

Hans Peter Peters : sens et bon sens de l'opinion publique

par Elisa Brune

L'information sur les sciences et les technologies a-t-elle le pouvoir d'influencer les citoyens ? Pas si sûr, estime Hans Peter Peters, chef de projet au sein du programme Humans, Environment, Technology du Centre de recherche de Jülich (DE). La réaction du destinataire du message est le produit d'un cheminement cognitif personnel, largement imprévisible, dont on commence seulement à découvrir les mécanismes.

Vos recherches consistent à analyser les réactions d'un sujet à la lecture d'un article ou devant une information télévisuelle. Que se passe-t-il pendant la réception du message ?

On remarque d'abord qu'une même attitude peut, en réalité, dériver de processus mentaux très différents. Prenons une scène où l'on voit des vaches recevant des injections d'hormones. De nombreuses personnes manifestent leur refus de telles pratiques, mais leurs arguments peuvent provenir de processus sémantiques très différents. L'un trouvera cela inacceptable pour les animaux. Un autre dira que le risque est trop grand pour la santé des consommateurs. Un troisième fera appel à des notions de contexte qui ne sont pas dans le document, comme par exemple la politique agricole, pour critiquer la course à la productivité. Ainsi, chacun réagit en mobilisant des éléments différents, provenant de sa mémoire et de sa sensibilité. Ces tests mettent en évidence des mécanismes cachés, sous-tendant ce qu'on appelle le sense-making. Et l'approche basée sur le concept de réponse cognitive montre que le même message suscite des pensées différentes conduisant à des différences d'attitudes.

Comment décrire la raison d'être de tels mécanismes ?

Le plus important réside dans les attitudes préalables. En recevant une information nouvelle, les gens partent des opinions qu'ils possèdent déjà. Ils ont tendance à entendre ce qui les confirme, et ignorer ou rejeter ce qui les contredit.

On peut alors se demander d'où vient cette attitude préexistante. Lorsque le débat public existe depuis un certain temps, comme dans le cas des biotechnologies, beaucoup ont pu se faire une idée. Mais sur quoi ce sentiment peut-il se construire lorsqu'il s'agit de technologies ou d'un projet récent ? Pour le comprendre, nous avons soumis à un certain nombre de personnes des recherches scientifiques quasi-inconnues du public. Nous avons vu que l'influence de l'information "fraîche" sur les attitudes était alors beaucoup plus importante, même si des dispositions préalables continuaient de se manifester en fonction de critères parfois assez indirects. Si un nouveau projet est, par exemple, chapeauté par une institution respectée, le crédit de celle-ci rejaillit sur l'information reçue. Bref, même en face de quelque chose de neuf, nous ne partons pas de rien.

Le niveau de connaissance des sujets joue-t-il un rôle dans ces attitudes ?

On croit volontiers que, plus les gens seront formés et informés, plus ils seront favorables aux nouvelles applications de la science. D'après nos analyses, il n'y a pas de lien significatif direct entre connaissances et attitudes. On trouve tous les cas de figures possibles et les corrélations peuvent apparaître dans l'un ou l'autre sens. Ceux qui ont le plus haut niveau de connaissance peuvent être très favorables ou très défavorables à telle innovation, selon les cas, tandis que des gens peu au courant seront sans opinion.

Ceci dit, face à une information donnée par les médias, les personnes les plus averties réagissent souvent de façon plus prudente. Cela pourrait s'expliquer du fait qu'un meilleur niveau de formation et d'information amène à prendre en compte un plus grand nombre de points de vue différents et prépare mieux à faire la part des choses dans les questions aux issues ambiguës ou

conflictuelles. Ce résultat infirme en tout cas l'idée que l'information permet de faire "basculer" l'opinion – idée que partagent des groupes d'intérêts opposés, par exemple les industriels et les écologistes. Les attitudes ne dépendent finalement pas essentiellement du niveau d'information.

Dans ce cas, tous les efforts consacrés à l'information du public ne serviraient à rien... ?

Bien sûr que si... Ils servent à augmenter la qualité de la réflexion et des débats, à former et informer les citoyens, toutes choses désirables en soi. Mais la tentation qui consisterait à vouloir les "manipuler" repose sur une illusion car le lien entre information et opinion est fondamentalement indirect et souvent imprévisible. L'opinion est le produit d'un processus complexe qui dépend du modèle mental. Dans ce modèle, il y a des éléments factuels, mais également des considérations éthiques, émotionnelles, etc. Ces ressorts-là ne sont pas modifiables par un simple apport d'information. Mais mieux vaut avoir une opinion fondée sur une somme d'informations importante que la même opinion qui ne repose sur presque rien...

Outre les attitudes et les connaissances préalables, avez-vous étudié d'autres facteurs ?

