

L'OMS veut immuniser le public contre la désinformation : tous les moyens de contrôle et de persuasion sont mis en œuvre!



[Source : Organisation Mondiale de la Santé]

[Traduction : Conscience du peuple]

[Note de Isabelle :]

Voici un communiqué de l'OMS daté du 25 août 2020 qui nous informe que l'agence internationale a mandaté des agences d'analyse de l'information, qui utilisent l'intelligence artificielle, pour mesurer et identifier les opinions qui circulent sur les réseaux sociaux ainsi que les humeurs/émotions des citoyens et ce, afin d'affiner leurs stratégies de contrôle de l'information et de persuasion en vue d'une vaccination massive.

Tout comme dans une campagne électorale, la cible à atteindre ce sont les « indécis », dans ce cas précis ce sont les indécis concernant la vaccination. □ Toute cette manigance médiatique se concentre sur créer une forte adhésion à la vaccination et sur rétablir la crédibilité de la Science et de l'OMS.

Lisez jusqu'à la fin ou concentrez-vous sur le signe □ pour comprendre à quel point le contrôle de l'information est un enjeu majeur dans la poursuite de l'Agenda.

Immuniser le public contre la désinformation

Peu de temps après que le monde ait commencé à s'habituer aux termes coronavirus et COVID-19, l'OMS a inventé un autre mot: «infodémie», soit une surabondance d'informations et une propagation rapide de nouvelles, d'images et de vidéos trompeuses ou fabriquées. Comme le virus, « l'infodémie » est très contagieuse et croît de façon exponentielle. Cela complique les efforts de réponse à la pandémie de COVID-19.

«Nous ne combattons pas seulement le virus», a déclaré le Directeur général de l'OMS, Tedros Adhanom Ghebreyesus. «Nous luttons également contre les trolls et les théoriciens du complot qui poussent à la désinformation et sapent la réponse à l'épidémie.»

La prolifération de la désinformation – même lorsque le contenu est, dans le meilleur des cas, inoffensif – peut avoir des ramifications sanitaires graves et même sociales et mortelles dans le contexte d'une pandémie mondiale. Dans certains pays, les rumeurs sur une pénurie alimentaire imminente ont incité les gens à faire des réserves dès le début de l'épidémie et ont provoqué de réelles pénuries. Aux États-Unis d'Amérique, une personne est décédée après avoir ingéré un produit de nettoyage d'aquarium contenant de la chloroquine après que des rapports aient mentionné l'hydroxychloroquine comme un remède possible – mais non prouvé – pour le traitement du COVID-19. En République islamique d'Iran, des centaines de personnes sont mortes après avoir bu de l'alcool méthanolique qui, selon les messages des médias sociaux, avait guéri d'autres personnes du coronavirus. C'est le genre de désinformation dangereuse qui inquiète le plus l'OMS.

Alors même que le monde se concentre sur la recherche d'un vaccin sûr et efficace, la désinformation continue de se répandre sur la vaccination. Les experts de la santé en Allemagne craignent que le mouvement anti-vaccination du pays ne dissuade de nombreuses personnes à se faire vacciner lorsqu'un vaccin sûr devient disponible. Une étude récente qui a examiné les opinions de vaccination de 100 millions d'utilisateurs de Facebook dans le monde a révélé que si le camp pro-vaccination (6,9 millions de personnes) était plus nombreux que celui contre la vaccination (4,2 millions), le groupe anti-vaccin était moins isolé et avait plus d'interaction avec les individus (de loin le plus grand groupe, avec 74,1 millions) qui sont indécis au sujet de la vaccination. Ces «vaxxers swing» sont importants à cibler et à embarquer avec la vaccination qui sauve des vies.

Pour en savoir plus sur la manière dont l'OMS s'attaque à la lutte contre l'infodémie, la Fondation des Nations Unies a rencontré Tim Nguyen en marge de la première conférence mondiale sur l'infodémiologie, qui a réuni des experts mondiaux pour discuter de la science en développement de la gestion des infodémies. L'équipe de Nguyen gère le Réseau d'information sur les épidémies (EPI-WIN), qui dirige les travaux de l'OMS sur la gestion des infodémies.

Traverser la toile de la désinformation

« Les infodémies se sont déjà produites d'une manière ou d'une autre lors d'épidémies passées, mais ce qui se passe en ce moment est à l'échelle mondiale, où les gens sont connectés par différents moyens et partagent des informations plus rapidement », a déclaré Nguyen. □«Cela a créé une nouvelle situation dans laquelle nous repensons et remodelons notre approche de la gestion des infodémies dans les situations d'urgence.»

□Selon une étude récente évaluant la désinformation en anglais, la plus grande catégorie de publications qualifiées de fausses ou trompeuses par les vérificateurs de faits était le contenu qui remettait délibérément en cause ou remettait en question les politiques et les actions des fonctionnaires, des gouvernements et des institutions internationales telles que les Nations Unies et OMS.

