

Stigmatisation sociale associée au COVID-19



Un guide pour prévenir et combattre la stigmatisation sociale¹

Public cible : Gouvernement, médias et organisations locales concernés par le nouveau coronavirus (COVID-19).



QU'EST-CE QUE LA STIGMATISATION SOCIALE ?

La stigmatisation se produit lorsqu'une maladie est associée à une population (par exemple, dans le cas du nouveau coronavirus (COVID-19), les personnes d'origine asiatique sont associées à la maladie.)



En cas de pandémie, les personnes sont étiquetées, stéréotypées, séparées et/ou subissent une atteinte à leur statut et une discrimination en raison d'une association à une maladie, ce qui peut avoir des conséquences négatives sur les personnes atteintes elles-mêmes, ainsi que sur leurs soignants, leur famille, leurs amis et leur communauté.

POURQUOI LE COVID-19 EST-IL SI STIGMATISANT ?

Le de COVID-19 a provoqué une stigmatisation sociale et des comportements discriminatoires qui en résultent à l'encontre des personnes d'origine asiatique. Le nouveau coronavirus est une maladie récente présentant de nombreuses inconnues, telles que : 1. la compréhension du mode de propagation du virus ; 2. la procédure de traitement en cas de maladie ; 3. l'origine du virus afin de pouvoir l'endiguer.

Un manque de compréhension ou un accès insuffisant à l'information peut provoquer la peur ou la panique au sein des communautés, ce qui conduit à des suppositions irrationnelles et à la nécessité de rejeter la faute sur les autres.

La confusion, l'anxiété et la peur qui règnent au sein de la population ne sont guère surprenantes. Il est tragique de constater que ces facteurs - confusion, anxiété et peur - alimentent des stéréotypes néfastes et le racisme. On entend de plus en plus fréquemment parler d'Asiatiques ou des personnes d'origine asiatique, de touristes, d'étudiants et de résidents de longue durée, qui sont maltraités et discriminés en raison d'idées fausses selon lesquelles ils pourraient être une source du nouveau coronavirus (COVID-19).

QUEL EST L'IMPACT ?

Les attitudes stigmatisantes et xénophobes peuvent nuire à la cohésion sociale et provoquer un éventuel isolement social des groupes stigmatisés. Cela pourrait contribuer à une situation où le virus serait plus, et non moins, susceptible de se propager. En fait, la stigmatisation peut :

¹ Cette liste de contrôle comprend les recommandations du Johns Hopkins Center for Communication Programs, READY Network.

- Pousser la communauté à cacher la maladie pour éviter la discrimination ;
- Empêcher la communauté de se faire soigner immédiatement ; et
- Empêcher d'adopter des comportements propices à la bonne santé.

Les conséquences se traduisent par des problèmes de santé plus graves et par des difficultés à endiguer une épidémie.

COMMENT LUTTER CONTRE LA STIGMATISATION SOCIALE ?

La stigmatisation et la peur qui entourent les maladies transmissibles entravent indéniablement la riposte. La confiance dans des services et des conseils de santé fiables, l'empathie avec les personnes touchées, la compréhension de la maladie elle-même et l'adoption de mesures pratiques efficaces permettant aux individus de se protéger ainsi que leurs proches sont autant de facteurs efficaces.

La façon dont nous parlons et communiquons sur le COVID-19 est essentielle, pour aider la communauté à prendre des mesures efficaces, et ainsi combattre la maladie et éviter d'alimenter davantage la peur et la stigmatisation. Il faut créer un environnement dans lequel la maladie et son impact peuvent être discutés et abordés ouvertement, honnêtement et efficacement.

Voici quelques conseils sur la manière d'aborder et d'éviter la stigmatisation sociale :

1. [Les mots sont importants](#) : ce qu'il faut faire et ne pas faire lorsque vous parlez du nouveau coronavirus (COVID-19).
2. [Contribuez aux efforts](#) : des idées simples pour faire disparaître la stigmatisation.
3. [Conseils et messages de communication](#).

