

## La communication dans la gouvernance des risques sanitaires : intérêts et limites

# Quelles logiques sous-jacentes aux différentes approches de la communication sur les risques ?

Période : avril 2009 à août 2009

Jean-Marie RAMBAUD

Association pour la Prévention de la Pollution Atmosphérique – Kremlin-Bicêtre

Mots clés : **Communication, Environnement, Perception, Risque, Santé**

Les dernières publications de la revue *Health Communication* nous donnent l'occasion d'illustrer la nature et les limites des approches mécanistes<sup>(1)</sup> de la communication sur les risques, alimentées par des études de processus cognitifs et émotionnels à l'œuvre dans le rapport à l'information. Nous y avons relevé trois études, issues de départements communication de trois universités américaines, portant toutes trois sur la problématique de prévention du cancer et notamment en liaison avec le tabagisme.

### Les effets du cadrage, de l'attrait et du niveau d'interpellation des messages antitabac sur les processus cognitifs

#### Analyse

Partant d'un constat partagé par de nombreux théoriciens et praticiens de la communication du succès mitigé des campagnes de lutte contre le tabagisme, l'article de **Leshner et Cheng (2009)** propose une étude des effets du cadrage, de l'attrait et du niveau d'interpellation des messages anti-tabac sur les processus cognitifs à l'œuvre dans leur lecture et leur mémorisation.

Sur le critère du cadrage, les auteurs différencient les messages centrés sur ce que l'on risque de perdre et ceux centrés sur ce que l'on peut gagner. Ils constatent que les avis sont partagés pour déterminer quel type de message s'avère le plus efficace.

En ce qui concerne l'attrait, ils retiennent, parmi les nombreuses classifications existantes, les catégories établies par Beaudoin (2) qui s'attachent aux conséquences, soit sociales, soit de santé. Les deux approches peuvent produire selon eux des effets différents selon les classes d'âge auxquelles on s'adresse, les jeunes semblant plus sensibles aux premières et les plus âgés aux secondes.

Enfin, le niveau d'interpellation reflète le degré de perte ou de gain évoqué par le message.

Pour évaluer l'impact de ces différentes variables sur les processus cognitifs et de mémorisation, ils soumettent 21 messages anti tabac différenciés à 72 étudiants. Le niveau de mobilisation de l'attention est mesuré par le temps de réaction à une tâche secondaire surajoutée. Partant du constat qu'un contenu émotionnel demande plus de ressources pour être traité qu'un contenu neutre, on mesure le temps de réaction à un stimulus sonore émis pendant la visualisation des messages.

Un questionnaire à choix multiple mesure ensuite le taux de mémorisation des messages.

Les résultats du dispositif montrent que les messages « négatifs » c'est-à-dire mettant en avant les risques de perte, ont le temps de réaction le plus lent et donc mobilisent plus de ressources cognitives, du moins lorsqu'ils ont le plus fort niveau d'interpellation. Ils obtiennent également le meilleur taux de mémorisation.

Les auteurs rappellent par ailleurs que leur étude reste limitée à la mesure de processus cognitifs et que nombre d'autres déterminants, liés par exemple aux attitudes et aux comportements peuvent être à l'œuvre. Enfin, ils reconnaissent que d'autres études ont au contraire mis en évidence un caractère plus persuasif des messages de type « positif », c'est-à-dire centrés sur les gains.

#### Commentaire

Ces résultats ne semblent pas vraiment originaux. L'étude n'a impliqué qu'un échantillon restreint de personnes. En outre, elles sont toutes environ du même âge et de même CSP (des étudiants). Comment les auteurs peuvent-ils tester « l'attrait » si ce paramètre dépend, selon l'étude citée de Beaudoin, fortement de l'âge des personnes qui reçoivent le message ? Et qui nous dit que l'attrait et l'interpellation vis-à-vis du message sont suivis d'actions ? Ces paramètres auraient dû être testés. On voit que ce type de données expérimentales a pu être amplement utilisé dans des campagnes de prévention choc, sur la sécurité routière ou le tabagisme par exemple. Les auteurs se contentent cependant ici d'attirer l'attention sur la nécessité de lier les paramètres de cadrage et d'interpellation, sans aller jusqu'à préconiser des campagnes jouant sur l'effet d'interpellation d'images choc.

