Les socialauds de Terra Nova expliquent à Macron comment nous manipuler pour nous faire vacciner

écrit par Christine Tasin | 6 décembre 2020

EDIFIANT !

Nous avions évoqué hier les tweets de l'ennemi juré du Docteur Perronne, à qui on est en train de retirer sa chaire de professeur, Nathan Peiffer-Smadja qui avait, entre autres, retweeté Terra Nova, laboratoire d'idées du Parti socialiste, militant pour le vaccin et prétendant donner enseigner des méthodes de communication pour noyer le poisson et faire crever le Français moyen à coups de vaccin ARN à son insu et même à l'insu de son plein gré.

.

Voici donc des extraits de la propagande éhontée de Terra nova… qui exhibe aux yeux de tous sa perversité, ses manoeuvres pour duper le crétin de Français… Propagande destinée ouvertement au gouvernement !

.

Objectif : détruire la crainte de la vaccination qui progresse de plus en plus… tu m'étonnes ! Entre leurs manoeuvres anti-hydroxychloroquine, anti-Raoult, anti-Perronne, les aveux du Monsieur Vaccin de Castex et le bon sens.. qui serait assez fou, à part les veaux et les moutons, pour se faire vacciner ? Et les sales gamins que nous sommes, en France, sont les derniers de la classe. On ne veut pas de leur piqûre !

Mais pour que le vaccin constitue un véritable tournant dans l'épidémie, la couverture vaccinale doit être suffisamment élevée. Pour atteindre l'immunité collective, la part de la population qui doit être vaccinée se trouve autour de 80 %, voire 95 %, selon les maladies, des taux que les intentions vaccinales actuelles ne permettent absolument pas d'atteindre. La défiance vaccinale est un problème mondial, identifié comme tel par l'OMS[1], mais la France y est particulièrement vulnérable. La proportion de Français déclarant qu'ils se feront certainement vacciner est de fait en chute libre depuis le mois de mai (Hacquin et al. 2020, Fig. 1). Ceux qui ont l'intention de se faire vacciner sont désormais minoritaires, y compris parmi les plus de 65 ans.

[…]

Les petits malins de Terra Nova ont donc travaillé, et émis 3 recommandations à l'attention du gouvernement. La preuve par 9 que PS et Macron c'est du pareil au même. Le flacon a changé mais c'est toujours la même bobine empoisonnée à l'intérieur.

https://tnova.fr/notes/trois-recommandations-d-actions-pour-lutter-contre-l-hesitation-vaccinale
En italique les extraits des notes de Terra Nova.
.

Nous proposons ici trois recommandations qui doivent selon nous faire l'objet de recherches et d'une attention

gouvernementale urgentes.

TROIS RECOMMANDATIONS D'ACTIONS POUR LUTTER CONTRE L'HÉSITATION VACCINALE
[…]

Raisons données par les participants qui ont déclaré qu'ils ne se feraient pas vacciner contre la Covid-19. Les raisons ont été recodées en cinq catégories principales : (i) la personne manque de confiance dans le gouvernement et dans les industries pharmaceutiques, (ii) la personnepense qu'elle n'a pas besoin de se faire vacciner, (iii) la personne pense que le vaccin sera inefficace, (iv) la personne pense que le vaccin sera trop cheret (v) ils sont généralement opposés aux vaccins. Chaque répondant pouvait donner plusieurs raisons.

On constate qu'il n'y a pas que sur les sites patriotes qu'on manque de confiance dans le gouvernement, dire que cela nous attriste serait mentir...

.

Recommandation 1. Concevoir et tester une campagne de communication sur les vaccins

Une campagne de masse est justifiée par le fait qu'aucun groupe sociodémographique n'est épargné par l'hésitation vaccinale et que les mêmes raisons d'hésiter sont fournies par tous. Par ailleurs, le groupe qui connaît la plus forte poussée d'hésitation est celui des personnes âgées, qui consomment le plus les médias de masse (en particulier la télévision). Les campagnes d'information peuvent être efficaces pour lutter contrel'hésitation vaccinale, mais les messages doivent être testés avant d'être diffusés. Notre première recommandation est donc d'identifier les messages les plus efficaces en utilisant des méthodes expérimentales solides.

Sans étonnement, on comprend que la cible principale c'est les personnes âgées parce que les plus facile et à joindre

et à convaincre parce qu'elles regardent beaucoup la télé. Là je suis ravie, je fais partie des plus de 65 ans mais je n'ai pas la télé… j'échappe à leur premier piège… voyons voir la suite !

.

Les recherches antérieures sur l'hésitation vaccinale ont permis d'identifier plusieurs leviers prometteurs. On peut citer la motivation à être altruiste (Shim et al., 2012), mettre l'accent sur les dangers de la maladie (Horne et al., 2015) et activer le regret que chacun aura à ne pas s'être fait vacciné s'il tombe malade ou contamine quelqu'un (Brewer et al., 2016). A l'inverse, les campagnes qui visent à montrer que les vaccins ne comportent aucun risque ont parfois des effets contraires et peuvent rendre ceux qui hésitent encore plus réfractaires (Horne et al., 2015).

