

Projet de recherche DR/00/044: nEWS on EWS

Coordinateur: Prof. dr. Jan Van den Bulck, K.U.Leuven

Promoteurs: Prof. dr. Dave Gelders, K.U.Leuven

Prof. dr. Keith Roe, K.U.Leuven

Prof. dr. René Patesson, U.L.B

Prof. dr. Isidore Pelc, U.L.B

Résumé du projet “nEWS on EWS”

Objectifs et méthodes

Le projet "nEWS on EWS" a pour objectif d'analyser la manière dont les médias de presse informent le public sur les nouvelles drogues dangereuses qui sont détectées par le Système d'Alerte Précoce (Early Warning System - EWS) en Belgique (BEWS). En parallèle d'une analyse des principales caractéristiques de forme et de contenu des articles de presse, nous avons également pris en considération l'influence de ces articles sur la perception et la connaissance des drogues par le grand public en général, et par les consommateurs de drogues en particulier.

Quatre objectifs ont été poursuivis dans ce projet :

Premièrement, par une analyse de la littérature, nous avons investigué le rôle potentiel des articles de presse dans la perception des risques liés à l'usage des stupéfiants, ainsi que les exigences de qualité de l'information sur les risques, l'effectivité des messages relatés concernant les drogues et la relation entre les caractéristiques du message et ses effets sur le niveau de connaissance, les attitudes et les comportements des destinataires.

Cette analyse de la littérature a également pris en compte l'implémentation des "*Early Warning Systems*" et d'autres systèmes de communication au sujet de drogues nouvelles et dangereuses dans différents pays.

Sur base de différentes théories en matière de communication en santé et d'impact des médias, un cadre théorique a été élaboré pour améliorer la compréhension ainsi qu'approfondir et affiner l'évaluation des "*Early Warning Systems*".

Deuxièmement, une analyse de contenu des avis d'alerte sur les drogues a été réalisée. On a examiné dans quelle mesure les journaux et les principales chaînes télévisées belges

développent les avis d'alerte, comment ils traitent cette information et de quelle manière ils communiquent le contenu de ces avis d'alerte à leur public.

Les journaux écrits et télévisés, ainsi que les communiqués de presse de l'agence Belga, ont été analysés dans les deux grandes communautés du pays. En ce qui concerne l'analyse de contenu, nous avons porté notre attention tant sur les caractéristiques formelles que sur le contenu des messages (valeur des informations, cadrage, tonalité, thématiques, acteurs et critères de qualité pour une bonne information). L'analyse de contenu nous fournit en outre une vision élargie de la circulation de l'information au sein du système d'alerte précoce belge : nous pouvons en effet prendre la mesure des ressemblances et différences entre l'avis d'alerte tel qu'il est paru dans la presse et le communiqué de presse de l'agence Belga.

En ce qui concerne la partie néerlandophone du pays, les journaux analysés sont : *De Standaard*, *De Morgen*, *Het Laatste Nieuws*, *Metro*, *Het Nieuwsblad*, *Het Volk*, *Het Belang van Limburg* et *De Gazet van Antwerpen*. En ce qui concerne la partie francophone, 6 journaux ont été sélectionnés : *Le Soir*, *La Libre Belgique*, *La Dernière Heure*, *Métro*, les journaux du groupe *Vers l'Avenir* et les journaux du groupe *Sud Presse*.

Ainsi, au total, 132 articles de presse néerlandophones et 67 articles francophones ont été recueillis pour la période de janvier 2003 à mars 2007 inclus (A partir de 2003, on peut estimer que l'EWS est au point en Belgique et que les avis d'alerte sont systématiquement envoyés à la presse). Pour le choix des journaux, nous avons été attentifs au fait d'avoir une répartition équilibrée entre les différents groupes de presse, ainsi qu'entre les journaux dits "populaires" et les journaux dits "de qualité". Les journaux sélectionnés ont également un tirage important et touchent un lectorat large et diversifié.

En ce qui concerne les journaux télévisés, entre janvier 2003 et décembre 2005 inclus, 8 séquences d'information ont été sélectionnées du côté néerlandophone, sur les chaînes EEN et VTM ; du côté francophone, 7 séquences ont été retenues, sur les chaînes RTBF et RTL-TVI.

Au total, 35 communiqués de presse francophones et 36 communiqués néerlandophones ont été rassemblés sur la période entre janvier 2003 et mars 2007 inclus.

Troisièmement, nous avons investigué la compréhension et l'évaluation des messages de presse par les destinataires : comment l'information leur arrive, ce qu'ils font de cette information, leurs avis sur l'utilité d'un système d'alerte précoce et les changements éventuels à y apporter pour l'optimiser. Cette phase a été réalisée au moyen de groupes focaux de discussion (*Focus Groups*) auprès de huit groupes-cibles importants dans l'ensemble de la Belgique. Dix groupes focaux (cinq groupes francophones et cinq groupes néerlandophones) ont concerné plus particulièrement la population générale : les moins de 18 ans, les 18/25 ans, les consommateurs de drogues en festival, les consommateurs de drogues en milieu festif, et les parents. Six autres groupes (trois groupes francophones et trois groupes néerlandophones) ont par ailleurs été organisés avec des professionnels : professionnels socio-sanitaires, professionnels de la Justice et de la police, et journalistes.

Quatrièmement, grâce à une enquête téléphonique, nous avons examiné dans quelle mesure les messages d'alerte atteignent le public général, et certains groupes-cibles en particulier, ainsi que leur perception des alertes.