Un exemple flagrant de ceci est «Plandemic», une vidéo de 26 minutes sur la théorie du complot qui accuse à tort le Dr Anthony Fauci, le principal spécialiste des maladies infectieuses aux États-Unis, d'avoir fabriqué le virus et de l'avoir envoyé en Chine. La même vidéo prétend à tort que le port de masques entraînera une auto-infection. Plus de 8 millions de personnes ont regardé la vidéo sur les réseaux sociaux avant qu'elle ne soit supprimée.

Un tel contenu peut éroder la confiance du public dans les organisations mêmes qui mènent la lutte contre le COVID-19.

□Pour rappeler au public la primauté de la science, l'OMS identifie d'abord le type de désinformation qui circule, puis répond avec ses propres directives fondées sur des preuves. La communauté des Nations Unies dans son ensemble a contribué à amplifier ces informations grâce à sa propre initiative de lutte contre la désinformation. Par exemple, l'initiative «Pause. Faites attention avant de partager ». La campagne encourage les gens à prendre le temps de vérifier les sources avant de décider de partager du contenu en ligne.

L'OMS a également travaillé en étroite collaboration avec les entreprises de médias sociaux et de technologie pour aider à freiner une partie de la désinformation qui se répand sur leurs plateformes. En février, des responsables de l'agence de santé se sont réunis au siège de Facebook pour savoir comment promouvoir des informations de santé précises sur le COVID-19.

□À présent, l'OMS travaille avec plus de 50 entreprises numériques et plateformes de médias sociaux, notamment TikTok, Google, Viber, WhatsApp et YouTube, pour garantir que les messages de santé basés sur la science de l'organisation ou d'autres sources officielles apparaissent en premier lorsque les gens recherchent des informations liées au COVID-19. Même l'application de rencontres Tinder propose désormais des rappels de santé de l'OMS, car la distance sociale est toujours appropriée pendant un rendez-vous.

□ Écoute sociale avec intelligence artificielle

«Ce que nous avons mis en place au début de la pandémie, c'est ce que nous appelons une approche d'écoute sociale», a déclaré Nguyen.

L'OMS travaille avec une société d'analyse pour intégrer l'écoute sociale dans son élaboration de messages de santé publique – une première pour l'Organisation.



Écoute des médias sociaux

□ Chaque semaine, la société examine 1,6 million d'informations sur diverses plateformes de médias sociaux, puis utilise l'apprentissage automatique pour effectuer des recherches basées sur une taxonomie de santé publique

nouvellement développée afin de classer les informations en quatre sujets: la cause, la maladie, les interventions et le traitement. Cela aide l'OMS à suivre les sujets de santé publique qui gagnent en popularité et à élaborer et adapter des messages de santé en temps opportun. Les exemples incluent «Comment une pandémie se termine-t-elle?» et « Comment savons-nous quand nous avons une deuxième vague? ».

□L'apprentissage automatique fournit également des informations sur les types d'émotions que les utilisateurs ressentent. Au lieu de simplement diviser les données par type de sentiment (positif, neutre, négatif), □ l'analyse du langage peut mettre en lumière l'anxiété, la tristesse, le déni, l'acceptation et d'autres émotions exprimées dans les publications sur les réseaux sociaux. □Ce niveau de détail permet à l'OMS de développer une stratégie offensive efficace et d'apaiser les inquiétudes du public avant que la désinformation ne prenne pas plus l'ampleur.

«Ce que nous avons appris maintenant, après deux mois et demi à faire ce genre d'analyse, c'est qu'il y a des thèmes et des sujets récurrents qui reviennent encore et encore», a déclaré Nguyen.

Tout le monde n'a pas accès aux médias sociaux ou à Internet, mais ils restent tout aussi enclins que quiconque à être exposés à la désinformation. Pour surmonter cette lacune numérique, l'OMS collabore avec des collègues de l'initiative UN Global Pulse, qui utilise l'intelligence artificielle et les mégadonnées pour s'attaquer aux problèmes de développement et humanitaires et ce, pour appliquer l'écoute sociale aux pays où la radio est un moyen d'information populaire.

□En Ouganda, par exemple, plus de la moitié des ménages dépendent de la radio pour leurs informations, et des milliers d'Ougandais appellent chaque jour à des programmes locaux pour parler de questions allant des sujets les plus banals aux sujets les plus graves tels que les soins de santé. □ La branche de Kampala de UN Global Pulse utilise un outil de reconnaissance vocale automatisé alimenté par l'intelligence artificielle pour traduire les enregistrements radio du dialecte local en texte numérique anglais. L'initiative a été présentée dans la série « Innovation in Action » de la Fondation des Nations Unies l'année dernière, montrant comment l'ONU tire parti de l'innovation et d'une nouvelle réflexion pour relever les défis les plus urgents du monde.

L'équipe UN Global Pulse utilise maintenant l'outil pour identifier le langage lié au COVID en Ouganda et toute désinformation diffusée par les communautés locales. L'équipe a constaté que les communautés locales faisaient la promotion de la sorcellerie et des herbes comme remèdes contre le COVID-19; des rumeurs circulaient même au sujet d'un vaccin fabriqué en Ouganda. Ce type de données est inestimable pour les organisations telles que l'OMS pour éclairer leurs messages et l'élaboration de directives. L'OMS travaille avec les Nations Unies pour étendre et piloter ce projet dans deux autres pays d'Afrique subsaharienne et deux en Asie du Sud-Est.

