



MEDIAS SOCIAUX ET VULNERABILITE INFORMATIONNELLE AU BENIN LORS DE LA COVID-19 : Quand l'éducation aux médias s'impose

Olouyomi Yannick TCHANGO

Observatoire des Sciences de l'Information et de la Communication (ObsIC)

yannicktchango@gmail.com

&

Wenceslas MAHOUSI

Sciences de l'information et de la communication ENSTIC-UAC, Abomey-
Calavi, Bénin

gmahoussi@gmail.com

Résumé : Cet article s'est fixé pour objectif de présenter les manifestations de la vulnérabilité informationnelle de la population béninoise liée à l'utilisation abondante des médias sociaux lors de la Covid-19 et de faire des propositions pouvant permettre à l'avenir, leur utilisation judicieuse. Pour y arriver, nous avons questionné 300 citoyens béninois identifiés à travers les douze (12) départements du pays. Les résultats obtenus justifient que l'utilisation des médias sociaux comme source d'information sur la Covid-19 a plongé le citoyen béninois dans une vulnérabilité informationnelle. L'étude a mis en évidence plusieurs éléments caractéristiques de la vulnérabilité informationnelle liée à l'utilisation des médias sociaux. Il s'agit entre autre de la fréquence d'utilisation des médias sociaux et le fait d'y partager de fausses informations sans s'en rendre compte à cause de la méconnaissance des outils de vérification d'informations. C'est pourquoi 73% de notre population d'étude reconnaît avoir partagé via les médias sociaux, de fausses informations par inadvertance alors que 96% déclare ne pas avoir connaissance du fact-checking. De plus cette vulnérabilité informationnelle est aussi liée à l'infobésité caractérisée par d'énormes flux d'informations ainsi que des difficultés de rétention d'information consultées. À cet effet, 61% de notre population d'enquête ont eu de difficulté à retenir les informations consultées à travers les médias utilisés comme source d'information contre 39% qui ont déclaré l'inverse. Enfin, le niveau d'anxiété de la population en rapport avec les informations consultées sur les médias sociaux est aussi un élément justificatif de vulnérabilité informationnelle. Face à cet état de chose, une éducation aux médias s'impose. À ce propos, des recommandations ont été faites à l'endroit du gouvernement et de la population béninoise.

Mots-clés : Médias sociaux, Covid-19, vulnérabilité informationnelle, éducation aux médias, Bénin.

**SOCIAL MEDIA AND INFORMATION VULNERABILITY IN BENIN
DURING COVID-19: When media literacy is essential**

Abstract : This article aims to present the manifestations of the informational vulnerability of the Beninese population linked to the abundant use of social media during Covid-19 and to make proposals that can allow their judicious use in the future. . To achieve this, we interviewed 300 Beninese citizens identified across the twelve (12) departments of the country. The results obtained justify that the use of social media as a source of information on Covid-19 has plunged the Beninese citizen into informational vulnerability. The study highlighted several characteristic elements of informational vulnerability related to the use of social media. These include the frequency of the use of social media and the fact of sharing false information without realizing it because of ignorance of information verification tools. This is why 73% of our study population admits having shared false information inadvertently via social media, while 96% say they are not aware of fact-checking. In addition, this informational vulnerability is also linked to infobesity characterized by enormous flows of information as well as difficulties in retaining information consulted. To this purpose, 61% of our survey population had difficulty retaining the information consulted through the media used as a source of information against 39% who declared the opposite. Finally, the level of anxiety of the population in relation to the information consulted on social media is also a justifying element of informational vulnerability. Faced with this state of affairs, media education is essential. In this regard, recommendations were made to the government and the people of Benin.

Keywords: Social media, Covid-19, informational vulnerability, media literacy, Benin.

Introduction

Considéré comme l'un des phénomènes majeurs de la fin du XXe siècle et du début du XXIe, l'Internet a bouleversé les modes de fonctionnement traditionnels de la plupart des sociétés. À cet effet, tributaire de l'apparition du web 2.0, la prolifération des médias sociaux marque un tournant majeur dans l'utilisation de l'Internet. « Ce web interactif et collaboratif fait du citoyen au même titre que le journaliste, le chercheur ou le décideur, un producteur de contenus » (Mahoussi, 2021, p.103). À partir de cet instant, « les internautes partagent avis et opinions grâce aux commentaires et aux blogs » (Bourhis, 2016, p.20). Cette démocratisation fait que « Certains considèrent Internet comme un véritable supermédia, un ogre dévorant les autres. Par son universalité, sa plasticité, ses modes de transmission et son faible coût d'utilisation, il serait ainsi appelé à devenir l'unimédia du futur.» (Miagreit, 2015, pp.361-362). Cela devient de plus en plus évident parce qu'aujourd'hui, de par leurs multiples offres, les médias sociaux ne cessent de subjuguier toute la population mondiale. Explorant cette réalité dans le contexte béninois, Sossou (2016, p.27) a découvert que l'utilisation abondante du téléphone mobile facilite l'accès à l'internet et l'appropriation des médias sociaux. Les résultats de ses travaux montrent que 38% des informateurs utilisent

