

# Formation Complète

28 juin – 21 juillet 2022

PRÉSENTÉ PAR GAVI, WHO, UNICEF &  
US CDC



# Lutter contre la mésinformation en matière de santé

Tina Purnat

Chef d'équipe pour la gestion d'infodémie

Département de la préparation et de la prévention  
aux pandémies et aux épidémies

Programme des urgences sanitaires de l'OMS

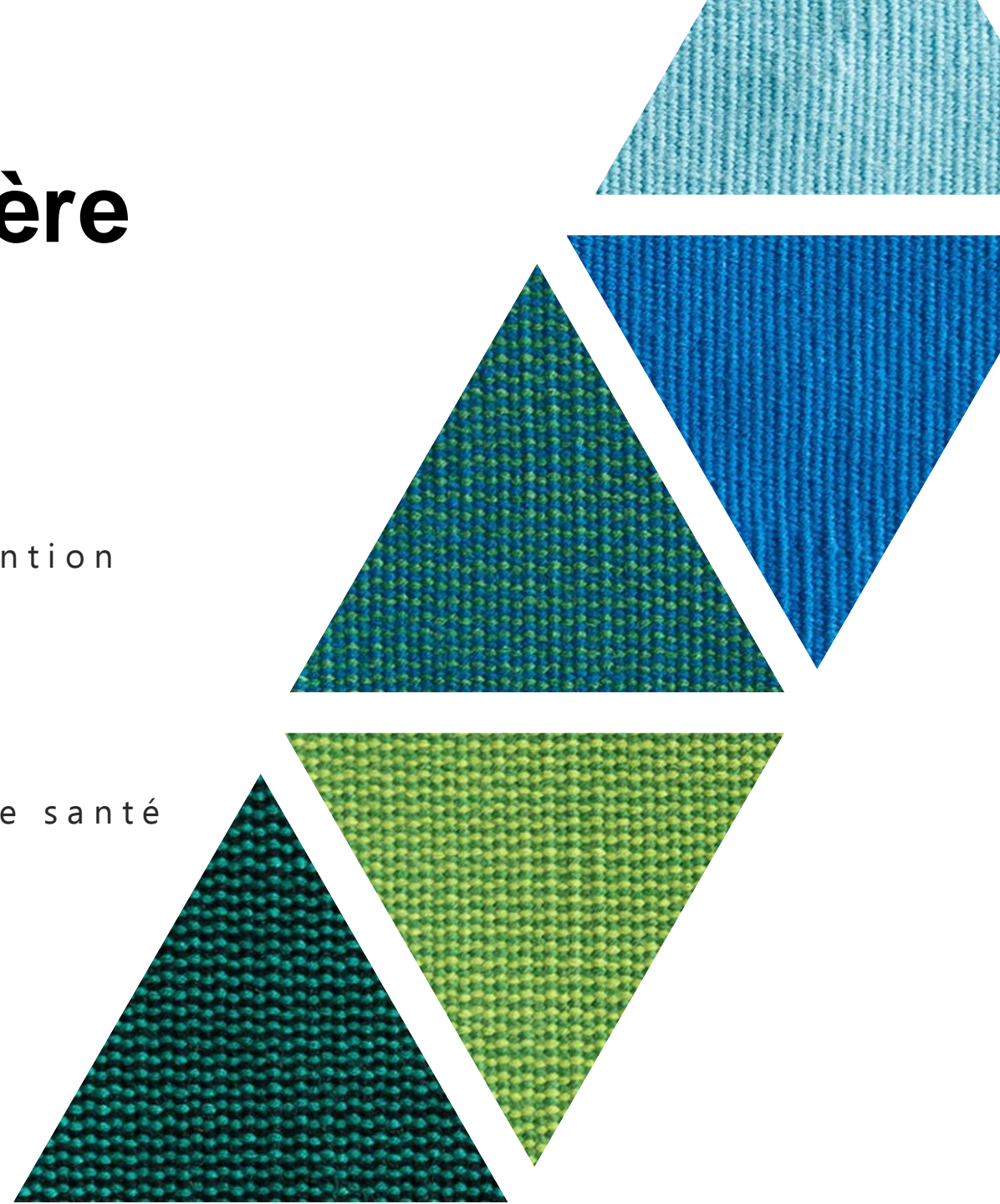
Elisabeth Wilhelm

Spécialiste de la communication en matière de santé

Équipe de la demande de vaccination

Division de la vaccination mondiale

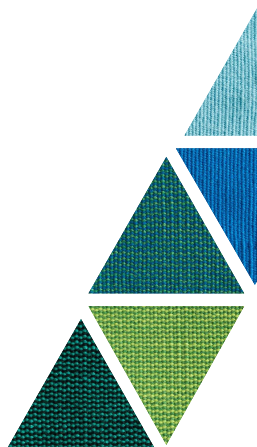
US CDC



# Objectifs d'apprentissage

Les participants vont...

- Définir les termes de base associés à l'infodémie
- Décrire les approches courantes utilisées pour manipuler les gens avec de fausses informations et comment y répondre
- Apprendre les stratégies et les outils permettant de réfuter, d'étouffer et de la mésinformation en matière de santé.



# Définitions

## Ecosystème d'information

L'échange d'informations et la communication dans une société numérisée

## Science incertaine

L'absence de réponses définitives ou de mises à jour scientifiques aux questions auxquelles les gens cherchent des réponses.

## Pénétration des messages

Capacité d'une personne à recevoir et à comprendre l'information telle qu'elle a été conçue.

## Surcharge d'informations

Une personne est submergée d'informations, ce qui peut entraîner une certaine confusion ou des difficultés à agir en fonction des conseils reçus.

## Rumeurs

Informations, inexactes ou précises, circulant au sein d'un réseau

## Mésinformation

Informations, inexactes

## Désinformation

Mésinformation spécifiquement conçue pour atteindre un objectif

## Vides d'informations

Les personnes à la recherche d'informations mais qui constatent un manque de sources crédibles

## Infodémie

Une surabondance d'informations - y compris des informations erronées/déformées - accompagnant un événement sanitaire aigu tel qu'une épidémie.



# Types de dommages auxquels l'infodémie peut contribuer

Domaine d'impact - préjudices	Conséquences
Physique	<ul style="list-style-type: none"><li>• Connaissances précises limitées sur les traitements disponibles</li><li>• Actions mal placées</li></ul>
Social	<ul style="list-style-type: none"><li>• Victimisation et stigmatisation</li></ul>
Économique	<ul style="list-style-type: none"><li>• Se faire avoir par des escrocs</li><li>• Acheter en panique</li></ul>
Politique	<ul style="list-style-type: none"><li>• Confiance limitée dans les fonctionnaires</li><li>• Rejet des directives officielles</li><li>• Mépris des réponses apportées par le gouvernement</li></ul>
Psychologique	<ul style="list-style-type: none"><li>• Épidémie de maladies touchant la santé mentale</li><li>• Anxiété extrême</li><li>• Dépression à long terme</li></ul>

Tableau 3. Notre cadre de risque de la mésinformation en matière de santé basé sur les preuves.

Stewart, R., Madonsela, A., Tshabalala, N., Etale, L., & Theunissen, N. (2022). The importance of social media users' responses in tackling digital COVID-19 misinformation in Africa. *Digital Health, 8*, 20552076221085070.