A présent la fibre affective… Le petit Ayaan, vous vous souvenez ? Même chose avec le vaccin !A votre bon coeur, M'sieurs-dames ! Pensez aux autres, à ceux qui vont être malades voire même mourir à cause de vous qui, avec égoïsme ne vous faites pas vacciner…et imaginez vos regrets si vous contaminez l'un de vos proches…

.

Ces campagnes sont indispensables mais il ne faut pas tout miser sur cette stratégie. Les campagnes médiatiques ont l'avantage de toucher de larges pans de la population, mais leurs effets sont généralement modestes (Mercier, 2020). La discussion et l'argumentation avec une source de confiance sont généralement plus efficaces, notamment avec les personnels de santé (Verger & Dubé, 2020). Une étude a par exemple révélé que le taux de vaccination contre le papillomavirus humain était passé de 2 % à 38 % chez les garçons dont les parents avaient reçu une recommandation d'un professionnel de santé (Reiter et al., 2013). Dans une autre étude, le pourcentage de personnes déclarant qu'elles ne se

feraient pas vacciner contre le H1N1 est passé de 75 % à 55 % grâce à une conversation avec un expert (Chanel et al., 2011). Il est donc important de concevoir des interventions impliquant les professionnels de santé et de tirer le meilleur parti du pouvoir de la discussion et de l'argumentation. En dehors du système de soins, des contextes argumentatifs peuvent être massifiés à l'aide d'outils digitaux comme les chatbots.

Mais tout ce qui précède, c'est de la roupie de Sansonnet… Les mieux à même de convaincre, c'est les personnels de santé, les médecins, les pharmaciens, les infirmières… Donc il faut leur offrir des journées de formation pour qu'ils aient des arguments susceptibles de convaincres les récalcitrants. Un petit voyage aux Seychelles payé par Big Pharma serait peut-être très efficace ?

.

Recommandation 2. Utiliser les sciences comportementales pour rendre la vaccination plus accessible

Le déploiement d'une campagne reposant sur les bons messages et sur les bons messagers peut limiter la défiance vaccinale. Cette étape est nécessaire mais elle n'est pas suffisante. Il existe en effet, dans de nombreux domaines, un écart important entre les intentions des gens et leurs actions concrètes. Pour réduire cet écart, la vaccination doit être gratuite et facile d'accès. Simplifier le parcours pour l'usager a toutes les chances d'augmenter le taux de vaccination parmi ceux qui sont déjà favorables au vaccin Covid-19, et parmi ceux dont les intentions auront été modifiées en réponse à la campagne de communication. Concrètement, les mesures suivantes pourraient être prises (en tenant compte des problèmes logistiques propres à chaque vaccin, comme la nécessité de conserver les vaccins à ARN à très basse température).

Achetez donc ces crétins de Français récalcitrants, si c'est

gratuit ils prennent, croyant faire une bonne affaire ! Et que cela soit simple, facile, sans attente, sans km à faire… et même sans ordonnance ! Elle est pas belle la vie à l'heure où, même avec une ordonnance, ils nous interdisent l'hydroxychloroquine ! Et l'idéal c'est que les médecins aient des gros stocks de vaccin au frais dans leur cabinet, histoire de refourguer un vaccin à la première visite de mémé venue renouveler son ordonnance de médoc contre le cholestérol ou celle de l'étudiant qui a besoin d'un certificat médical pour son club de sport…

Et puis, le top du top, c'est de balancer à tous des rendez-vous autoritaires pour qu'ils viennent se faire vacciner, sans l'avoir demandé.. . il y a un bon paquet de crétins qui n'oseront pas désobéir… Toujours la même arrogance socialiste pour le peuple…

Enfin, le harcèlement… appels téléphoniques, mails… histoire de faire croire au bon peuple qu'il y aurait une urgence/obligation vaccinale, avec des appels des médecins mais aussi de la sécu… J'attends avec impatience l'appel de l'employé de la MGEN qui s'y collera… elle n'y est pour rien, elle ne fait que son travail, mais elle risque de passer un sale quart d'heure. Me déranger au téléphone, me harceler, c'est une faute grave, impardonnable.

Mais surtout insister sur l'appartenance au troupeau, sur la nécessité pour être accepté du groupe de faire comme tout le monde; A force de faire la promo de l'islam, ils croient que nous nous prenons pour la oumma ?
On sent en filigrane un appel du pied à Macron : s'il pouvait interdire toute propagande anti-vaccin… ce serait idéal. Macron l'avait compris avant qu'ils ne le disent. Facebook et Twitter ont déjà décidé de supprimer toute propagande anti-vaccinale, et le pouvoir macédonien ayant déjà écarté des medias Raoult, Toussaint, Perronne, Fouché, Sacré...

Après tout ces petits Français récalcitrants sont tellement cons qu'il suffit qu'ils croisent des vaches avec sur leur mufle « je suis vacciné contre le Covid » pour que le mouton de Panurge réclame lui aussi son bonbon empoisonné… Et hop ! Ils nous refont le coup de « touche pas à mon pote avec un ruban bleu cette fois !