l'ordinateur pendant que 98% utilisent le téléphone portable. Dans cette même veine, Adjamonsi (2017) et Sossou (2016) ont démontré qu'il a une utilisation abondante des réseaux sociaux à Cotonou (Bénin). Pour Kalu et Gbaguidi (2019, p.331), les nouveaux médias sont devenus des canaux de communication très puissants de nos jours à telle enseigne que personne pratiquement ne s'en passe. Cette réalité n'a pas manqué d'influencer les pratiques informationnelles de la population béninoise lors de la crise sanitaire de la Covid-19. Alors, comment l'appropriation des médias sociaux plonge la population béninoise dans une vulnérabilité informationnelle ? À partir de cette question, l'hypothèse principale de ce travail est que l'utilisation abondante des médias sociaux comme source d'information en période de crise plonge le citoyen béninois dans une vulnérabilité informationnelle. L'objectif de cet article est de présenter les manifestations de la vulnérabilité informationnelle de la population béninoise lié à l'utilisation abondante des médias sociaux lors de la Covid-19 et de faire des propositions pouvant permettre d'utiliser les médias sociaux avec plus de vigilance.

1. Méthode

Notre étude est purement quantitative. À cet effet, la documentation a été la première méthode utilisée. Elle nous a permis de chercher et de lire les travaux scientifiques ainsi que les ouvrages généraux en rapport avec l'appropriation des médias sociaux et leur incidence lors des crises. Ensuite nous nous sommes rendus sur le terrain. Un questionnaire a été élaboré et soumis à notre population d'étude. Suite à la collecte en milieu réel, les données ont été traitées manuellement à l'aide du logiciel Excel qui nous a permis de réaliser les graphiques. Il faut le dire, les données ont été collectées entre Novembre 2021 à Mai 2022.

1.1. Population de l'étude

Le Bénin est le cadre de cette étude. À cet effet, notre population d'étude est tout citoyens béninois, peu importe son âge et son niveau d'étude. Dans l'impossibilité d'atteindre toute la population béninoise, nous avons fait un échantillonnage.

1.2. Échantillonnage

Le cadre de notre étude compte une population de plus de douze (12) millions d'habitant¹. Ne pouvant pas les toucher tous, la méthode non

¹ Selon le site officiel de la banque mondiale

probabiliste de choix raisonné nous a aidé à la constitution de notre échantillon de base. Nous avons au total pu questionner 300 citoyens béninois identifiés à travers les douze (12) départements du pays.

2. Présentation et interprétation des résultats

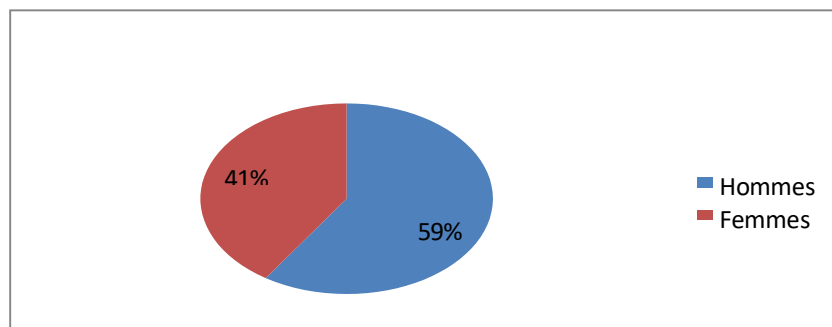
2.1. Information de base (Base : n=300)

Cette séquence présente l'identification de notre population d'enquête. Elle entend mettre l'accent sur la répartition des enquêtés par genre, par âge, par niveau d'étude et par département de provenance.

▪ Répartition des enquêtés par genre

La répartition des enquêtés par genre se présente dans le graphique ci-dessous.

Graphique 1: Répartition des enquêtés selon le genre

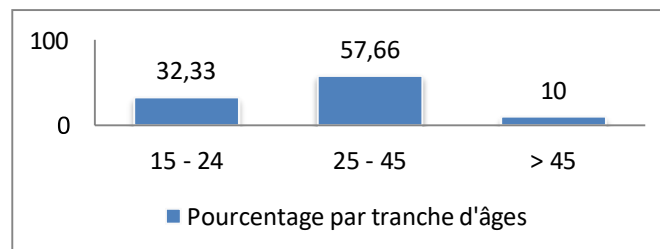


Source : Données de terrain, Tchango, mai 2022

Sur les 300 enquêtés, 41% sont des femmes et 59% sont des hommes.

▪ Répartition des enquêtés par tranches d'âge

Graphique 2 : Répartition des enquêtés par tranche d'âge

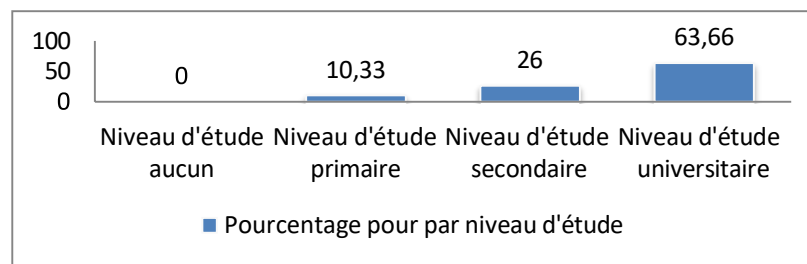


Source : Données de terrain, Tchango, mai 2022

Le graphique 2 présente la répartition des enquêtés par tranche d'âge. La lecture de ce graphique montre que 32.33% de la population appartient à la tranche d'âge 15-24 ans tandis que 57.66% ont entre 25 et 45 ans et 10% ont plus de 45 ans. La population majoritaire de notre enquête est âgée de 25 à 45 ans.