# L'infodémie ne se résume pas à la mésinformation



Questions



Préoccupations



Vides d'information



Mésinformations



Désinformation

*Elle inclut la croissance des récits et, si maintenue, elle augmente le potentiel de nuisance.*

# L'infodémie ne se résume pas à la mésinformation

Les systèmes de santé ont plus d'influence ici



Questions



Préoccupations



Vides d'information



Mésinformations



Désinformation

*Elle inclut la croissance des récits et, si maintenue, elle augmente le potentiel de nuisance.*

# L'infodémie ne se résume pas à la mésinformation

Les systèmes de santé ont plus d'influence ici

Moins d'influence ici



Questions



Préoccupations



Vides d'information



Mésinformations



Désinformation

*Elle inclut la croissance des récits et, si maintenue, elle augmente le potentiel de nuisance.*



# Stratégies pour répondre aux questions, aux préoccupations et aux lacunes en matière d'information sur les vaccins dans votre communauté.



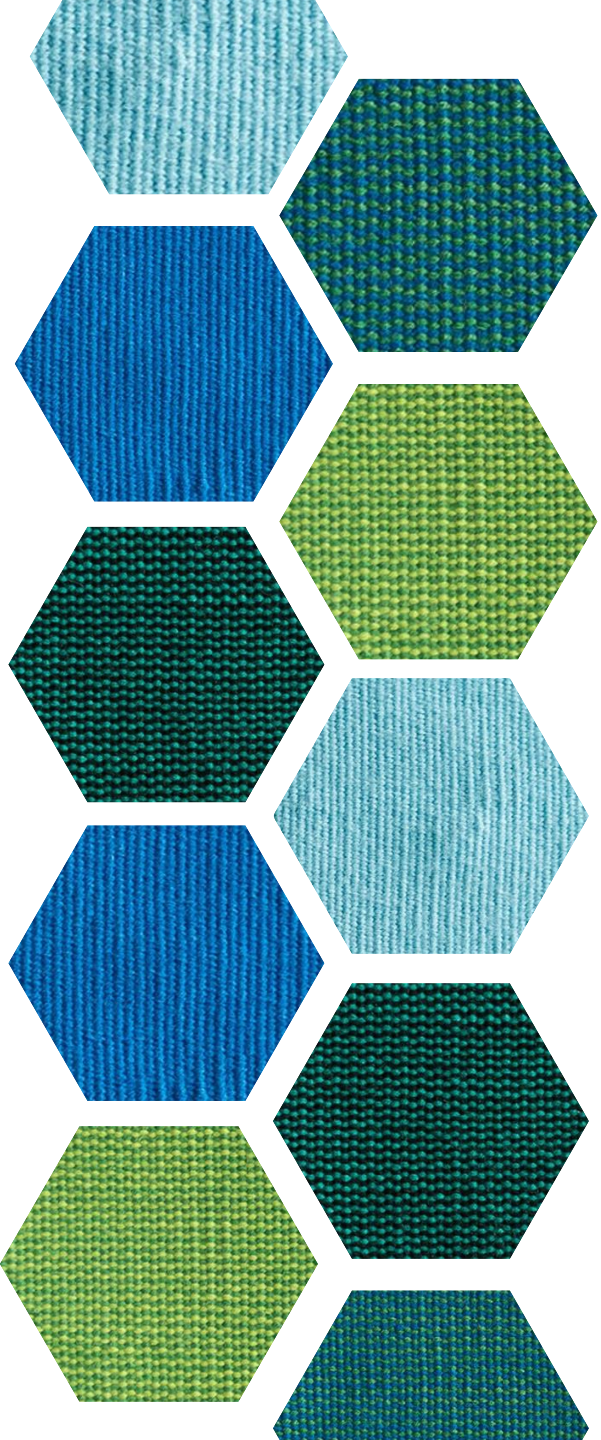
- **Écoutez et analysez les conversations et les récits** qui circulent dans votre communauté grâce à la surveillance des médias sociaux et traditionnels et à l'analyse intégrée.



- **Partagez des informations précises, claires et faciles à trouver** qui répondent aux questions courantes. Vous pouvez le faire par le biais de votre site web, des médias sociaux et d'autres endroits où votre public recherche des informations sur la santé. Utilisez également des méthodes permettant d'atteindre les personnes ayant un accès limité ou inexistant à Internet, comme la radio ou les événements communautaires.



- **Utilisez des messagers de confiance** pour renforcer la crédibilité et la probabilité d'être reconnu et accepté pour lutter contre la désinformation. Atteignez-les par canaux et les sources qu'ils consultent et auxquels ils font confiance pour obtenir des informations sur la santé, comme les chefs religieux ou les organisations communautaires.



**Types courants de mésinformation et de désinformation**

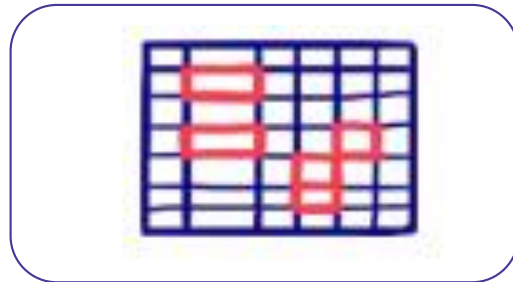
**et**

**Les raisons pour lesquelles les gens partagent des mésinformations**

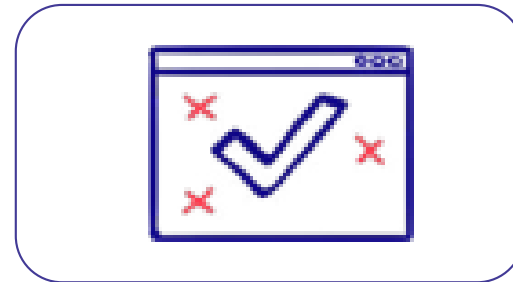
# Types courants de mésinformation en matière de santé



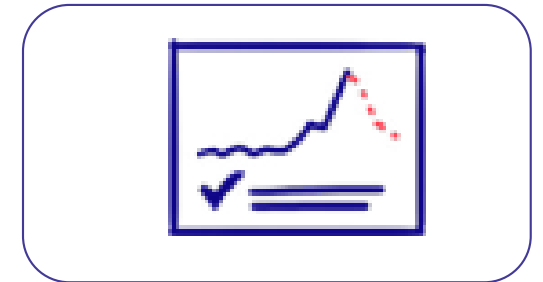
**Les mèmes** (images ou graphiques amusants et colorés) qui ont été créés pour plaisanter, mais que les gens ont commencé à partager en pensant qu'ils étaient vrais.



**Statistiques choisies à la carte.** Trop souvent, nous voyons des gens choisir le chiffre qui soutient ce qu'ils veulent défendre, mais sans toutes les données, ils n'expliquent pas les informations dans le contexte approprié...

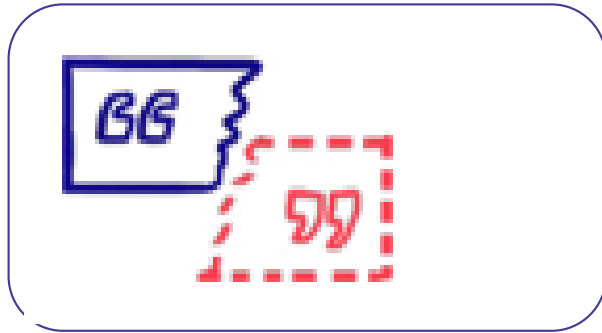


**Des sites web d'apparence professionnelle** (souvent conçus pour ressembler à des sites d'information) mais dont les articles sont tous faux ou trompeurs. Ils ont des titres sensationnels conçus pour nous inciter à cliquer dessus.