Nous avons examiné la motivation du sujet. C'est-à-dire son intérêt, sa curiosité, son envie d'en savoir davantage. Et cette fois notre étude a montré qu'il existe bien une corrélation positive. Les sujets les plus intéressés par les biotechnologies, par exemple, sont aussi ceux qui expriment les attitudes les plus positives. C'est donc la motivation qui est liée aux attitudes positives et non l'information. Il faut toutefois se montrer prudent avant de parler de causalité. Les gens sont-ils motivés parce qu'ils sont favorables au sujet ou bien sont-ils favorables parce qu'ils s'y intéressent ? Nous l'ignorons.

Avez-vous également testé le facteur culturel ?

Nous sommes en train de le faire à partir d'une étude comparative qui a eu lieu en Allemagne et aux Etats-Unis. Les différences culturelles entre ces deux pays sont évidentes et la couverture médiatique n'y est pas comparable. Nous voulions savoir, pour une même information, quelles seraient les divergences de réactions. Nous avons pris deux populations d'instituteurs et institutrices à qui nous avons soumis les quatre mêmes articles concernant les biotechnologies alimentaires. Nous avons constaté que les contrastes culturels se reproduisent très nettement. Ainsi les Allemands sont beaucoup plus enclins à mettre en question la crédibilité des sources de l'information que les Américains.

Vous faites cette observation étonnante : pendant la réception d'une information liée aux biosciences, les gens ont tendance à réagir quatre fois plus souvent dans le sens négatif que dans le sens positif.

C'est un constat très général et qui surprend beaucoup. On pourrait penser que les gens sont tout simplement irrationnels – ce n'est sûrement pas le cas, sinon la longue aventure du développement humain ne se serait jamais produite... Mais il peut exister chez chacun une réaction inconsciente, primitive, sélectionnée par l'évolution naturelle. Ainsi, il vaut mieux s'alarmer pour rien que passer à côté d'un danger. L'information négative est, de ce fait, traitée en priorité. On peut aussi estimer que, dans notre société d'abondance, les attentes positives sont "normales" – le travail, le logement et la nourriture sont assurés d'un jour à l'autre pour la majorité d'entre nous – et que l'on ne remarque par conséquent que les informations susceptibles d'annoncer une menace pesant sur ces normes. Une autre explication serait que les citoyens considèrent que les retombées positives de la science sont prises en charge par différentes institutions, alors que la gestion des risques est négligée. Il leur appartient donc de rester attentifs.

Mais ces réactions négatives, enregistrées "sur le vif", ne sont-elles pas toujours liées à des attitudes globalement négatives ?

Non. Elles peuvent provenir de personnes qui sont favorables au sujet mais néanmoins capables

d'en percevoir les risques ou désagréments. Même si cela irrite les décideurs, tout ceci montre que les gens traitent l'information qu'ils reçoivent de façon critique. Ils savent qu'ils sont confrontés à une construction de la réalité et non à la réalité elle-même. Une partie des remarques s'adresse d'ailleurs à la forme plutôt qu'au fond – la manière de présenter l'information, sa clarté, sa crédibilité, etc. Le public critique vertement les scientifiques qui ont un langage compliqué, alors même que les experts croient souvent qu'ils doivent paraître hermétiques pour être crédibles. C'est tout le contraire. Un langage obtus est perçu comme une marque de mépris et ruine complètement la communication.

C'est-à-dire que l'attention du sujet se porte sur la communication elle-même autant que sur son contenu ?

Exactement. Et c'est là que l'intention de manipuler peut s'avérer désastreuse. Si les gens la perçoivent, ils se sentent dévalorisés. Les institutions qui se mettent à communiquer sur le mode publicitaire courent un grand danger. Dès qu'il s'agit de sécurité et de santé, ce mode de communication anéantit toute crédibilité. Or, certains parlent actuellement de lancer des "politiques de marques" dans le domaine scientifique, chaque institut ou organisation possédant son image, comme Coca-Cola. Ils ne voient pas que cela les réduira justement à n'être qu'une image, donc un produit sans importance.

Une telle démarche va à l'encontre de tout ce que la science a su acquérir à ce jour. On remarque, en effet, dans de nombreuses enquêtes, que la science arrive toujours en tête sur le plan de la crédibilité. Une politique qui instrumentaliserait cette autorité ne peut que la détruire. La marche à suivre va dans l'autre sens. Informer pour informer, et non pour manipuler. Argumenter le mieux possible en donnant de l'information honnête, claire, complète, précoce. Bref, se positionner comme un communicateur crédible. Même si cela ne suffit pas à convaincre l'interlocuteur, au moins il aura l'impression d'être respecté. Et cela aussi peut jouer dans la formation de son opinion puisque l'information est loin d'être le seul facteur en jeu. Parfois, la perception de l'honnêteté de l'informateur peut faire plus que l'information elle-même.

http://ec.europa.eu/research/rtdinfo/39/article_292_fr.html