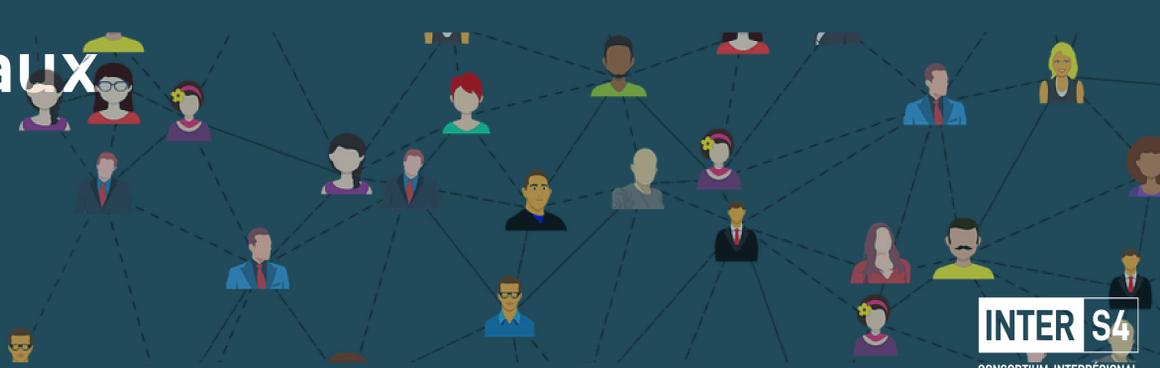


# Mieux utiliser les médias sociaux en temps de crise

- une collection de 5 fiches

France Charles Fleury et Mylène Trépanier  
Avril 2020



INTER S4  
CONSORTIUM INTERRÉGIONAL  
SAVOIRS • SANTÉ • SERVICES SOCIAUX

## 6 recommandations sur quand, comment et pourquoi utiliser les médias sociaux durant une épidémie

1  
Fiche

🕒 Quand ? ⚙️ Comment ? ❓ Pourquoi ?

### Développer une forte présence sur les réseaux sociaux

01

- 🕒 Assurer sa présence dans toutes les phases d'une crise, même lorsqu'il y a peu de nouveautés à communiquer  
Être également présent sur les réseaux sociaux en absence de crise
- ⚙️ Mettre à jour régulièrement vos informations  
Donner des nouvelles brèves sur les différents risques pour la santé sans nécessairement sonner l'alarme
- ❓ Renforcer ou maintenir l'engagement des utilisateurs.  
Améliorer les conditions pour le dialogue  
Communiquer plus efficacement les conseils

### Développer un réseau de sources fiables

02

- 🕒 S'engager en continu dans le développement d'un solide réseau
- ⚙️ Trouver des utilisateurs de confiance qui rejoignent une quantité importante de personnes pour transmettre les conseils des autorités
- ❓ Améliorer la mise en place des mesures

### Écouter

03

- 🕒 Être attentif dans toutes les phases d'une crise ou d'une épidémie
- ⚙️ Suivre les échanges à plus large échelle sur les réseaux sociaux (ex. : Twitter)  
Utiliser des outils pour surveiller la réponse des utilisateurs à la crise
- ❓ Capter les humeurs, les questions, les revendications, les rumeurs ou les mythes véhiculés  
Maintenir la confiance  
Faire face aux idées qui peuvent se développer

## Engager un dialogue direct

04

- 🕒 Interroger directement les utilisateurs des réseaux sociaux sur les risques ou sur la crise
- Engager une communication bidirectionnelle avec les utilisateurs sur leurs propres pages de médias sociaux
- ⚙️ Créer des comptes pour les experts où ils peuvent répondre directement au public sur les questions concernant les risques pour la santé
- Utiliser un langage qui comprend des directives mais aussi des déclarations ou des engagements lorsque approprié
- ❓ Montrer que l'on prend les utilisateurs au sérieux
- Développer la confiance grâce à une présence active et un engagement au regard des préoccupations des utilisateurs
- Humaniser la communication sur le risque ou la crise par un engagement positif

## Utiliser des messagers ayant une autorité locale

05

- 🕒 Recourir à des usagers crédibles lorsque les mesures d'urgence doivent être prises
- Agir en tant que leader d'opinion
- ⚙️ Offrir des conseils aux personnes dans les régions touchées
- Utiliser un ton de voix approprié pour cibler les groupes dans les milieux touchés
- ❓ Établir la confiance nécessaire pour que les gens contribuent à éviter l'infection et à réduire la propagation

## Référer à des sites Web

06

- 🕒 Référer à des sites lorsque la demande d'informations est forte, généralement lorsque les autorités augmentent le niveau d'alerte aux risques pour la santé ou lorsque les personnes vivent des situations menaçantes
- ⚙️ Ajouter des liens dans des tweets contenant de brèves informations ou des conseils
- Éviter les tweets sans information essentielle (ex. : "Des informations sur ... peuvent être trouvées sur notre page Web")
- ❓ Diriger les utilisateurs vers des informations ou des conseils supplémentaires et utiles basés sur la recherche, la page Web étant régulièrement mise à jour

### Mise en contexte

Cette infographie est produite par le Consortium Interrégional de Savoirs en Santé et Services Sociaux. Pour en savoir plus sur cette organisation qui réunit cinq CISSS/CIUSSS et trois universités en région, allez à [ConsortiumInterS4.uqar.ca](http://ConsortiumInterS4.uqar.ca). Vous trouverez dans cette collection sur la Communication et les médias sociaux en temps de crise un résumé de recommandations. La collection contient 5 fiches. Cette production est motivée par une demande des membres du Consortium. Les contenus s'appuient sur des informations récentes provenant d'auteurs ou d'organisations réputés bien que le niveau de preuve soit faible. Ils n'engagent que les rédacteurs. Adopter ou du moins vous rapprocher de ces pratiques pourrait contribuer à accroître l'efficacité de vos communications en temps de crise.

### Références

Hornmoen, H. and C. McInnes, Chapter 11 : Social media communication during disease outbreaks : findings and recommendations, in Social Media Use In Crisis and Risk Communication..., H. Hornmoen and K. Backholm, Editors, 2018, Emerald Publishing Limited.