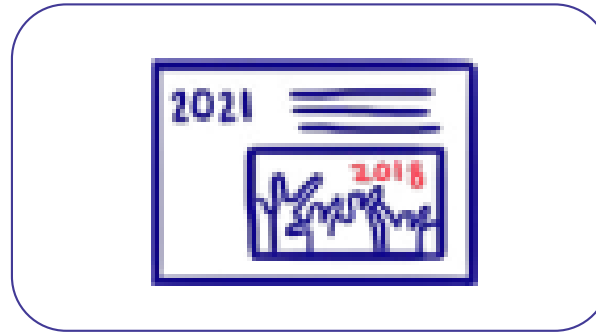


**Des graphiques ou des diagrammes trompeurs** qui ont l'air officiels mais ne disent pas tout.

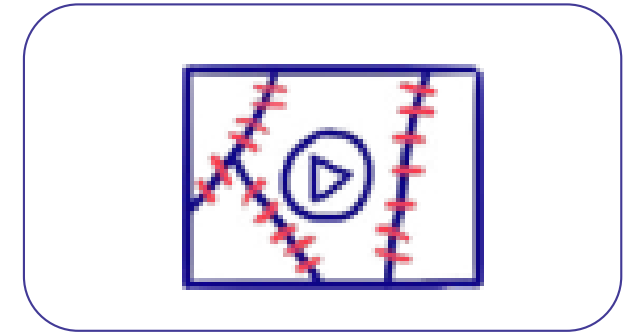
# Types courants de mésinformation en matière de santé



**Citations dont le début ou la fin ont été supprimés pour en modifier le sens.** La personne a bien dit cela, mais sans le contexte complet, ce n'est pas une représentation juste de ce qu'elle a dit.



**De vieilles images qui circulent** comme si elles étaient en fait très récentes.



**Des vidéos qui ont été éditées** pour en changer le sens.

La  
mésinformation ma  
nipule non  
seulement les faits,  
mais aussi les  
émotions.



*based on cartoon by Alfredo Garzon*

© WHO/Sam Bradd



# Les personnes qui partagent des mésinformations sur la santé ont des motivations différentes



## “Désinformateur”

Je crée délibérément des mésinformations nuisibles.



## “Arnaqueur”

Je crée des canulars pour tromper les gens, parfois pour gagner de l'argent.



## “Amateur”

Je poste fréquemment des mésinformation pour soutenir une personne ou une cause.



## “Le Partage occasionnel”

J'ai tendance à passer beaucoup de temps en ligne, et il m'arrive de partager négligemment pendant que je fais la queue ou que je scrolle tard le soir dans mon lit

## Creators



## “Créateur d'espiègleries”

Je crée des informations fausses ou trompeuses pour voir si je peux tromper les gens pour le plaisir..



## “Croyant”

Je suis profondément lié à une communauté en ligne qui diffuse des affirmations fausses et trompeuses. Je crois que les informations partagées par la communauté sont vraies et je veux les partager avec d'autres.



## “Celui qui partage trop”

Lorsque je vois quelque chose en ligne qui me semble utile ou inquiétant, j'aime partager sans vérifier, car je préfère que les gens aient le plus d'informations possible.

## Sharers



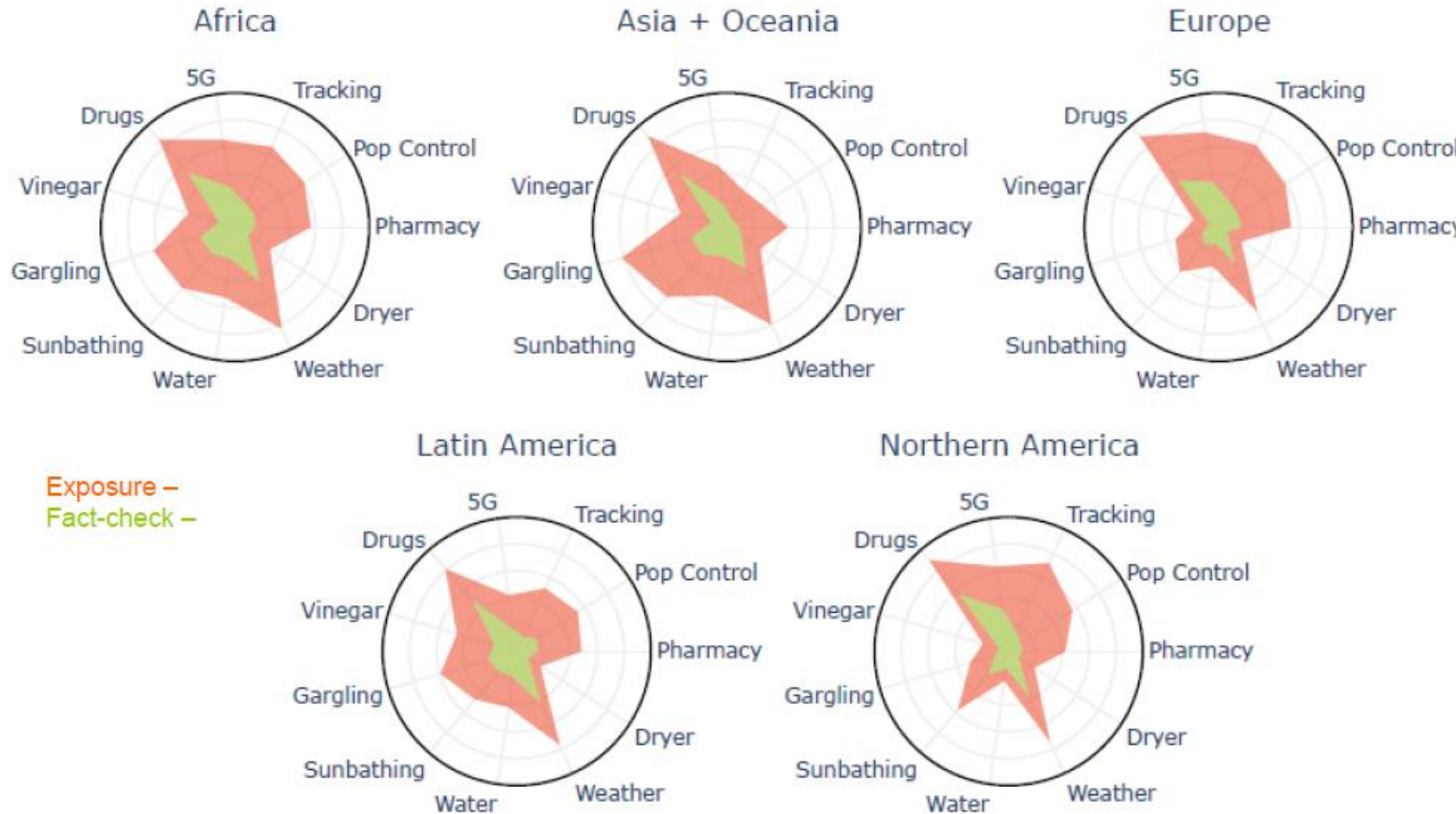


# Avez-vous abordé....

- ✓ **Des questions ?**
- ✓ **Des inquiétudes ?**
- ✓ **Vides d'Information ?**
- ✓ **Mésinformation ?**
- ✓ **Désinformation ?**

Voici quelques stratégies permettant de prévenir et de combattre les fausses informations et la désinformation:

# La lutte contre la mésinformation nécessite une hiérarchisation minutieuse et des approches de démystification.



Une forte exposition à la mésinformation ne signifie pas que les gens vont y croire.  
→ Le choix des affirmations à vérifier en premier doit être fait avec soin.

La croyance en de fausses informations semble corrélée à l'hésitation à se faire vacciner → Actions nécessaires avant que les croyances ne s'installent

Détecter les fausses informations dans les actualités ne suffit pas → Des mesures préventives (par exemple, l'envoi de faits avant les rumeurs) peuvent aider.