LES MOTS SONT IMPORTANTS :

Lorsqu'on parle des coronavirus, certains mots (cas suspect, isolement...) et le langage peuvent avoir un impact négatif pour la communauté et alimenter des attitudes stigmatisantes. Ils peuvent perpétuer des stéréotypes ou des suppositions négatives existantes, renforcer les fausses associations entre la maladie et d'autres facteurs, créer une peur généralisée ou déshumaniser les personnes atteintes de la maladie.

Autant d'éléments qui pourraient dissuader la communauté de se faire dépister, tester et mettre en quarantaine. Nous recommandons un langage qui respecte les personnes et leur donne les moyens de se prendre en charge, dans tous les canaux de communication, y compris les médias. Les mots utilisés dans les médias sont particulièrement importants, car ils vont façonner le langage populaire et la communication sur le nouveau coronavirus (COVID-19). Une déclaration négative peut influencer la façon dont les personnes soupçonnées d'être atteintes du nouveau coronavirus (COVID-19), les patients et leurs familles ainsi que les communautés touchées sont perçus et traités.

De nombreux exemples concrets peuvent illustrer la manière dont l'utilisation d'un langage inclusif et d'une terminologie moins stigmatisante peut faciliter la lutte contre les épidémies et les pandémies de VIH, de tuberculose et de grippe H1N1.²

² Guide de terminologie [de l'ONUSIDA](#) : de « victime du sida » à « personnes vivant avec le VIH » ; de « lutte contre le sida » à « réponse au sida ».

À FAIRE ET À NE PAS FAIRE

Vous trouverez ci-dessous quelques conseils de langage sur ce qu'il convient de **faire et de ne pas faire** lorsqu'on parle du nouveau coronavirus (COVID-19) :

À FAIRE - Parler du nouveau coronavirus (COVID-19).

À ne pas faire - N'associez pas de lieux ou d'ethnies à la maladie, il ne s'agit pas d'un « virus de Wuhan », d'un « virus chinois » ou d'un « virus asiatique ».

Le nom officiel de la maladie a été délibérément choisi pour éviter la stigmatisation - le « co » signifie Corona, le « vi » pour virus et le « d » pour maladie, 19 est parce que la maladie est apparue en 2019.

À FAIRE - Parler de « personnes atteintes du COVID-19 », « personnes qui sont traitées pour le COVID-19 », « personnes qui se remettent du COVID-19 » ou « personnes qui sont mortes après avoir contracté le COVID-19 ».

À ne pas faire - Ne pas qualifier les personnes atteintes de la maladie comme des « cas COVID-19 » ou des « victimes ».

À FAIRE - Parler des « personnes susceptibles d'être atteintes du COVID-19 » ou des « personnes susceptibles présumées atteintes du COVID-19 ».

À ne pas faire - Ne pas parler de « suspects COVID-19 » ou de « cas suspects ».

À FAIRE - Parler des personnes « acquérant » ou « contractant » le COVID-19.

À ne pas faire - Ne pas parler de personnes qui « transmettent le COVID-19 », « infectent les autres » ou « répandent le virus », car cela implique une transmission intentionnelle et attribue des responsabilités. L'utilisation d'une terminologie criminalisante ou déshumanisante donne l'impression que les personnes atteintes de la maladie ont d'une certaine manière fait quelque chose de mal ou sont moins humaines que le reste d'entre nous, ce qui alimente la stigmatisation, compromet l'empathie et alimente potentiellement une plus grande réticence à se faire soigner ou à se soumettre à un dépistage, à un test et à une quarantaine.

À FAIRE - Parler avec précision des risques associés au COVID-19, en se basant sur les données scientifiques et les derniers conseils officiels en matière de santé.

À ne pas faire - Ne pas répéter ou partager des rumeurs non confirmées, et éviter d'utiliser un langage hyperbolique conçu pour générer la peur comme « la peste », « l'apocalypse », etc.

