

## Fiche 14

### Mieux vaut prévenir que guérir... l'inoculation

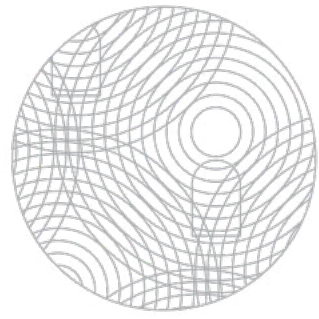
L'inoculation (*prebunking*) est une technique de communication qui consiste à offrir des outils pour « immuniser » les gens contre les informations erronées avant qu'elles ne leur parviennent<sup>72</sup>, un peu comme on utiliserait un vaccin pour limiter la propagation de la grippe. Elle a comme premier objectif de bâtir une relation de confiance avec les publics et d'en renforcer la résilience, notamment en prévision de périodes de crise<sup>3, 72</sup>.

#### L'inoculation s'appuie sur plusieurs éléments. Elle peut être :

- **Basée sur les faits.** Corriger une affirmation fausse à l'aide de données probantes, avant que celle-ci ne se propage largement. Cela implique que vous bénéficiez d'une veille performante (Fiche 10).
- **Basée sur la logique.** Expliquer les tactiques utilisées pour manipuler l'information et comment s'en protéger<sup>73</sup>, à l'image de la première partie de ce guide. C'est cette forme qui présenterait le plus grand bénéfice. À ce titre, de nombreuses ressources en littératie numérique et scientifique sont accessibles gratuitement (voir section Pour aller plus loin)<sup>72</sup>.
- **Basée sur les sources.** Pointer les sources d'informations non fiables. Dans le cas des institutions publiques, à utiliser avec parcimonie, pour ne pas renforcer des perceptions du type « État censeur » ou « État prescripteur de la vertu » (Fiche 18).

#### Exemple d'inoculation basée sur la logique

En expliquant à la population que l'industrie du tabac a fait appel à de fausses expertises dans les années 1960 pour alimenter le débat sur les effets néfastes du tabac, celle-ci devient plus consciente que de telles techniques peuvent être utilisées, dans le contexte des changements climatiques, par exemple<sup>74</sup>.



## Fiche 14

### Mieux vaut prévenir que guérir... l'inoculation

#### Une campagne d'inoculation efficace

- **Devrait suivre les grands principes de communication publique** (voir sous-section Quelques principes de communication publique, p. 36).
- **Fait écho à des événements récents et aux expériences vécues des individus.** Cela commande donc de permettre aux individus de prendre la parole.
- **Fait appel à la responsabilité collective** en évoquant des valeurs partagées et des sentiments comme l'empathie ou l'agentivité (ex. : vérifions la crédibilité des informations avant de les partager, informons notre entourage, etc.).
- **N'est pas menée dans l'intention de convaincre ou de persuader**, mais simplement d'informer.

#### Inoculation ou démystification : privilégiez la prévention

Lorsqu'il est possible de choisir, l'inoculation est une approche à privilégier au regard de la démystification

Fiche 19<sup>72, 73</sup>.

- Sa dimension proactive renforce la perception d'un **État qui assume sa fonction de protection** de la population et qui s'engage pour elle.
- Sa dimension éducative renforce la **résilience face aux crises**.
- Elle permet à l'État de diffuser **moins de messages négatifs**, propres à la démystification<sup>6</sup>.



Pour aller plus loin