## Analyse des effets des perceptions du risque de cancer et du sentiment d'efficacité sur l'adhésion aux campagnes de prévention et la recherche d'information

### Analyse

Zaho et Cai (2009) se proposent pour leur part d'apporter des éclairages sur l'un des axes importants des politiques de prévention, qui vise à motiver les individus à rechercher de l'information sur le cancer lié au tabagisme, son dépistage et sa prévention. Le dispositif d'étude qu'ils mettent en œuvre se propose de mesurer les facteurs susceptibles de favoriser ou au contraire de décourager une telle recherche d'information.

Il mobilise le modèle des « attitudes de perception des risques ». Ce modèle met en jeu trois types de dimensions : (i) la probabilité et la sévérité du dommage potentiel, (ii) le sentiment de pouvoir agir (ici de rechercher l'information), (iii) la croyance en l'efficacité de l'action (ici d'obtenir une information efficace).

Selon ce modèle, ces paramètres vont déterminer les motivations et comportements auto protecteurs, appliqués dans le contexte de l'étude à la recherche d'information sur le cancer. L'étude y ajoute le rôle de l'anxiété et celui de l'évaluation comparative du risque personnel perçu. L'auteur précise que ce dernier paramètre introduit généralement un biais d'optimisme, les individus tendant à réduire l'anxiété par une minoration de leur risque par rapport à ceux des autres.

Le dispositif d'enquête repose sur des questions spécifiques administrées par téléphone ou internet dans le cadre du baromètre santé de 2005 du National Cancer Institute aux États-Unis, sur un échantillon représentatif de 133 hommes et 207 femmes.

Les résultats montrent que le modèle de perception des risques, qui voudrait qu'une forte perception de son propre risque et de l'efficacité de l'information amène à une recherche plus active d'information, ne se vérifie pas. Les fumeurs qui sont les plus confiants dans leur capacité à rechercher l'information sont même ceux qui la recherchent le moins. Les auteurs n'ont pas d'autre hypothèse pour expliquer ce paradoxe que la probabilité d'un défaut de construction méthodologique de leur étude. Ils auraient pu formuler d'autres hypothèses, telles que celle du rôle du déni par exemple. Le rôle de l'anxiété apparaît également faible. L'approche comparative introduit effectivement un biais optimiste.

### Commentaire

On peut s'interroger sur la portée pratique de cette étude, même si elle prend soin de s'appuyer sur des dispositifs d'enquête populationnelle robustes.

Les auteurs se demandent en conclusion s'il convient d'axer la communication sur la perception des risques en absolu ou en relatif. Ils préconisent d'insister sur l'existence de stratégies de lutte efficaces, mais attirent l'attention sur le potentiel négatif d'une confiance excessive dans sa capacité à rechercher l'information utile. On voit qu'il y a là de quoi laisser dubitatifs les

responsables et acteurs de la prévention. En fait, loin d'apporter un guide pour l'action, l'étude met en évidence la complexité des schémas de pensée des individus sur des sujets d'une telle complexité.

## Le rôle du risque, de l'efficacité personnelle perçue et de l'anxiété dans la recherche d'information sur le cancer du fumeur

### Analyse

L'étude de Wong (2009), enfin, se propose d'évaluer les effets de la perception du risque et du sentiment d'efficacité sur l'adhésion aux recommandations de prévention et les intentions de dépistage.

En effet, des campagnes sont régulièrement menées, aux États-Unis, pour convaincre les gens de faire des dépistages (coloscopies, mammographies, PSA – antigène prostatique spécifique) et d'adopter des modes de vie plus sains. Si de nombreuses études montrent une relation positive entre le niveau de perception des risques et l'adoption de comportements sains, d'autres ne trouvent pas cette relation, voire aboutissent à une relation négative. L'auteur, conscient que lesdites études portent sur des évaluations de risques en absolu, se propose d'examiner celle des risques en relatif, en demandant d'évaluer son propre risque par rapport à celui des gens du même âge. Son dispositif vise par ailleurs à examiner le rôle des croyances dans l'efficacité des recommandations et dans la capacité personnelle à les mettre en œuvre.

Ici comme dans l'étude précédente de Zaho et Cai (2009), le modèle des « attitudes de perception des risques » (risk perception attitude dans l'article en anglais) est mis à contribution, pour être combiné avec une mesure du sentiment d'efficacité (dans ses deux dimensions – efficacité personnelle à s'engager dans l'action et efficacité de l'action elle-même). Le modèle voudrait que lorsque le sentiment d'efficacité, dans ses deux dimensions, est fort, l'adhésion aux recommandations croît avec le niveau de risque comparé. S'il est faible, l'adhésion ne variera pas.