À FAIRE - Parler de manière positive et souligner l'efficacité des mesures de prévention et de traitement. Pour la plupart des gens, il s'agit d'une maladie qu'ils peuvent surmonter. Il existe des mesures simples que nous pouvons tous prendre pour nous protéger, protéger nos proches et protéger les personnes les plus vulnérables.

À ne pas faire - Ne pas insister ou s'attarder sur les aspects négatifs ou les messages de menace. Nous devons travailler ensemble pour aider à assurer la sécurité des personnes les plus vulnérables.

À FAIRE - Insister sur l'efficacité de l'adoption de mesures de protection pour prévenir

la contamination par le nouveau coronavirus, ainsi que sur le dépistage précoce, les tests et les traitements.

CONTRIBUEZ AUX EFFORTS :

Les gouvernements, les citoyens, les médias, les principaux intervenants influents et les communautés jouent un rôle important pour mettre fin à la stigmatisation qui entoure les personnes originaires de Chine et d'Asie en général. Nous devons tous faire preuve de discernement et de sensibilité lorsque nous communiquons sur les médias sociaux et autres plateformes de communication, en adoptant des comportements solidaires face au nouveau coronavirus (COVID-19).

Voici quelques exemples et conseils sur les actions possibles pour contrer les attitudes stigmatisantes :

- **Diffusez les faits** : la stigmatisation peut être aggravée par une connaissance insuffisante des modes de transmission et de traitement du nouveau coronavirus (COVID-19) et des moyens visant à endiguer l'infection. Pour y remédier, il convient de donner la priorité à la collecte, à la consolidation et à la diffusion d'informations précises, propres à chaque pays et à chaque communauté, sur les zones touchées, la vulnérabilité des individus et des groupes au COVID-19, les possibilités de traitement et les lieux où l'on peut accéder aux soins et aux informations. Utilisez un langage simple et évitez les termes cliniques. **Les médias sociaux** sont utiles pour atteindre un grand nombre de personnes avec des informations sur la santé à un coût relativement faible.³
- **Collaborez avec des personnes influentes sur le plan social**⁴telles que les chefs religieux pour susciter une réflexion sur les personnes stigmatisées et sur la manière de les soutenir, ou des célébrités respectées pour amplifier les messages qui réduisent la stigmatisation. L'information doit être bien ciblée et les célébrités à qui l'on demande de communiquer des informations doivent être personnellement engagées et être proches, géographiquement et culturellement, des publics qu'elles cherchent à influencer. Un exemple serait un maire (ou un autre influenceur clé) se rendant en direct sur les médias sociaux et serrant la main du chef de la communauté chinoise.
- **Amplifiez les voix**, les témoignages et les images des habitants locaux qui ont été traités pour le nouveau coronavirus (COVID-19) et qui ont été guéris, ou qui ont soutenu un proche pendant un traitement pour démystifier le traitement et soulignez que le COVID-19 peut être guéri. Aussi, **la mise en place d'une campagne « héros »** honorant les soignants et les travailleurs de la santé qui peuvent être stigmatisés. Les volontaires communautaires jouent également un rôle important dans la réduction de la stigmatisation au sein des communautés.

- **Veillez à représenter les différents groupes ethniques.** Évitez d'utiliser constamment des visuels qui ne représentent qu'un seul groupe (p. ex. les Asiatiques), ou des polices de caractères et des symboles qui évoquent un groupe spécifique. Vos documents devront montrer des communautés diverses et être adaptés au contexte local.