From presentation at the 4<sup>th</sup> WHO infodemic management conference: [https://www.youtube.com/watch?v=xBU3wATVukc&ab\\_channel=WHOEPI-WIN](https://www.youtube.com/watch?v=xBU3wATVukc&ab_channel=WHOEPI-WIN)  
Cha, Meeyoung, et al. "Prevalence of misinformation and factchecks on the COVID-19 pandemic in 35 countries: observational infodemiology study." *JMIR Human Factors* 8.1 (2021): e23279. doi: [10.2196/23279](https://doi.org/10.2196/23279)

# Le message, le messenger, le moment choisi, le canal et le format sont tous importants.

- Le public jugera de la crédibilité d'un message en fonction du message, du messenger, du format, de la fréquence et du canal par lequel il le reçoit.
- "Il ne s'agit pas seulement de ce que vous dites, mais de la manière dont vous le dites".
- N'oubliez pas que le public reçoit votre message (ou non) dans un environnement d'information bruyant.
- Ce que les gens retiennent d'un message, c'est généralement l'essentiel.



# L'essentiel d'une communication efficace

"l'essentiel d'un message"

"l'essentiel d'un message".

"**Des représentations mentales** saisissant **le sens profond de l'information**" ou de l'expérience

Hall Jamieson K. Marshaling the gist of and gists in messages to protect science and counter misinformation. Journal of Applied Research in Memory and Cognition. 2021 Dec 1;10(4). <https://psycnet.apa.org/record/2022-15515-004>



# Déployer des grandes lignes correctives de santé publique dans la vérification des faits à la une des journaux.

Offrir des résultats correctifs :



**Les vaccins contre le COVID-19 sont plus sûrs que le risque d'infection par le COVID-19 pour les personnes de tout âge.**

## SUPPOSITION

Les vaccins COVID-19 ont causé autant de décès que la maladie chez les jeunes.

## VERDICT

**non vérifiée**

VS

Renforcer une revendication problématique :

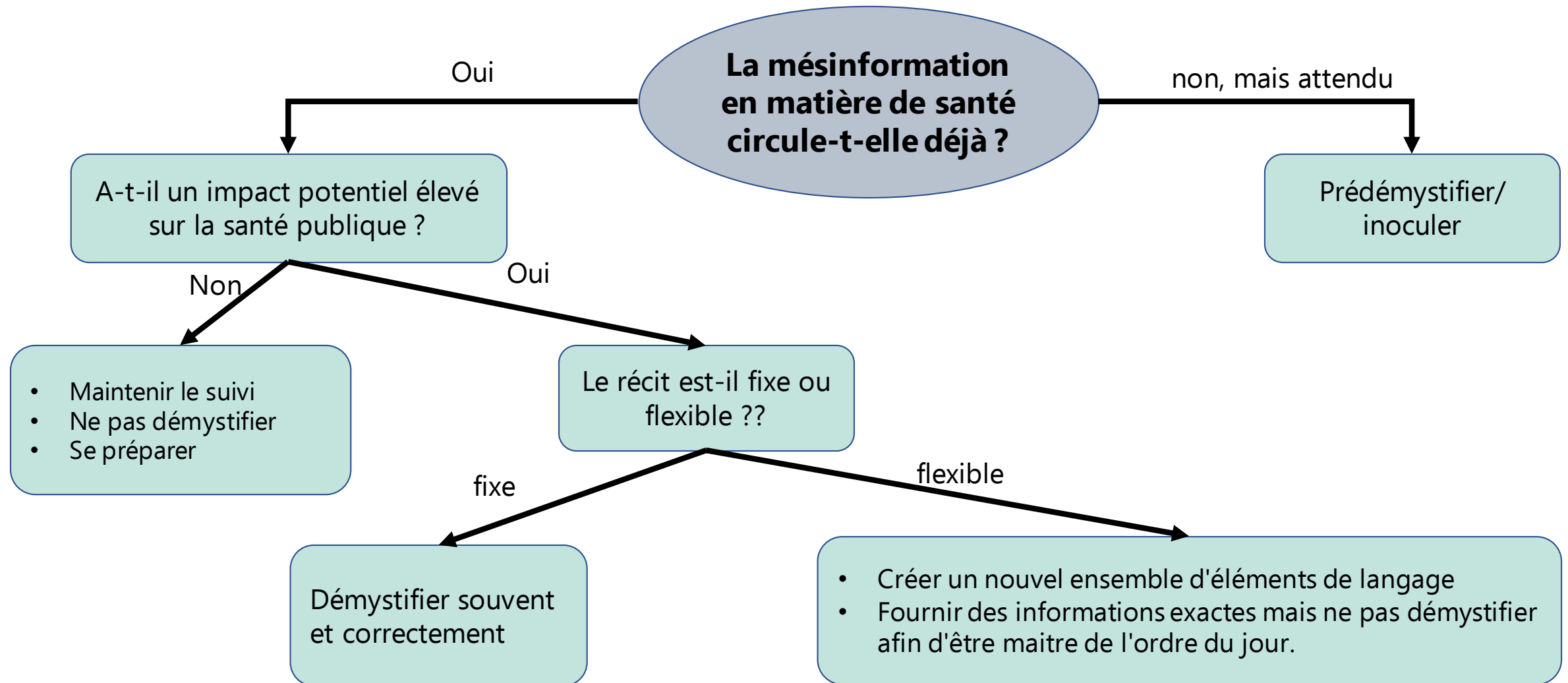


**Affirmation en partie fausse : Le vaccin contre la grippe contient des niveaux toxiques de formaldéhyde et de conservateurs dérivés du mercure.**

Hall Jamieson K. Marshaling the gist of and gists in messages to protect science and counter misinformation. Journal of Applied Research in Memory and Cognition. 2021 Dec 1;10(4). <https://psycnet.apa.org/record/2022-15515-004>




# Prédémystifier vs démystifier



Source: [Debunking Handbook](#) (adapted); ECDC addressing online vaccination misinformation course, <https://eva.ecdc.europa.eu/>



# Traiter la mésinformation de manière efficace: Le sandwich de la vérité



Fait	Avertissement	Mensonge	Fait
<ul style="list-style-type: none"><li>Commencez par le fait</li><li>Soyez clair, pertinent et marquant.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Alerte à la mésinformation !</li><li>Alerte aux tactiques trompeuses !</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Non intentionnel : Expliquez les raisons pour lesquelles les faits ont pu être mal interprétés.</li><li>Intentionnel:<ol style="list-style-type: none"><li>Reveler les tactiques</li><li>Saper la confiance dans les auteurs</li><li>Souligner les tactiques trompeuses</li><li>Révéler les intentions cachées</li></ol></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Fournit une information alternative correcte</li><li>Doit remplacer la mésinformation</li><li>Faire en sorte que l'information correcte soit plus marquante que mésinformation</li></ul>

# Des stratégies de réfutation efficaces pour contrer le négationnisme scientifique dans le public

## Réfutation technique

- Sélectivité
- Attente impossible
- Théories du complot
- Déformation des faits/fausse logique
- Faux experts

## Réfutation du sujet

- Menace de maladie
- Sécurité
- Alternatives
- Confiance
- Efficacité

- Les messages du négationnisme scientifique causent des dommages.
- Les approches de réfutation atténuent ces dommages.
- La réfutation est efficace même dans les groupes vulnérables.