Premièrement, le vaccin devrait être offert gratuitement et sans obligation de prescription, afin de réduire au maximum les obstacles financiers et logistiques. Une fois qu'un vaccin sera disponible en grande quantité, il conviendra de le rendre largement accessible dans des lieux familiers, par exemple en convertissant les centres de test Covid-19 en centres de vaccination.

Deuxièmement, les médecins devraient être encouragés à stocker le vaccin afin que les personnes qui consultent leur médecin généraliste pour diverses raisons puissent se faire vacciner sans avoir eu besoin de chercher activement à le faire. Cet arrangement permettrait également de faciliter la concrétisation des recommandations des professionnels de santé : un patient qui manifesterait son intention de se faire vacciner suite à une discussion avec son médecin aurait ainsi l'opportunité de le faire immédiatement. Dans un même registre, des études ont montré que les personnes pour qui un rendez-vous de vaccination contre la grippe est fixé automatiquement se font davantage vacciner, alors même qu'elles peuvent annuler le rendez-vous si elles le souhaitent (Chapman et al., 2010). La vaccination sur le lieu de travail a également été identifiée comme un levier essentiel. Ces différentes expérimentations soulignent l'importance de la simplification du parcours pour aider les gens à passer de l'intention à l'action.

De nombreux travaux montrent également qu'envoyer des messages de rappels à des moments clés augmente le taux de vaccination (Vann et al., 2018). Ces rappels peuvent prendre différentes formes en fonction de la population ciblée, par exemple des

SMS pour rappeler aux parents qu'il est temps que leur enfant reçoive un vaccin, des cartes postales pour rappeler aux adultes la campagne annuelle de vaccination contre la grippe, des emails envoyés par l'assurance maladie, ou encore des appels téléphoniques de professionnels de santé. Dans le cas du vaccin Covid-19, ces méthodes devraient être mises à profit pour cibler les populations prioritaires, en accordant une attention particulière aux personnes issues de milieux socio-économiques défavorisés, qui pourraient être moins bien informées.

Recommandation 3. Exploiter le pouvoir des normes sociales en aidant les premiers adoptants à communiquer leur décision de se faire vacciner

Les gens apprennent les normes sociales en observant les autres. Le problème, c'est que l'on entend davantage ceux qui sont contre. La majorité silencieuse de pro-vax peut donc peu à peu se trouver étouffée.

En conséquence, les autorités sanitaires ne doivent pas se concentrer exclusivement sur des outils permettant aux anti-vax de changer d'avis. Il est au moins aussi important de permettre aux personnes favorables à la vaccination d'afficher leurs choix, permettant ainsi d'influencer positivement ceux qui les entourent et d'enclencher un cycle vertueux. Une étude de Didier Pittet en milieu hospitalier a par exemplemontré que faire porter aux soignants vaccinés contre la grippe un badge avec la mention « Je suis vacciné contre la grippe pour vous protéger » augmentait les taux de vaccination (Iten et al., 2013). Un résultat similaire a été obtenu dans un hôpital néerlandais avec en prime une baisse de la morbidité grippale chez lespatients eux-mêmes (Riphagen-Dalhuisen et al., 2013). Ces exemples soulignent que le simple fait de rendre visibles les décisions positives est un outil puissant de changement.

Dans le cas présent, il serait intéressant de lancer une grande campagne s'appuyant sur des outils connus, comme le

ruban de sensibilisation, pour que les premières personnes qui se feront vacciner, et celles qui envisagent de le faire, puissent le montrer. Il s'agit ici de donner une voix aux « pro-vax ». Cette campagne pourrait être lancée en commençant par envoyer un ruban aux dizaines de milliers de Français qui se sont spontanément inscrits pour se porter volontaires dans l'essai clinique Covireivac de l'INSERM. Nous proposons un ruban bleu, couleur déjà associée au syndrome de détresse respiratoire aigüe.

Conclusion

Dans les pays développés, le refus permanent de tous les vaccins est rare (pas plus de 1 ou 2 % de la population, Brewer et al., 2017) et de nombreuses personnes qui refusent initialement un vaccin finissent par changer d'avis (Kornides et al., 2018). Cela suggère que pour la grande majorité de la population, la « préférence éclairée » – c'est-à-dire la préférence qui émerge une fois que l'on dispose de toutes les informations pertinentes, c'est de se faire vacciner. Nous devons aux chercheurs qui ont travaillé sans relâche pour mettre au point un vaccin en un temps record de veiller à ce que le dernier kilomètre ne soit pas plus long que le premier.

.

Leur dossier est sur leur site
https://tnova.fr/system/contents/files/000/002/219/original/Terra-Nova_Cycle-Covid_Trois-recommandations-d-actions-pour-lutter-contre-l-h_sitation-vaccinale_041220.pdf?1607009324

Pour télécharger leur dossier de propagande.
Terra-Nova_Cycle-Covid_Trois-recommandations-d-actions-pour-lutter-contre-l-h_sitation-vaccinale_041220