▪ **Répartition des enquêtés selon le niveau d'étude**

Graphique 3: Répartition des enquêtés selon le niveau d'étude

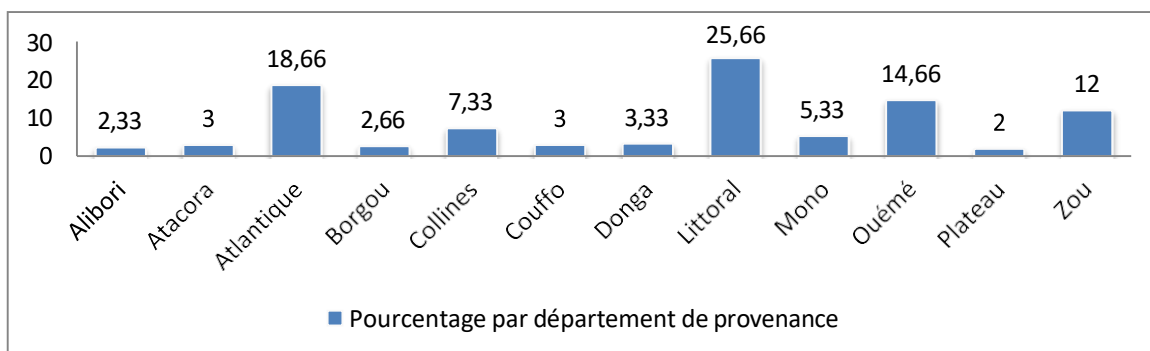


Source : Données de terrain, Tchango, mai 2022

Présentation de la population d'enquête par tranche d'âge est l'objectif du graphique 3. La lecture de ce graphique révèle que 63.66 % de nos enquêtés ont un niveau d'étude supérieur pendant que 26% ont un niveau secondaire et 10.33 % un niveau primaire.

▪ **Répartition de la population d'étude par département de provenance.**

Graphique 4: Répartition des enquêtés par département de provenance



Source : Données de terrain, Tchango, mai 2022

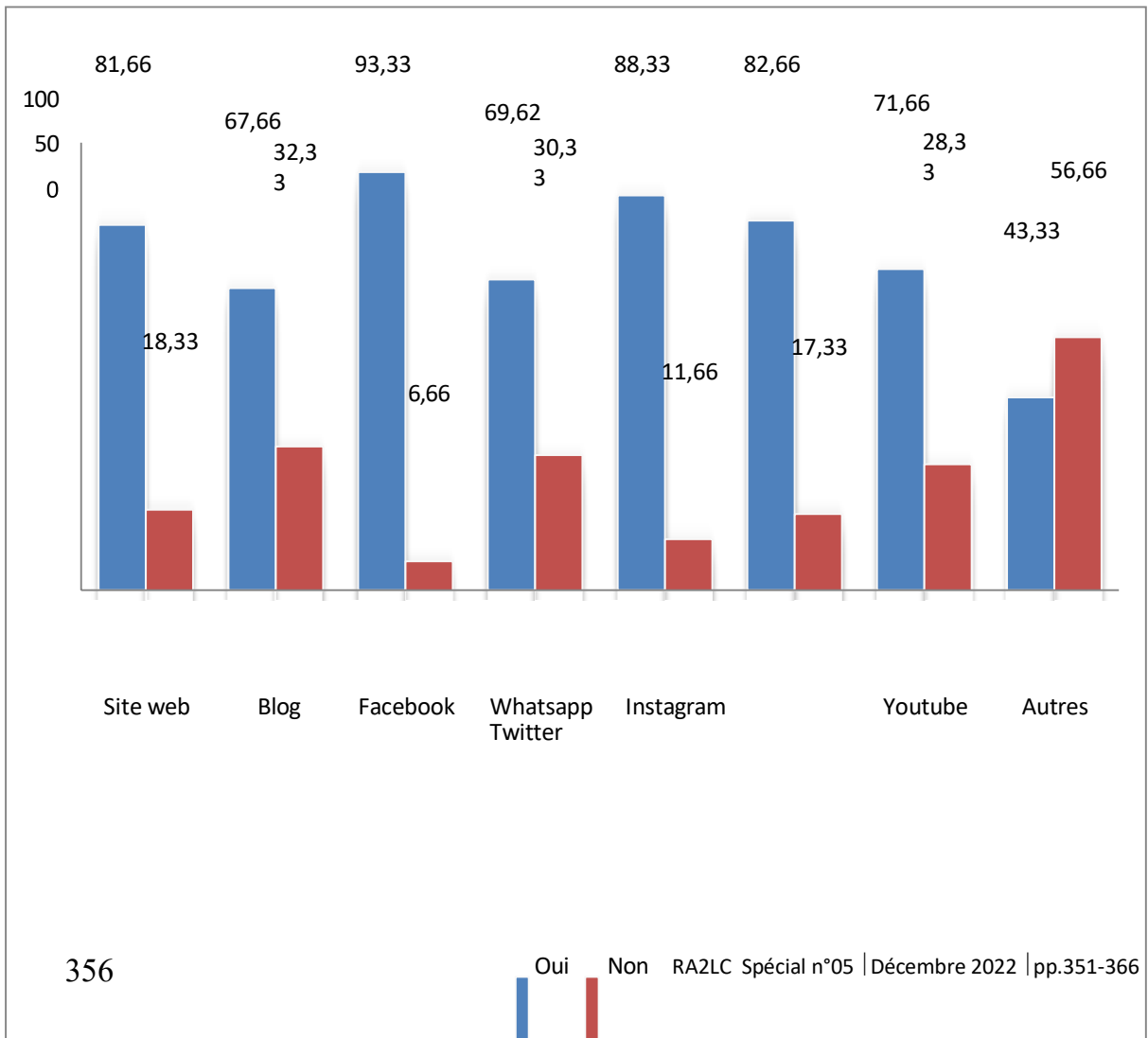
Le graphique 4 met la lumière sur le département de provenance des enquêtés. En considération de l'effectif de provenance par département, il révèle les pourcentages qui suivent : 2.33% de l'Alibori, 3% de l'Atacora, 18.66% de l'Atlantique, 2.66% du Borgou 7.33% des Collines, 3% du Couffo, 3.33% de la Donga, 25.66% du littoral, 5.33 du Mono, 14.66 de l'Ouémé, 2% du Plateau et 12% du Zou. Le département le plus représentatif est celui du littoral avec 25.66 % de notre population de base.