«Vous devez disposer d'un certain degré de bonnes informations pour atteindre les populations afin qu'elles soient inoculées et qu'elles ne soient pas sensibles aux fausses informations ou à la désinformation», a déclaré Nguyen. □ «Nous pensons que nous devons vacciner 30% de la population avec de« bonnes informations », afin d'avoir un certain degré d'immunité « collective » contre la désinformation.»

C'est là que la communauté locale devient particulièrement importante pour aider à amplifier le message de l'OMS.

Intégrer les voix de la communauté

Étant donné qu'une grande partie de la désinformation provient des communautés et peut se répandre dans des messages privés et des conversations entre amis et familles, l'OMS encourage les individus à vérifier les faits avec leurs proches si nécessaire. Ils ont créé une page dédiée de «mythbusters», contenant des réponses factuelles aux idées fausses les plus courantes sur le COVID-19, notamment: si les chaussures peuvent propager le virus (très faible probabilité), si les bains chauds peuvent maintenir le nouveau coronavirus (non, et vous risquez de vous brûler), et si les sèche-mains peuvent tuer le virus (non, ils ne le font pas).

Alors que l'OMS est habituée à travailler avec les ministères de la Santé et d'autres organes et responsables gouvernementaux pour développer et amplifier les messages de santé publique. Nguyen a déclaré que dans une crise de l'ampleur du COVID-19, une approche à l'échelle de la société est nécessaire pour s'assurer que tous les communautés sont atteintes.

□Par exemple, au lieu d'une stratégie descendante, l'OMS travaille avec des groupes spécifiques tels que les jeunes, les journalistes et les organisations confessionnelles pour co-développer des orientations adaptées à chaque contexte et communauté. Ces groupes servent d'amplificateurs et diffusent de manière organique des informations précises sur la santé.

Nguyen a noté qu'au niveau mondial, les besoins d'information peuvent être très différents. «Prenons les conseils sur le lavage des mains, par exemple. C'est important et il y a une recommandation mondiale sur la durée et la façon dont vous devez le faire », a-t-il déclaré,« mais soyons aussi honnêtes. Il y a certaines régions du monde où il n'est pas possible de le faire comme recommandé.»

Les dirigeants communautaires peuvent aider à adapter les conseils d'hygiène dans des contextes où il n'y a pas assez de sources d'eau ou de savon pour se laver correctement les mains, ou dans des conditions exigües où la distanciation sociale peut sembler presque impossible. Les directives révisées et co-élaborées par l'OMS et les chefs religieux incluent le remplacement des salutations de contact physique par un simple contact visuel et un salut; encourager les fidèles à effectuer les ablutions rituelles à la maison plutôt qu'au lieu de culte; et même offrir des conseils dans des situations douloureuses telles que la façon d'enterrer des êtres chers tout

en respectant les restrictions du COVID-19.

«Il est important de travailler avec ces groupes d'amplification qui comprennent bien mieux que nous les personnes dont ils se soucient», a déclaré Nguyen. «Nous développons conjointement des conseils avec des personnes directement concernées et pouvons nous aider à mettre en œuvre une certaine pratique qui conduit à un changement de comportement.»

□Une nouvelle alliance des Nations Unies pour lutter contre l'infodémie – comprenant l'OMS, l'UNESCO, l'Union internationale des télécommunications et UN Global Pulse – a récemment reçu un peu plus de 4,5 millions de dollars américains du Fonds de réponse de solidarité COVID-19 pour étendre son travail d'amplification communautaire, initiative d'écoute sociale et d'autres projets, notamment la création d'un centre centralisé de vérification des faits et de désinformation pour fournir aux pays des outils pour lutter contre l'infodémie.

□Le 29 juin, l'OMS a également organisé la première conférence mondiale sur l'infodémiologie, qui a réuni des scientifiques de divers horizons pour se concentrer systématiquement sur la question et réfléchir à des moyens scientifiques pour mieux la gérer.

«Nous avons des physiciens, des mathématiciens, assis avec des épidémiologistes, avec des spécialistes des sciences sociales pour discuter d'approches fondées sur des preuves pour gérer l'infodémie», a déclaré Nguyen. «Tous ces domaines scientifiques ont leurs propres écoles de pensées, leurs cadres, comment ils font de la recherche, il est donc intéressant de voir comment une perspective peut aider à fertiliser l'autre.»

□Bien qu'un vaccin et un traitement contre le COVID-19 ne soient pas encore prêts, les mesures proactives de l'OMS aident à neutraliser l'infodémie de désinformation.

«Pour lutter contre cette infodémie, nous devons faire les choses différemment de ce que nous avons fait dans le passé», a déclaré Nguyen. «Grâce au leadership du Dr Tedros, nous sommes de plus en plus ouverts à l'innovation et à repenser la façon dont nous faisons les choses.»

<https://www.who.int/news-room/feature-stories/detail/immunizing-the-public-against-misinformation>