# Comment répondre aux préoccupations ou à la mésinformation sans répéter le mythe?



**VIRAL FACTS AFRICA**

**FALSE INFORMATION ABOUT COVID-19 VACCINES HAS PERSISTED ONLINE DESPITE MOUNTING EVIDENCE SHOWING THAT VACCINES ARE SAFE.**

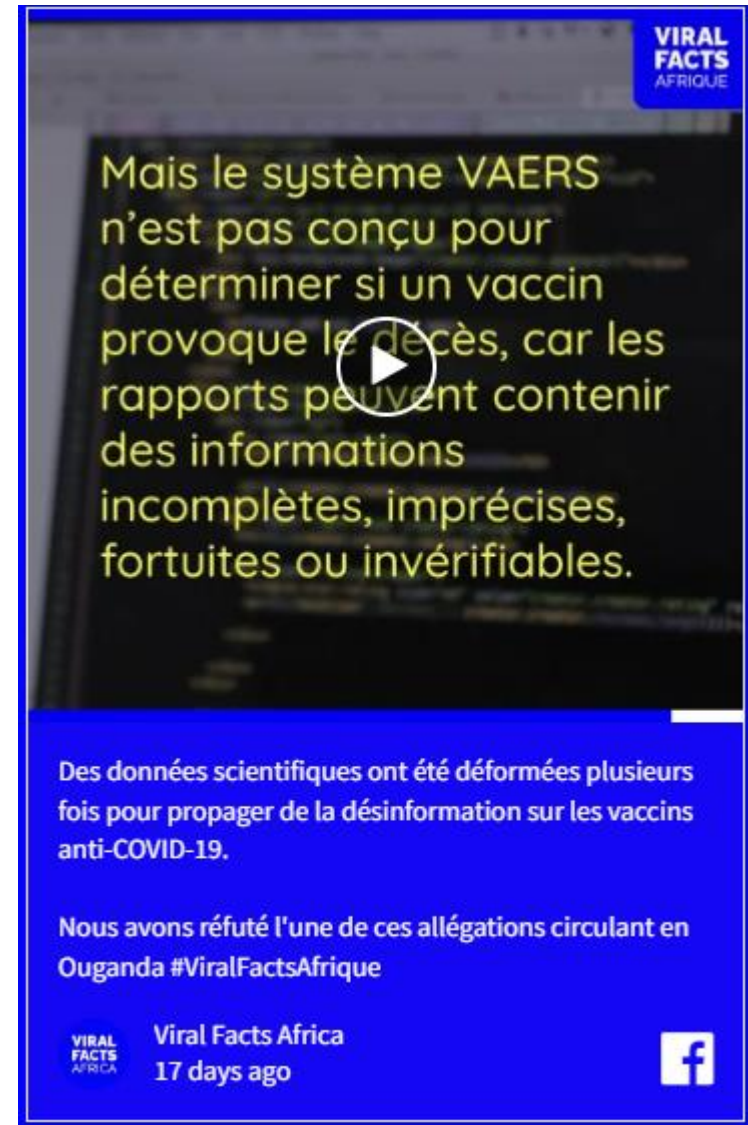
**VIRAL FACTS AFRICA** 18 days ago

Scientific data has been repeatedly misrepresented to spread misinformation about COVID-19 vaccines.

We debunked one such claim circulating in Uganda  
#ViralFactsAfrica

Share this post

<https://viralfacts.org/africa/>



**VIRAL FACTS AFRIQUE**

Mais le système VAERS n'est pas conçu pour déterminer si un vaccin provoque le décès, car les rapports peuvent contenir des informations incomplètes, imprécises, fortuites ou invérifiables.

Des données scientifiques ont été déformées plusieurs fois pour propager de la désinformation sur les vaccins anti-COVID-19.

Nous avons réfuté l'une de ces allégations circulant en Ouganda #ViralFactsAfrique

**VIRAL FACTS AFRICA** Viral Facts Africa 17 days ago

# Observatoire de la demande de vaccins

*Une collaboration entre l'UNICEF, le PGP et l'Institut de santé mondiale de Yale.*



Vaccination  
Demand  
Observatory

- Dirigé par l'UNICEF, cet observatoire forme les gestionnaires de l'infodémie à surveiller la mésinformation et à y répondre par des stratégies de communication fondées sur des preuves.
- Le VDO fournit trois services clés qui fonctionnent de concert :
  1. Identifier la mésinformation et les lacunes en matière d'information ;
  2. Répondre à la mésinformation avec le Laboratoire d'interventions pour l'acceptation des vaccins (VAIL) ; et
  3. Formation et assistance technique.



<https://dashboard.thevdo.org/>

<https://dashboard.thevdo.org/>

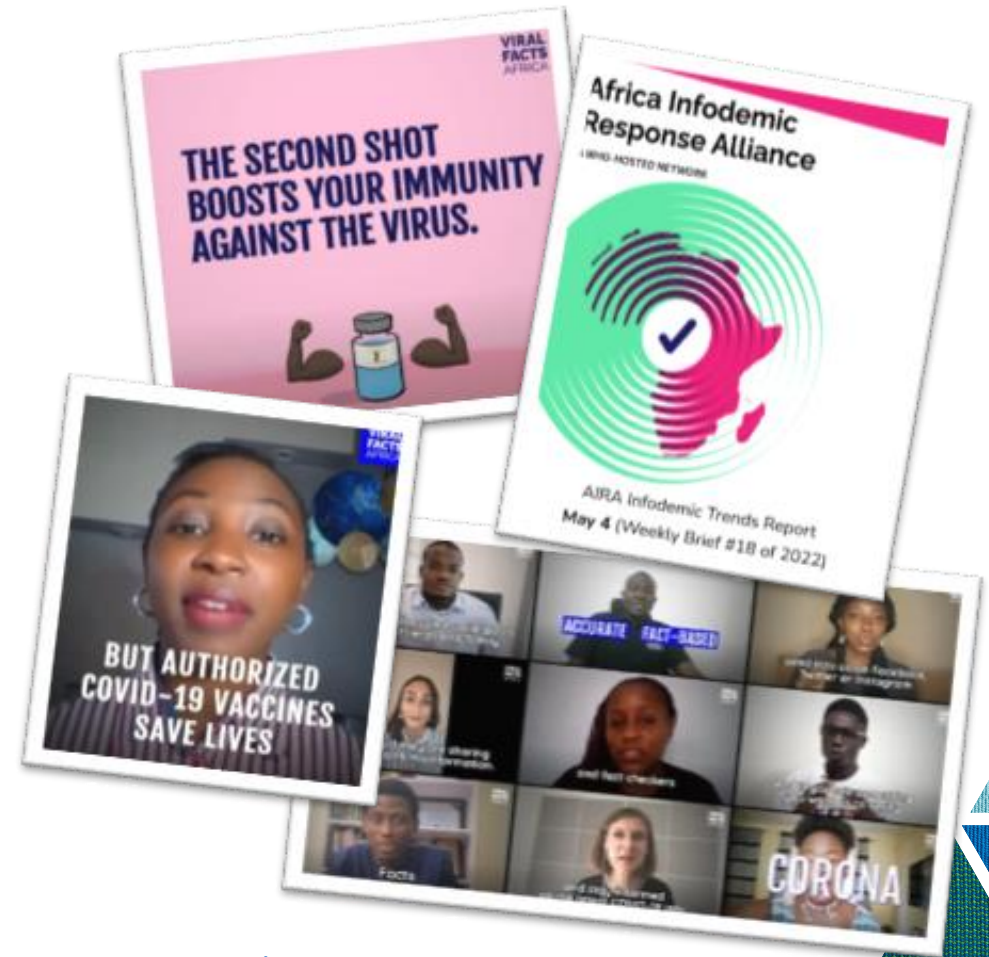


# Rapports de l'Alliance pour la réponse à l'infodémie en Afrique

*OMS AFRO, UNICEF, Africa CDC, IFRC, UNESCO, Verified, UN Global Pulse et de nombreuses organisations nationales et régionales de vérification des faits.*

**AIRA** est un réseau africain qui vise à partager des faits sûrs et prouvés sur la santé et à contrer la désinformation dangereuse en matière de santé, en se concentrant sur cinq domaines :

1. **La coordination:** Harmoniser les différents efforts déployés pour répondre à la menace infodémique aux niveaux régional et national..
2. **Recherche en infodémiologie :** Produire des recherches pour mieux comprendre les infodémies et comment y répondre.
3. **Plaidoyer :** Travailler avec les Etats membres pour ajouter la réponse infodémique à leur liste de priorités.
4. **Soutien aux pays :** Soutenir les États membres avec une stratégie et des solutions complètes de gestion des infodémies.
5. **Viral Facts:** une marque publique représentant le travail de l'alliance.