2.2. Identification des médias sociaux utilisés pour obtenir de l'information sur la covid-19

L'identification des médias sociaux utilisés pour obtenir de l'information sur la Covid- 19 est faite à partir d'une question fermée dont la réponse varie entre oui et non. Les résultats obtenus sont résumés ci-dessous

Graphique 5: Point des médias sociaux utilisés pour l'obtention de l'information sur la Covid-19

Source : Données de terrain, Tchango, mai 2022



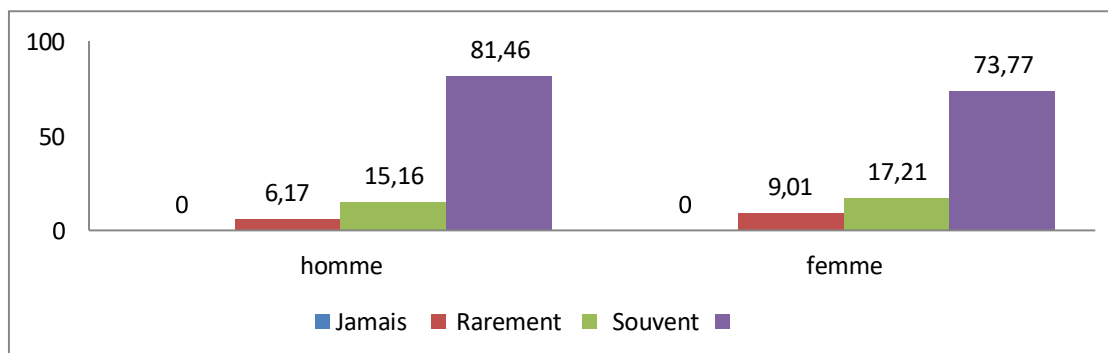
Le graphique 5 présente le pourcentage d'utilisation des médias sociaux utilisés lors de la Covid-19 pour obtenir de l'information. Il révèle que 81.66% utilisent les sites webs, 67.66% utilisent les blogs, 93.33% utilisent Facebook, 69.62% font usage de Whatsapp. 88.33 utilisent Instagram, 82.66% font usage de Twitter et 71,66 % utilisent Youtube pour obtenir de l'information. 43.33% de la population d'étude utilise d'autres médias sociaux pour l'obtention de l'information sur la Covid-19 contre 56.66%. Au regard de ces chiffres obtenus, le média social le plus utilisé pour l'obtention de l'information sur la Covid-19 est Facebook. Pourtant, 43.33 % de la population d'enquête utilise d'autre médias pour consulter l'information sur la Covid- 19 contre 56.66% qui dise non.

2.3. Fréquence d'utilisation des médias sociaux comme source d'information par la population béninoise

L'identification de la fréquence d'utilisation des médias sociaux de notre population a été faite à partir d'une échelle de fréquence dont les éléments sont les suivants : **Toujours, souvent, rarement, jamais.**

▪Fréquence d'utilisation des médias sociaux par genre

Graphique 6: Fréquence de l'utilisation des médias sociaux par genre



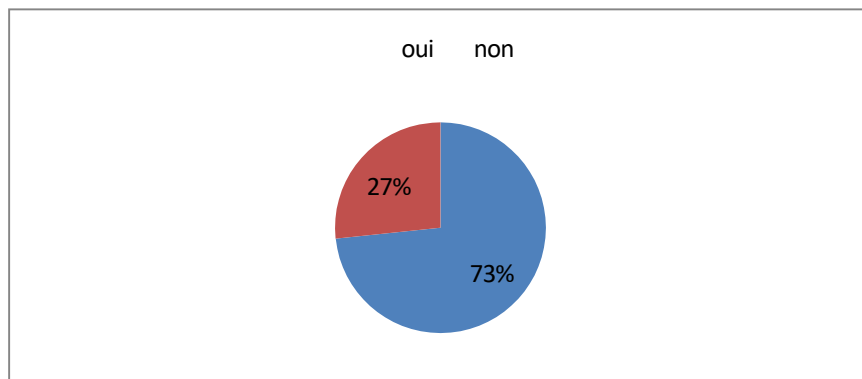
Source : Données de terrain, Tchango, mai 2022

Le graphique 6 montre la fréquence d'utilisation des médias sociaux par genre pour l'obtention d'information sur la Covid-19. Il signale avec précision que 6.17 % des hommes de notre étude l'utilise rarement contre 9.01 des femmes. Il révèle également que 15.16% des hommes l'utilise souvent et 17.21% des femmes aussi. Ce média est toujours utilisé par 81.46% des hommes et 73.77 % des femmes. Il est donc évident que les médias sociaux occupent une place importante dans les médias fréquemment utilisés pour l'obtention d'information sur la Covid-19.