Les hypothèses sont testées à l'aide d'un questionnaire administré par internet à un échantillon représentatif de 2 226 adultes.

Là encore, le modèle « RPA » (Risk Perception Attitude) qui voudrait que l'effet du risque perçu sur la recherche d'information soit modulé par les croyances d'efficacité est loin d'être vérifié. L'auteur attribue cela au fait que le modèle porte généralement sur les dimensions de la probabilité et de la sévérité du risque en absolu, alors qu'il teste ici une approche du risque en relatif.

Cependant, les résultats de l'étude ne sont pas les mêmes selon les types de cancer, ce qui amène l'auteur à recommander, dans le cas des cancers du sein et du colon, de s'appuyer à la fois sur le risque comparatif et le sentiment d'efficacité et dans celui du cancer de la prostate, avant tout sur le sentiment d'efficacité. On atteint ici un niveau de détail mécanistique assez étonnant. L'efficacité serait également le moteur principal des comportements sains. Le simple bon sens aurait pu à notre avis le suggérer.

## Quelles logiques sous-jacentes aux différentes approches de la communication sur les risques ?

Jean-Marie RAMBAUD

Enfin, l'auteur évoque comme limite à son travail le rôle possible de facteurs totalement exogènes à ceux examinés dans l'étude (facteurs génétiques, environnementaux, culturels...).

### Commentaire

On voit là encore la portée pratique assez limitée de ce type de travaux pour l'action, sauf à prendre des hypothèses de base purement mécanistes au pied de la lettre. En effet, on travaille ici sur des déclarations d'intention, et non sur l'observation de comportements réels. Autant il peut être intéressant de tester des hypothèses quant au poids de déterminants perceptifs dans l'adoption de comportements de prévention, à partir de traitements statistiques de questionnaires déclaratifs, autant il semble illusoire d'en tirer des lois qui permettraient de garantir l'efficacité de stratégies de communication.

### CONCLUSION GÉNÉRALE

Dans les précédentes notes d'actualité scientifique, notre sélection d'articles visait à illustrer l'intérêt de prendre du recul, de poser un regard critique sur les logiques sous-jacentes aux enjeux, finalités, stratégies, objectifs et outils qui caractérisent la mobilisation de la communication dans le champ du risque, et notamment du risque de santé environnementale, en se gardant des approches instrumentales et mécanistes issues des théories et techniques de communication « commerciale ».

Les trois études retenues ici montrent, par contraste, ce que peut être le courant « mécaniste » qui décortique les processus cognitifs et émotionnels à l'aide de dispositifs d'enquête assez robustes pour pouvoir revendiquer un pouvoir probant, mais qui repose sur des modèles très réducteurs et des hypothèses simplificatrices, ainsi que les auteurs ne manquent d'ailleurs pas de le souligner comme il est souvent de règle dans les publications, au titre des limitations de l'étude.

Le risque est fort cependant que les décideurs, soucieux du rendement de leurs campagnes de communication, voient dans ces approches mécanistes la solution à la complexité des problèmes qu'ils ont à traiter et prennent pour recettes garantissant le succès de leurs campagnes des études de corrélation qui n'ont pour finalité que de tester les hypothèses de modèles ne rendant que très partiellement compte de la complexité des comportements individuels. Certes, les approches « commerciales » de la communication peuvent statistiquement s'avérer efficaces, mais elles laissent de côté tous les paramètres psychosociaux, culturels, politiques qui font la grande diversité de l'exposition humaine aux risques environnementaux et la complexité de la réponse des individus.

### Mots clés utilisés pour la recherche bibliographique

Communication, Environnement, Risque, Santé.

### Publications analysées

**Leshner G, Cheng I-H.** The effect of frame, appeal, and outcome extremity of antismoking messages on cognitive processing. *Health Commun.* 2009 ; 24(3):219-27.

**Wong N.** Investigating the effects of cancer risk and efficacy perceptions on cancer prevention adherence and intentions. *Health Commun.* 2009 ; 24(2):95-105.

**Zaho X, Cai X.** The role of risk, efficacy, and anxiety in smoker's cancer information seeking. *Health Commun.* 2009 ; 24:259-69.

### Publications de référence

**Beaudoin CE.** Exploring antismoking ads: appeals, themes, and consequences. *J. Health Commun.* 2002 ; 7(2):123-37.

### Lexique

- (1) Mécaniste : qui professe le mécanisme.
- (2) Catégories utilisées par Beaudoin : conséquences de type sanitaire, social, ou les deux.