<https://www.afro.who.int/aira>

<https://www.afro.who.int/aira>

# Considérations relatives aux différents environnements opérationnels :



- Se concentrer sur l'écoute sociale pour comprendre les questions, les préoccupations et les vides d'information qui circulent dans les différentes populations.
- Veiller à ce que le contenu et les messages de communication de base soient disponibles dans plusieurs formats et langues et soient facilement partageables.
- Introduire un style éditorial de base pour les produits d'information sur la santé publiés (par exemple, des liens permanents, la datation de chaque élément de contenu ou des conseils de santé, l'utilisation de termes qui ont été testés au préalable et qui sont bien compris par la population cible).



- Donner aux agents de santé et au personnel des services de santé les moyens de lutter contre la désinformation, par exemple en déployant la technique du sandwich de la vérité.
- Répondre aux nouvelles questions et préoccupations par un contenu frais, amplifié régulièrement par différents canaux et réseaux de partenaires.
- Travailler avec des réseaux de vérification des faits pour disposer d'une page en ligne visible où les hypothèses peuvent être vérifiées et référencées



- Élaborer une stratégie de modération du contenu pour tous les canaux officiels de réseaux sociaux afin de déterminer quand il convient de réfuter, d'étouffer ou de démystifier les désinformation.
- doter les experts de la santé de compétences en matière de médias et de réseaux sociaux afin qu'ils puissent s'attaquer à la désinformation et aux négateurs des vaccins (le cas échéant)
- Soutenir les réseaux non structurés de professionnels de la santé en ligne qui s'attaquent à la désinformation en matière de santé







# Ressources

## Guidance

- WHO Infodemic health topic [page](#)
- First Draft [vaccines and misinformation resources](#)
- UNICEF [vaccine misinformation field guide](#)
- US CDC addressing vaccine misinformation [page](#)
- Community Toolkit for Addressing Health Misinformation - <https://oes.gsa.gov/collaborations/misinformation-toolkit/>
- Debunking handbook 2020 - <https://www.climatechangecommunication.org/debunking-handbook-2020/>

## Lectures/Videos

- Subscribe to [WHO Infodemic Management Newsflash](#)
- [Sergio Cecchini - Responding to the infodemic through Africa Infodemic Response Alliance - YouTube](#)

## Outils

- [Vaccination Demand Observatory](#)
- [EARS](#)

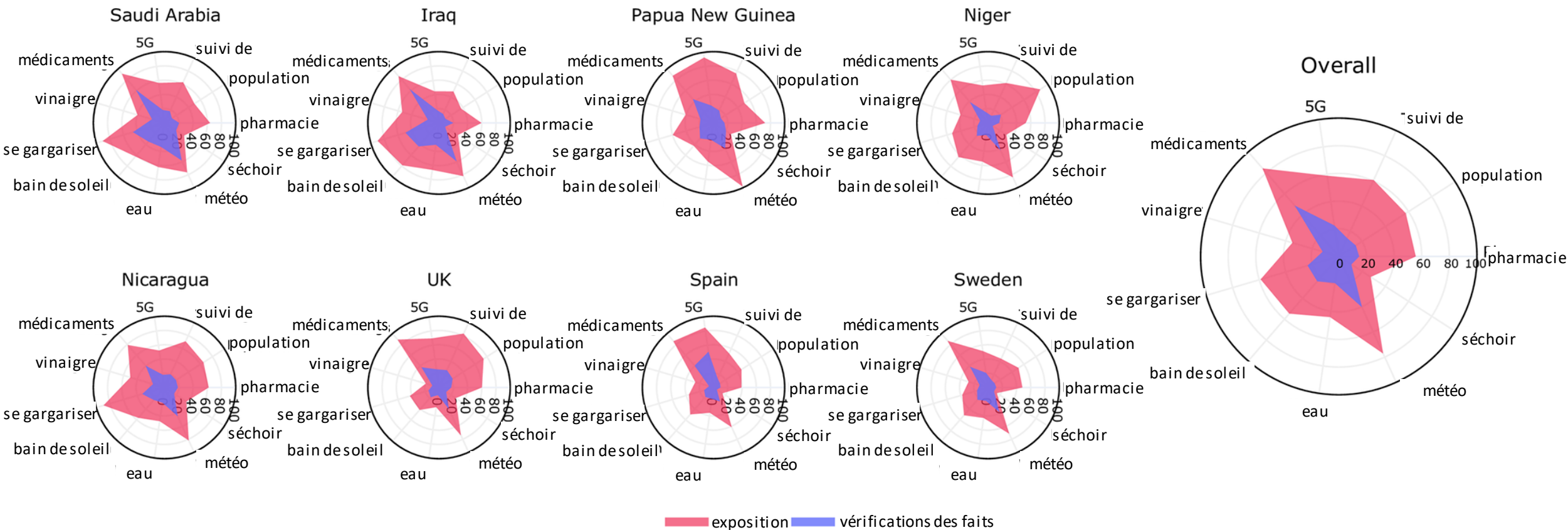


# Diapositives Supplémentaires

# Au-delà de la vérification des faits, d'autres tactiques sont nécessaires pour lutter contre la désinformation

**Fig 3. Exposition aux rumeurs et à la vérification des faits au niveau national.**

Le polygone rose présente le pourcentage pondéré de personnes ayant été exposées à des rumeurs. Le polygone violet montre l'exposition aux vérifications des faits.



Source: Singh, K., Lima, G., Cha, M., Cha, C., Kulshrestha, J., Ahn, Y. Y., & Varol, O. (2022). Misinformation, believability, and vaccine acceptance over 40 countries: Takeaways from the initial phase of the COVID-19 infodemic. *Plos one*, 17(2), e0263381.



# Les moteurs de fausses croyances

## Facteurs cognitifs

### Pensée intuitive

- Manque de pensée analytique et/ou de réflexion

### Défaillances cognitives

- Négliger les indices de la source et/ou les connaissances
- Oublier la source et/ou la contre-preuve

### Vérité illusoire

- Familiarité
- Fluidité
- Cohésion

## Fausses croyances

## Facteurs socio-affectifs

### Indices de source

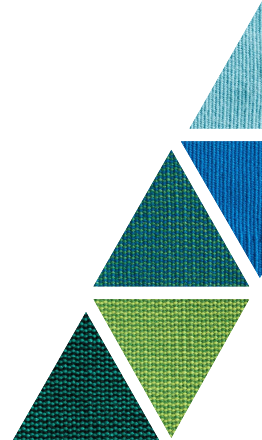
- Elites
- En groupe
- Attrayant

### Emotion

- Informations sur les émotions
- État émotionnel

### Vision du monde

- Opinions personnelles
- Partialité



# Inoculation sociale

**Exposition à une forme affaiblie de mésinformation...**

- Mésinformation neutralisée
- Immunité à travers les sujets
- Discussion post-inoculation