2.4. Reconnaissance de partage par inadvertance de fausses informations sur la Covid-19 à travers les médias sociaux

Le point de la reconnaissance de partage par inadvertance de fausses informations sur la Covid-19 via les médias sociaux se résume dans le graphique ci-dessous.

Graphique 7: Reconnaissance de partage de fausses informations par inadvertance via les médias sociaux.



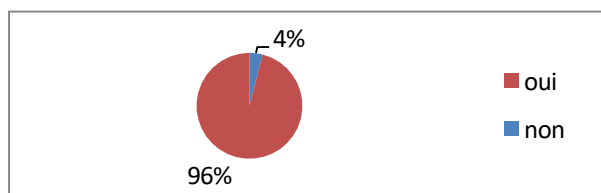
Source : Données de terrain, Tchango, mai 2022

Le graphique 7 montre que 73% de notre population d'étude reconnaît avoir partagé via les médias sociaux, de fausses informations par inadvertance et 27% disent ne pas le faire.

2.5. Connaissance de l'existence d'outils de vérification de la véracité de l'information sur les médias sociaux

Nous avons essayé de découvrir si notre population d'étude a connaissance de l'existence des outils de vérification de la véracité de l'information sur les médias sociaux. Les résultats de cette investigation sont mentionnés dans le graphique ci-dessous.

Graphique 8: Connaissance des outils de vérification de la véracité de l'information sur les médias sociaux.



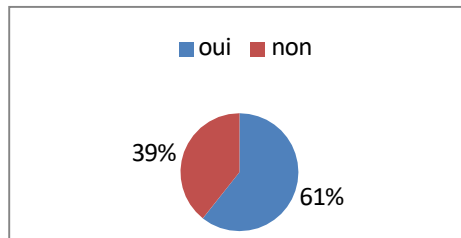
Source : Données de terrain, Tchango, mai 2022

Le graphique 8 révèle que seulement 4% de notre échantillon de base ont connaissance de l'existence des outils de vérification de l'information via les médias sociaux. 96% déclare leur méconnaissance de pareille chose.

3.6) Difficultés à retenir les informations consultées à travers les médias utilisés comme sources d'informations

Ici, il a été question de vérifier si notre population à éprouver des difficultés à retenir les informations consultées à travers les médias utilisés comme source d'information.

Graphique 9: Difficulté de rétention des informations



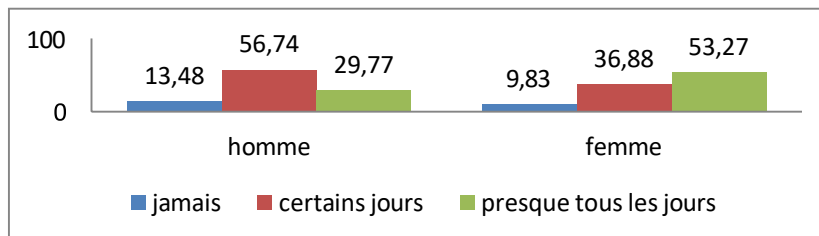
Source : Données de terrain, Tchango, mai 2022

Le graphique 9 montre que 61% de notre population d'enquête ont eu de difficulté à retenir les informations consultées à travers les médias utilisés comme source d'information contre 39% qui ont déclaré l'inverse.

3.7) Niveau d'anxiété de la population

Nous avons essayé de comprendre le niveau d'anxiété de la population béninoise lors de la période de la Covid-19. Les résultats obtenus se trouvent dans le graphique ci- dessous.

Graphique 10 : Niveau d'anxiété liée aux informations consultées par genre.



Source : Données de terrain, Tchango, mai 2022

Le graphique 10 montre le niveau d'anxiété de notre population d'enquête face aux informations consultées sur la Covid-19. À ce propos, 13.48% des hommes déclarent ne jamais avoir des sentiments de nervosité, d'anxiété ou de tension par rapport aux informations consultées contre 9.83 % des femmes. Cependant, 56.74% des hommes et 36.88 % des femmes déclare avoir vécus ces sentiments durant certains jours. Pour finir, 29.77% des hommes et 53.27 % des femmes ont dit avoir vécu presque tous les jours un sentiment de nervosité, d'anxiété ou de tension en rapport avec les informations consultées sur la Covid-19.

3. Discussion et suggestions

Notre discussion met en exergue la vulnérabilité informationnelle liée à l'utilisation des médias sociaux comme source d'information sur la Covid-19 au Bénin. Ensuite, viennent les propositions pour l'utilisation vigilante des médias sociaux à l'avenir.

