réponses pour comprendre la COVID-19, Shekinah SAGE&SONS, 15<sup>e</sup> rue Limete ; pages 105-106.
- [9]. PROULX Serge, 2001, *La culture technique dans l'appropriation cognitive des TIC*, Paris, ICUST, p.408.
- [10]. REIBEL Marie, DESROCHERS, Nadine, 2014, « Société de l'information et infobésité : perceptions et représentations croisées », in *Documentation et bibliothèques*, vol. 60, n° 1, p. 31-46. Disponible sur <http://id.erudit.org/iderudit/1022860ar> consulté le 26/09/2022.
- [11]. RENAUD Lise, RICO DE SOTELO Carmen, 2007, « Communication et santé : des paradigmes concurrents », dans *Santé publique*, n° 2007/I(Vol.19), pp.31-38. Disponible sur <https://www.cairn.info/traité-de-sante-publique--9782257206794-page-15.htm> consulté le 28/09/2022 à 13h15.
- [12]. ROMEYER Hélène, 2008, « Entre information médicale et information de santé ». *TIC et santé*. Disponible sur <https://journals.openedition.org/ticetsociete/365> consulté le 26/09/2022, 20:21
- [13]. RUYER Raymond, 1954, *La cybernétique et l'origine de l'information*, Paris, Flammarion, p.7.