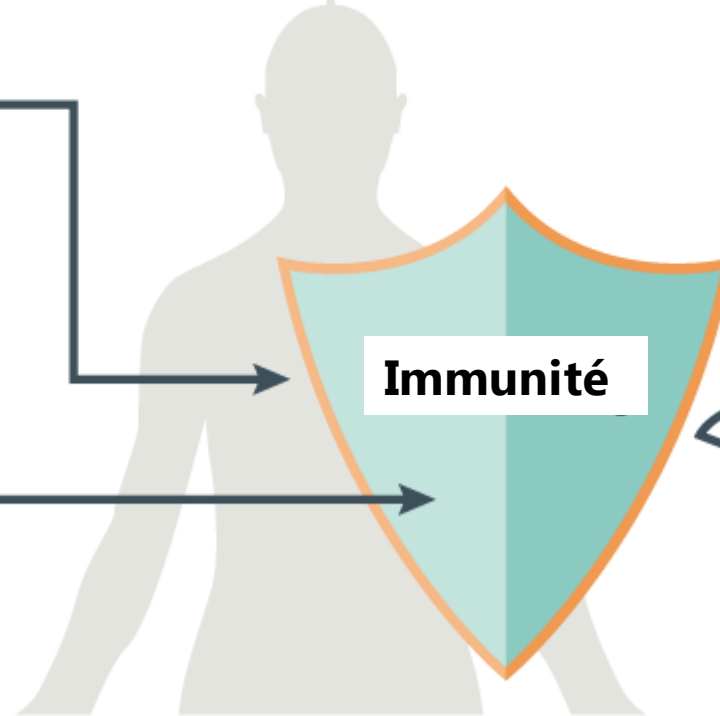
**... développe une immunité contre la mésinformation ultérieure**

Avertissement sur le risque d'être induit en erreur



Réfutations préventives

- Basé sur des faits
- Basé sur la logique
- Basé sur les sources

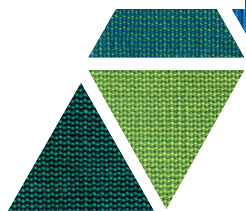


Mythe

Mythe

Mythe

Ecker UK, Lewandowsky S, Cook J, Schmid P, Fazio LK, Brashier N, Kendeou P, Vraga EK, Amazeen MA. The psychological drivers of misinformation belief and its resistance to correction. Nature Reviews Psychology. 2022 Jan;1(1):13-29.



# Stratégies de lutte contre la désinformation

**Identifier les sources probables de désinformation**  
(informations traditionnelles, contenu sponsorisé, médias sociaux, personnalités publiques)

**Anticiper les thèmes de désinformation**

**Préparer des réponses alternatives basées sur des faits**

Si le mythe n'est pas répandu

Continuer à surveiller, ne pas démystifier, mais se préparer à une réponse rapide si le mythe s'intensifie.

Si le mythe a la possibilité de se propager, on s'attend à ce qu'il soit détourné

**Déploiement de la correction**

Prévention

Réaction

## Prebunking

Le prebunking peut prendre la forme de :

- explication factuelle
- Avertissement préventif
- Avertissement générique
- Inoculation
- interventions d'information et d'éducation aux médias

## Démystifier - utiliser le "sandwich de la vérité".

### Fait

- Autre explication causale plausible
- Des détails mieux que de simples rétractations

### Mythe

- Avant-propos avec un avertissement

### Mensonge

- Expliquer l'erreur du mythe/la technique rhétorique

### Fait

- Répéter, renforcer l'explication factuelle

Ecker UK, Lewandowsky S, Cook J, Schmid P, Fazio LK, Brashier N, Kendeou P, Vraga EK, Amazeen MA. The psychological drivers of misinformation belief and its resistance to correction. Nature Reviews Psychology. 2022 Jan;1(1):13-29.



# L'essentiel d'une communication efficace

Je veux faire comme **XYZ**

Je veux que **VOUS** entendiez tout de **XYZ**

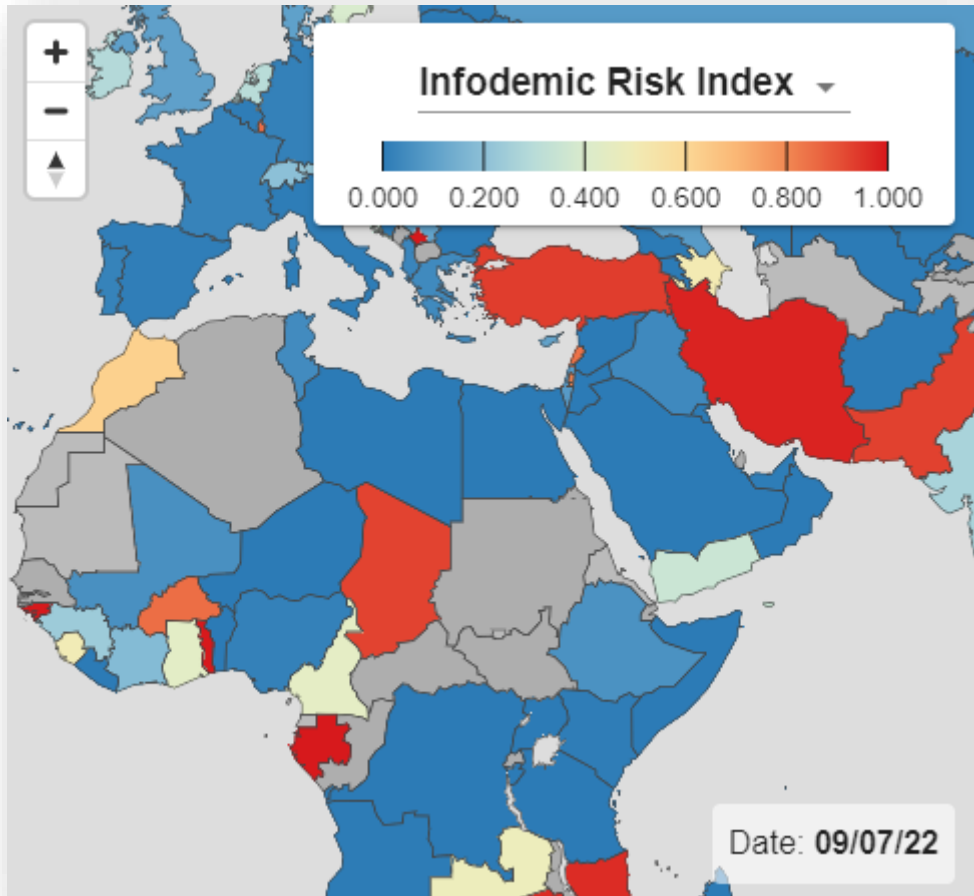
Je veux que **VOUS compreniez** et **reconnaissez** la plupart de **YZ**

Je veux que **VOUS reteniez** l'essentiel de **Z**  
(pousser une action décisive immédiatement ou dans le futur)

E  
F  
F  
i  
c  
a  
c  
e

<https://www.linkedin.com/pulse/measuring-unmeasurable-effective-communication-aparajita-karimpana>