³ Le Nigeria a réussi à contenir l'épidémie d'Ebola de 2014 qui a touché trois autres pays d'Afrique de l'Ouest, en partie grâce à des campagnes ciblées dans les médias sociaux visant à diffuser des informations exactes et à corriger les canulars circulant sur Twitter et Facebook. L'intervention a été particulièrement efficace grâce aux organisations non gouvernementales (ONG) internationales, aux influenceurs des réseaux sociaux, aux célébrités et aux blogueurs qui ont utilisé leurs vastes plateformes pour transmettre et partager des informations et des opinions sur la communication en matière de santé. Fayoyin, A. 2016. Engager les réseaux sociaux dans la communication sur la santé en Afrique : Approches, résultats et enseignements. *Journal of Mass Communication and Journalism*, 6(315).

⁴ Le terme « effet Angelina Jolie » a été inventé par des chercheurs en communication de la santé publique pour tenir compte de l'augmentation des recherches sur Internet sur la génétique et le dépistage du cancer du sein pendant plusieurs années après 2013 ; l'actrice Angelina Jolie a subi une double mastectomie préventive très médiatisée. L'« effet » suggère que l'appui de célébrités, provenant de sources fiables, peut s'avérer efficace et ainsi influencer le public à rechercher des connaissances sur la santé, leurs attitudes envers les services de soins de santé liés au Covid-19 et leur utilisation de ces services.

- **Journalisme éthique :** les reportages journalistiques qui mettent trop l'accent sur le comportement individuel et sur la responsabilité des patients dans la possession et la « propagation du COVID-19 » peuvent accroître la stigmatisation des personnes susceptibles d'être atteintes de la maladie. Certains médias ont par exemple concentré leurs investigations sur la recherche de la source du COVID-19, en essayant d'identifier le « patient zéro » dans chaque pays. De plus, l'accent mis sur les efforts pour trouver un vaccin et un traitement peut accroître la peur et donner l'impression que nous sommes impuissants à stopper les infections. Il faut plutôt promouvoir le contenu autour des pratiques de base de prévention des infections, des symptômes du COVID-19 et du moment où il faut se faire soigner.
- **Connectez-vous :** il existe un certain nombre d'initiatives visant à lutter contre la stigmatisation et les stéréotypes, il est essentiel d'établir un lien avec ces activités afin de créer un mouvement et un environnement positifs qui témoignent d'une attention et d'une empathie pour tous.

CONSEILS ET MESSAGES DE COMMUNICATION

Une « **infodémie** » de désinformation et de rumeurs se répand plus rapidement que l'épidémie actuelle du nouveau coronavirus (COVID-19), ce qui contribue à produire des effets négatifs, notamment la stigmatisation et la discrimination des personnes originaires des zones touchées par l'épidémie. Nous devons faire preuve d'une solidarité collective, et disposer d'informations claires et exploitables pour soutenir les communautés et les personnes touchées par cette nouvelle épidémie.

Les idées fausses, les rumeurs et la désinformation contribuent à la stigmatisation et à la discrimination qui entravent les efforts de riposte.

- **Corrigez les idées fausses**, tout en reconnaissant que les sentiments des gens et le comportement qui en découle sont très réels, même si l'hypothèse sous-jacente est fausse.
- **Encouragez l'importance de la prévention**, des actions de secours, du dépistage précoce et du traitement.

La solidarité collective et la coopération mondiale sont nécessaires pour prévenir toute nouvelle transmission et apaiser les inquiétudes des communautés.

- **Partagez des témoignages agréables**, ou des récits qui humanisent les expériences et les luttes des individus ou des groupes touchés par le nouveau coronavirus (COVID-19).
- **Communiquez votre soutien** et vos encouragements à ceux qui sont en première ligne dans la lutte contre cette épidémie (professionnels de la santé, bénévoles, dirigeants communautaires, etc.)
- **Ce sont les faits, et non la peur, qui permettront d'endiguer la propagation du nouveau coronavirus (COVID-19)**
 - Partagez des faits et des informations précises sur la maladie ;
 - Remettez en question les [mythes](#) et les stéréotypes ;
 - Choisissez vos mots avec discernement. La façon dont nous communiquons peut affecter l'attitude des autres (voir ce qu'il convient de faire et de ne pas faire ci-dessus).