3.1. De la vulnérabilité informationnelle lors de la Covid-19 au Bénin

Avant l'apparition et le développement des médias sociaux, la vulnérabilité informationnelle est caractérisée par le manque ou les difficultés d'accès aux informations pertinentes pour soi, à l'ère du numérique, celle-ci se traduit par ce qui est désormais qualifié d'infobésité ou de surcharge informationnelle. Selon l'OMS, l'épidémie de la Covid-19 est accompagnée d'une « infodémie », c'est-à-dire un flux énorme et incessant d'informations, vraies et fausses, difficiles à gérer pour les individus. Cette infodémie est un problème car elle peut générer une incompréhension du virus ainsi que de l'anxiété et empêcher l'adoption de pratiques efficaces de lutte contre la pandémie. (Lits et al., 2020 : p. 4). De cette affirmation s'énonce clairement les éléments caractéristiques de la vulnérabilité informationnelle à l'ère des médias sociaux : l'infobésité ou la surcharge informationnelle, l'infodémie, les fake news et l'anxiété. Ainsi, que peut-on dire de la vulnérabilité informationnelle liée à l'utilisation des médias sociaux et de son influence sur l'ensemble de la population béninoise lors de la Covid-19 ?

D'abord, il faut noter que le premier élément de cette vulnérabilité informationnelle est l'utilisation abondante des médias sociaux comme source d'information. En effet, notre étude révèle que la plupart de la population béninoise utilise une pluralité de média social pour s'informer sur la Covid-19 (graphique 5). Cette abondance utilisation des médias est élément de vulnérabilité à cause de la fréquence avec laquelle la population en fait

usage. Une échelle de fréquence dont les éléments sont les suivants : Toujours, souvent, rarement, jamais, nous montre l'évidence selon laquelle les médias sociaux occupent une place importante dans les médias fréquemment utilisés pour l'obtention d'information sur la Covid-19 (graphique 6). Il n'est plus nécessaire de rappeler que lors d'une situation de crise, l'espace public est pollué et un climat d'inconfiance s'installe entre gouvernant et gouverné. Dans cette atmosphère, l'information livrée par le gouvernement ou les informations officielles ne sont généralement pas bien reçue (s) par le citoyen en permanence quête de vérité. Cette tendance est de plus en plus développée avec l'existence des médias sociaux où on note une métamorphose de l'environnement médiatique et des pratiques informationnelles. Cette réalité pousse le citoyen à chercher lui-même les informations. C'est ce qui justifie la fréquence d'utilisation des médias sociaux comme source d'information sur la Covid-19. Une fréquence qui est sans doute tributaire du niveau de confiance élevé en cette source d'information hautement démocratique par rapport aux médias classiques susceptibles d'être mieux contrôlés par les autorités.

Malheureusement, les utilisateurs sont généralement victimes de cette démocratisation. À cause de la confiance qu'ils ont en les médias sociaux, ils consultent et partagent sans s'en rendre compte de fausses informations. C'est pourquoi la plupart de notre population d'étude reconnaît avoir partagé par inadvertance de fausses informations sur la Covid-19 via les médias sociaux (graphique 7). Cela est le fruit de la méconnaissance du fact-checking. En effet, pour rappel, le graphique 8 révèle que seulement 4% de notre échantillon de base ont connaissance de l'existence des outils de vérification de l'information via les médias sociaux. 96% déclare leur méconnaissance de pareille chose. C'est d'ailleurs pourquoi une étude pense qu'en temps de crise, « la désinformation est plus facile d'accès que les informations officielles. Les gens comptent beaucoup sur les guérisseurs traditionnels et les rumeurs se propagent plus rapidement que les informations officielles du gouvernement. » (Zara, 2020, p.14).

En dehors des éléments de la vulnérabilité informationnelle supra mentionnés nous avons aussi l'infobésité et l'anxiété liée aux informations consultées sur la Covid-19. Pour ce qui concerne l'infobésité ou la surcharge informationnelle, l'utilisation des médias sociaux constitue une source essentielle. L'appropriation des médias sociaux génère d'énorme flux d'information. Cela est la résultante des caractéristiques des médias sociaux. Il faut noter que « les médias sociaux permettent aux gens d'interagir et de partager de l'information d'une manière qui n'est techniquement pas