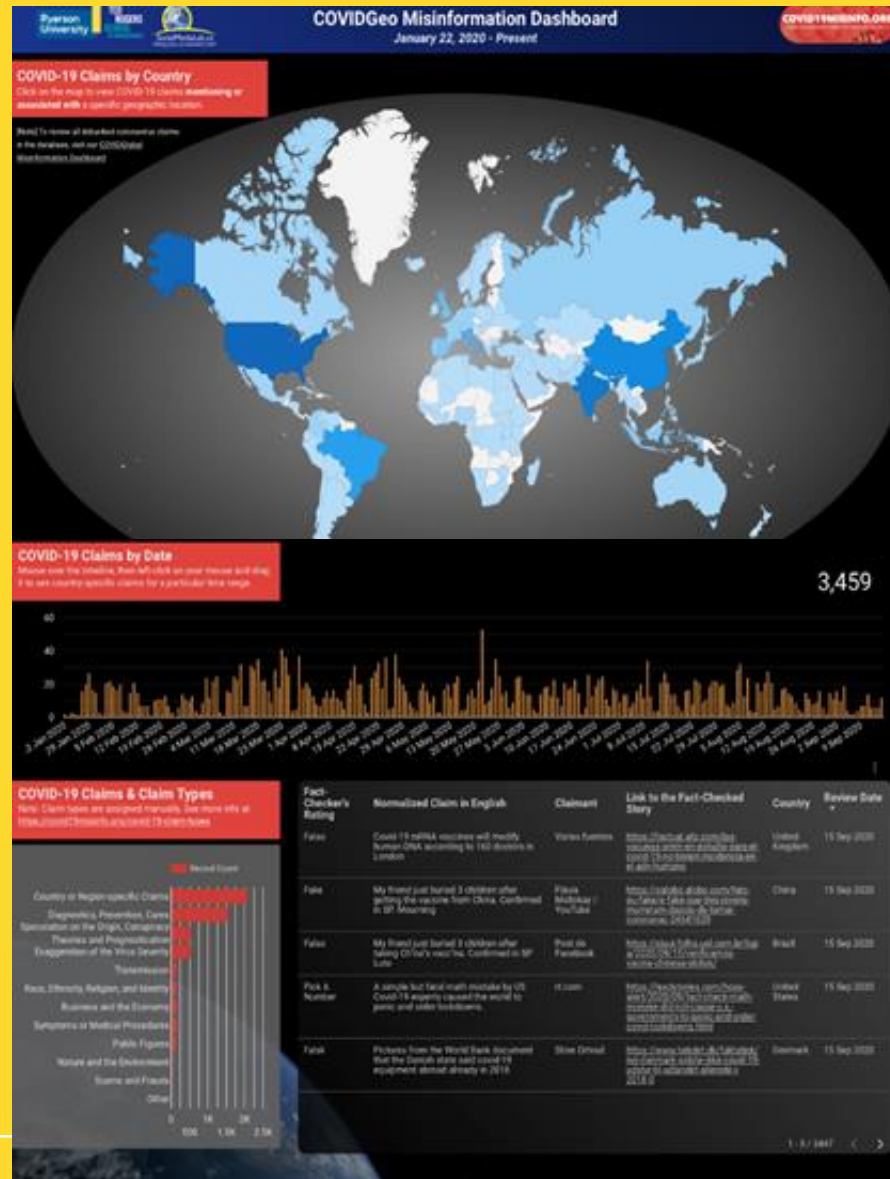
# Observatoire de l'infodémie Covid-19 - indice de risque infodémique



- Un **tableau de bord interactif** avec des estimations de l'exposition potentielle d'un pays à la **désinformation ou à la mésinformation** sur le COVID-19.
- Estime le **risque infodémique** comme l'exposition en ligne à des messages potentiellement mésinformateurs par les utilisateurs de **médias sociaux** un jour donné dans un pays spécifique, ainsi que de nombreux autres indices.

<https://covid19obs.fbk.eu/#/>

# Tableau de bord de la mésinformation de COVIDGeo



Données de l'API de Google Fact Check :

<https://toolbox.google.com/factcheck/>

De manière interactive, les utilisateurs peuvent :

- Découvrir quels sont les pays qui font le plus souvent l'objet/la cible des plaintes COVID.
- Découvrir quels types d'allégations COVID circulent en ligne qui mentionnent ou font référence à un lieu géographique spécifique.
- Découvrir quand il y a des pics dans le volume des allégations COVID démenties.
- Suivre ce que les vérificateurs de faits du monde entier ont choisi de vérifier.

Lien: <https://covid19misinfo.org/misinfowatch/misinformation-watch-covidgeo/>

Pour un ensemble plus complet de données sur les allégations COVID-19 démentifiées, *qu'un pays particulier soit mentionné ou non*:

<https://covid19misinfo.org/misinfowatch/global/>

# Modèle d'infodémiologie

## 1 Agents

Les épidémies sont causées par des souches de maladies. Les infodémies sont causées par des humains et/ou des technologies programmées par des humains. Il peut s'agir d'agents "hostiles", mais aussi d'amis, d'enseignants, de fonctionnaires, etc.



## 2 Environnements de communication



Les êtres humains ont des pensées et des sentiments qu'ils gardent pour eux-mêmes, ou qu'ils communiquent à d'autres personnes en face à face, via des technologies de communication et/ou des plateformes. Tout comme la qualité d'un environnement physique affecte la propagation d'une épidémie, la qualité d'un environnement de communication peut avoir un impact sur l'infodémie.

## 3 Information



Les pensées et les sentiments sont vécus par les humains comme des informations. L'information peut être comprise comme une donnée représentée d'une manière qui a une valeur pour quelqu'un.

Nous préférons qualifier de désinformation ou de mésinformation les représentations potentiellement nuisibles de l'information.

## 4 Les messages

Les êtres humains partagent des informations par le biais de messages. Tout comme un agent pathogène cherche un hôte auquel il peut transmettre et recevoir des messages biologiques, les êtres humains cherchent des publics (parfois réels, parfois imaginaires) auxquels ils transmettent et reçoivent des messages de communication.

## 5 Formats de transfert

Les humains ont tendance à intégrer les messages dans des formats, des genres et des rythmes socialement acceptés. Le format est un élément essentiel de la communication, car il permet souvent de déterminer la réaction du public à un message avant même que le contenu ne soit lu ou regardé.

### moyen de communication



Parole, texte, images, en direct, édité, filtré, etc.

### genre



Reportage, annonce officielle, parodie, etc.

### rythme



Le rythme dépend souvent des réceptions sociales ou technologiques (par exemple, l'amplification ou l'atténuation algorithmique). La perception que l'information circule à un rythme trop rapide est qualifiée de surcharge.

## 6 Diffusion infodémique

Nous devenons un hôte lorsque nous acceptons ou diffusons un message nuisible qui peut se traduire par des choix de comportement négatifs (par exemple, le rejet des vaccins). Le contact avec un message nocif ne garantit pas qu'une personne devienne un hôte infodémique : c'est l'assimilation (par le comportement ou la propagation du message) qui importe..



**hôte**

**hôte?**

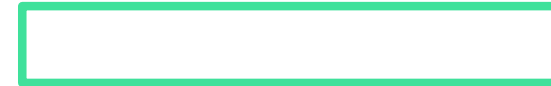
**PUBLICS**

# Le message, le messenger et le format sont tous importants



Informé par l'écoute sociale :

- Élaborer des messages qui répondent aux lacunes en matière de sensibilisation et de connaissances
- Développer des messages sous-jacents qui s'attaquent à la cause profonde expliquant la raison pour laquelle les questions/préoccupations/récits/mauvaise information circulent.





# Comment répondre aux négationnistes des vaccins en public ?



Best practice guidance //

How to respond to vocal vaccine deniers in public



<https://www.who.int/europe/publications/i/item/WHO-EURO-2017-2899-42657-59427>

## Règle 1

Le grand public est votre public cible, pas les négateurs de vaccins qui se font entendre..

## Règle 2

Visez à démasquer les techniques utilisées par les négationnistes du vaccin et à corriger le contenu de leurs messages.

## Objectif

Favoriser la résilience du public contre les déclarations et les récits anti-vaccins : renforcer ceux qui hésitent à se faire vacciner et soutenir ceux qui ont l'intention de se faire vacciner dans leur décision d'accepter la vaccination.

*Soyez prudent dans le choix du moment, du lieu et de la situation où vous participez à un débat public*