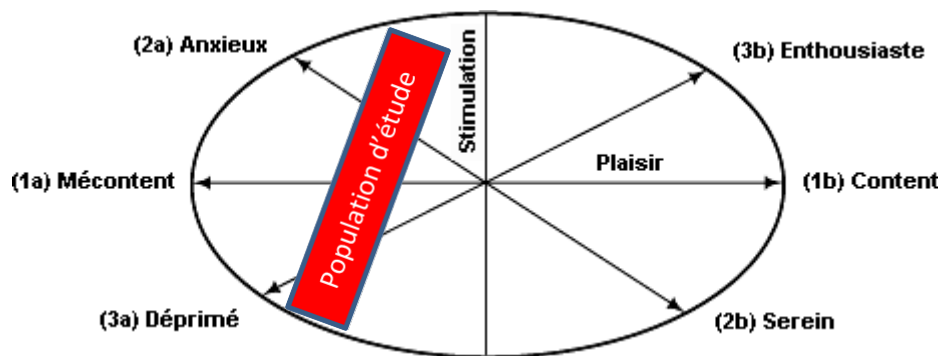
possible via les médias traditionnels (tels que l'imprimé, la radio et la télévision). » (Roshan et al., 2013 cité dans Stabel, 2018, p.23). Avec les médias sociaux on note une communication en temps réel et participative. Cela facilite les difficultés de rétention des informations. Ce n'est pas pour rien que le graphique 9 de l'étude signale que la majorité de la population enquêtée a déclaré avoir été confrontée à des difficultés de rétention d'informations consultées via les médias utilisés comme source d'informations sur la Covid-19. Nous avons au total 61% de cas. Il est évident que cette difficulté de rétention est la manifestation de l'infobésité. En temps de crise et surtout à l'ère du numérique, l'information est abondante et cela ne facilite pas la rétention au niveau du récepteur. Face à la densité de l'information qu'il reçoit, le récepteur est parfois perdu et cela crée en lui des sentiments de nervosité, d'anxiété ou de tension. C'est d'ailleurs ce que justifie le graphique 10 de l'étude. En guise de rappel, ce graphique montre que 53.27% des femmes et 29.77% des hommes ont dit avoir vécu presque tous les jours un sentiment de nervosité, d'anxiété ou de tension en rapport avec les informations consultées sur la Covid-19. Dans le même temps, 56.74% des hommes et 36.88% des femmes ont vécu durant certains jours un sentiment de nervosité, d'anxiété ou de tension contre 13.48% des hommes et 9.83% des femmes qui disent ne jamais en être victime.

Tous ces éléments montrent que la population béninoise lors de la crise sanitaire de la Covid-19 a été victime d'une vulnérabilité informationnelle qui se traduit par l'abondance et la circulation des fake news, l'infobésité et l'anxiété liée aux informations consultées sur la Covid-19. Cette vulnérabilité informationnelle fracasse leur état de bien être affectif². La figure ci-dessous présente le résumé de la fragilisation de l'état du bien être affectif de la population enquêtée lors de la crise sanitaire de la Covid-19 :

Figure 1: Positionnement de la population enquêtée sur le schéma de l'état de bien être affectif

² Le bien être émotionnel est un état psychologique d'harmonie entre les émotions positives et négatives.

Lorsqu'on est dans un état de bien émotionnel positives (joie, gratitude, sérénité,...) viennent pendre le dessus sur la présence d'émotions négatives comme la peur, l'anxiété, la colère ou la tristesse.



Source : Adaptation des trois axes pour évaluer l'état de bien-être affectif, Warr, 1994

Cette figure est une adaptation des trois axes pour évaluer l'état de bien être affectif ou émotionnel selon Warr, (1994). Elle montre d'abord que lorsqu'on est informé d'une situation, on peut être soit content ou mécontent. Lorsqu'on est content, la sérénité et l'enthousiasme s'observent. Mais lorsqu'on est mécontent, on fait preuve d'anxiété et de dépression. Cette figure nous a permis de situer la population d'enquête par rapport à la vulnérabilité informationnelle liée aux informations consultées sur la Covid-19. La plupart des personnes enquêtées se situent au niveau de la partie "a" de la figure. Ils ont été victimes de l'anxiété à cause de l'infobésité et l'infodémie liée à la pandémie.

Enfin, il est clair que l'utilisation abondante des médias sociaux comme source d'information lors de la crise sanitaire de la Covid-19 a plongé le citoyen béninois dans une vulnérabilité informationnelle. Que peut-on projeté pour endiguer ou enrayer cette vulnérabilité informationnelle ?

3.2. Suggestions

Pour sortir les populations de la vulnérabilité informationnelle tributaire de l'utilisation des médias sociaux, l'éducation aux médias s'impose. En ce sens, le gouvernement doit accompagner la population. Quant à la population, elle doit aussi prendre conscience de la nécessité de recevoir ou de s'auto-donner une éducation aux médias. C'est pourquoi nos suggestions vont à l'endroit du gouvernement béninois et de la population béninoise.

❖ À l'endroit du gouvernement

Le gouvernement doit :

- Mettre en place des dispositions relatives à l'éducation aux médias et à l'information ;
- Éduquer les jeunes et les moins jeunes à un usage responsable des médias de masse et des réseaux sociaux ;
- Apprendre les citoyens à repérer les fake news
- Encourager les citoyens à s'intéresser à l'information de qualité et à ignorer l'information visant le sensationnel.
- Travailler à davantage gagner la confiance de la population
- Veiller à sa réputation et surtout à son e-réputation
- Bien communiquer sur des sujets sensibles
- Créer une plateforme de vérification des informations

❖ À l'endroit de la population

La population doit :

- Toujours vérifier la source de l'information ;
- Vérifier l'auteur de l'information et sa légitimité sur le sujet ;
- Vérifier la date de l'information ;
- Être attentif sur les images qui accompagnent l'information ;
- Avoir l'esprit critique
- Éviter de partager tout type d'information ;
- Démentir et dénoncer les fausses informations ;
- Comparer et croiser les sources : l'information a-t-elle été publiée sur d'autres sites ?
- Savoir que « toute diffusion nécessite réflexion ».

Conclusion

L'appropriation des médias sociaux métamorphose les pratiques informationnelles jusque-là perçues comme modèles. Le Bénin n'est pas en marche de ce bouleversement qu'occasionnent les médias sociaux. Lors de la crise sanitaire de la Covid-19, le citoyen béninois a utilisé une pluralité de médias sociaux comme source d'information et ce avec une fréquence très élevée. Malgré les multiples avantages que présente l'utilisation des médias sociaux, elle n'est pas sans incidence. C'est pourquoi cette étude s'est inscrite dans une dynamique d'analyse de la manière dont les médias sociaux ont favorisé la vulnérabilité informationnelle lors de la Covid-19 au Bénin en vue de faire des propositions pouvant permettre leur utilisation judicieuse à l'avenir. L'étude a mis en évidence plusieurs éléments caractéristiques de la vulnérabilité informationnelle liée à l'utilisation des

médias sociaux. Il s'agit entre autre de la fréquence d'utilisation des médias sociaux et le fait d'y partager de fausses informations sans s'en rendre compte à cause de la méconnaissance des outils de vérification d'informations. De plus cette vulnérabilité informationnelle est aussi liée à l'infobésité caractérisée par d'énorme flux d'information et les difficultés de rétention d'information. Le niveau d'anxiété de la population en rapport avec les informations consultées sur les médias sociaux est aussi un élément justificatif de vulnérabilité informationnelle. Au regard de cet état de chose, l'éducation aux médias et à l'information s'avère indispensable.

Références bibliographiques

- ADJAMONSI Patrick. 2017. Médias et vulgarisation des outils de gestion environnementale à Cotonou au Bénin (Thèse). Université d'Abomey Calavi.
- BOURHIS Mélanie. 2016. « a communication de crise et les réseaux sociaux : Comment devrait évoluer la communication d'une marque sur les réseaux sociaux alors que l'entreprise doit faire face à une crise médiatisée » Mémoire de Master 1 de l'ISCOM, Lyon, promotion 2016, (en ligne), consulté le 26/04/2022, URL : <https://fr.slideshare.net/MlaniaBourhis/iscom-2016-mmoire-communication-de- crise-et-reseaux-sociaux>
- KALU Victor Odun & GBAGUIDI Jean Euloge. 2019. « Analyse de l'influence des nouveaux médias sur les médias classiques dans la consommation de l'information à Cotonou au Bénin ». In *Communication en Question*, n° 12, ISSN : 2306 - 5184, 23p. (en ligne), Consulté le 12/04/2022, URL : <https://www.comenquestion.com/Com%20en%20question%2012/FINAL%20FEV%202020/ARTICLES%20PDF%20FEVRIER%202020/17-%20KALU%20p.326-348.pdf>
- LITS Grégoire, COUGNON Louise-Amélie, HEEREN Alexandre, HANSEEUW Bernard & GURNET Nathan. 2020. « Analyse de « l'infodémie » de Covid-19 en Belgique francophone » 57p. (en ligne), consulté le 25/03/2022, URL : <https://files.de1.osf.io/v1/resources/wsuj3/providers/osfstorage/5eb5486f877c5e00f63a4fc4?action=download&direct&version=2>
- MAHOUSI Wenceslas. 2021. « La Covid-19 et la participation citoyenne en ligne au Bénin : Essai de typologie des acteurs », in *Acte de colloque international sur politique publique et construction de l'état national en Afrique de l'ouest francophone*, Université d'Abomey-Calavi (Bénin) du 13 au 15 janvier 2021. p. 103 à 113
- OMS. 2018. *Communication du risque pendant les urgences sanitaires: directives stratégiques et pratiques de l'OMS pour la communication sur les risques en*

- situation d'urgence* [Communicating risk in public health emergencies: a WHO guideline for emergency risk communication (ERC) policy and practice]. Genève : Organisation mondiale de la Santé. Licence : CC BY-NC-SA 3.0 IGO. Consulté en ligne le 25/06/2021.
- SOSSOU Roméo .2016. « Médias sociaux (Facebook et Whatsapp) et liens sociaux à Cotonou : reconfiguration ou rupture ? » Université d'Abomey-Calavi - Maîtrise en Sociologie-Anthropologie (en ligne) Consulté le 22/01/2022 sur : https://www.memoireonline.com/01/17/9509/m_Medias-sociaux-Facebook-et-Whatsapp-et-liens-sociaux-a-Cotonou--reconfiguration-ou-rupture--0.html
- STABEL Caitlin. 2018. « La communication de crise à l'ère des réseaux sociaux Étude de cas : La communication de crise de Brussels Airport sur Twitter lors des attentats du 22 mars 2016 », Mémoire de Master, ku Leuven, 90p. (en ligne) consulté le 20/03/2022, URL : https://www.scriptiebank.be/sites/default/files/thesis/2018-09/Caitlin_Stabel_MP_finaal.pdf
- UNESCO .2020. « La perception de la communication sur la COVID-19 en Afrique de l'Ouest (hors Sahel)». Rapport, 24p (en ligne). Consulté le 07/03/2021 sur <https://unesdoc.unesco.org>
- WARR, Peter.1994. «A Conceptual Framework for the Study of Work and Mental Health». Work & Stress: An International Journal of Work, Health & Organisations, 8, 84-97. (en ligne), consulté le 12/04/2022, URL: <https://doi.org/10.1080/02678379408259982>
- ZARA Laouan Fatouma. 2020. « Analyse rapide du genre - COVID-19 Afrique de l'Ouest - avril », (en ligne), consulté le 7/03/2022, URL : <https://reliefweb.int/report/benin/analyse-rapide-du-genre-covid-19-afrique-de-louest-avril-2020>