L'enquête a été conduite à partir du moment où un incident a donné lieu à l'envoi d'un avis d'alerte vers la presse. Les conditions suivantes devaient être remplies pour permettre la réalisation de l'enquête :

- la couverture géographique de l'incident devait être suffisante (de préférence, toute la Belgique) ;
- le degré de gravité / impact de l'incident devait être suffisant (de préférence, un incident grave) ;
- le public concerné devait être le plus large possible (de préférence, une substance largement consommée) ;
- la couverture médiatique de l'incident devait être suffisante (tant dans les médias francophones que néerlandophones)

Dans la mesure où, en août 2007, compte tenu de ces critères, aucune enquête n'avait encore pu être menée, il a été envisagé de tenir compte de critères moins stricts, notamment en ce qui concerne la couverture médiatique de l'incident : il fallait désormais au moins un article de presse relatant l'alerte dans chaque communauté pour que l'enquête débute.

Le 29 novembre 2007, l'Institut scientifique de Santé Publique a diffusé une alerte quant aux risques sanitaires liés à une consommation de pilules d'ecstasy hautement dosées, qui remplissait les critères de déclenchement de l'enquête. Celle-ci a donc été menée au cours des jours suivants, auprès de 1717 répondants, 781 francophones et 936 néerlandophones.

Résultats de la revue de la littérature : cadre théorique

L'"*integrated media effect framework*" (cadre intégré pour l'étude de l'effet des médias) réunit des éléments issus des théories de l'*agenda setting*, du cadrage (*framing*), du traitement dual (*dual processing*), de la *cultivation theory* et de la théorie de l'apprentissage social. Ce cadre théorique nous permet d'apporter un éclairage quant à la manière dont un système d'alerte précoce a été conçu idéalement et de quelle manière il peut être amélioré pratiquement. L'"*integrated media effect framework*" met en exergue l'importance de l'*agenda setting* lors de premières étapes de la communication préventive. Ensuite, ce modèle souligne le rôle crucial du cadrage d'un message dans la manière dont il est interprété. L'*agenda setting* et le cadrage déterminent non seulement le comportement du destinataire individuel, mais influencent aussi la manière dont l'opinion publique se situe face à une thématique particulière, telles que la communication ou la politique en matière de drogues. Enfin, ce cadre théorique intégré permet le développement d'applications concrètes en matière d'usage des médias pour un objectif déterminé tel qu'un système d'alerte précoce.

Pour être efficace, un message d'alerte doit répondre aussi bien à la composante cognitive de la perception du risque qu'à sa composante affective. Lorsque l'on donne une information complète, utile et objective sur l'usage de drogues, on atteint la composante cognitive. Ce qui implique de souligner non seulement les aspects criminels de l'usage illégal de stupéfiants, mais aussi ses aspects sociaux, sanitaires, économiques ou culturels. On peut par exemple élargir le cadrage thématique de l'information, de sorte à consacrer une attention suffisante à ces diverses formes d'information de fond. En revanche, pour atteindre la composante affective de la perception du risque, le message d'avertissement doit renvoyer aux émotions du destinataire. Dès lors, accorder de l'importance aux valeurs de l'information, telles que la personnalisation et la proximité, et mettre en avant l'individualisation de l'avertissement, contribuent à augmenter l'impact de cette composante affective du message. Mais il est important que les messages d'alerte restent objectifs et neutres pour éviter les effets de

panique. Selon le niveau d'implication personnelle des groupes-cible vis-à-vis de l'usage de drogues, on optera de préférence pour un cadrage positif ou négatif. C'est pourquoi une enquête préalable sur les caractéristiques, les attitudes et les comportements des groupes-cible est conseillée.

Les messages d'alerte ne peuvent se limiter à déconseiller l'utilisation de produits et doivent répondre à d'autres besoins. Ainsi, un bon message d'alerte doit aussi donner des conseils quant à ce qu'il y a lieu de faire lorsqu'une personne a consommé le produit. Des directives concrètes sur la manière d'éviter les principaux problèmes liés à l'usage de drogues illicites sont également utiles. Le lecteur reçoit ainsi des exemples de ce qu'il doit faire dans de telles situations. Selon la théorie de l'apprentissage social, de tels messages favorisent l'adoption de comportements souhaitables. En outre, il y a lieu d'éviter de valoriser les "mauvais" exemples, comme présenter des usagers de drogues qui consomment de manière agréable ou satisfaisante. Ce qui pourrait avoir un effet incitatif à l'expérimentation de ces produits. Les messages d'alerte efficaces doivent également "cultiver" les attitudes de prudence et de rejet vis-à-vis des drogues illicites (dangereuses). L'usage de drogues doit ainsi être présenté comme une occupation inintéressante et potentiellement dangereuse, et les risques pour la santé et autres problèmes en lien avec la consommation de drogues doivent être rappelés de manière objective et crédible. De même, les consommateurs de drogues ne doivent pas être décrits de manière stéréotypée. Les lecteurs doivent se faire à l'idée que les consommateurs de drogues sont des gens normaux et que chacun court le risque d'être confronté à un tel incident, soi-même ou quelqu'un de son entourage social.

Au-delà des aspects de contenu, un message d'alerte efficace doit aussi répondre à des caractéristiques de forme qui soient attrayantes pour les lecteurs ou les spectateurs. Principalement en ce qui concerne les articles de presse écrite, il convient de prêter une attention particulière aux caractéristiques formelles telles que le titre, le soutien visuel, la rubrique et le numéro de page. Un bon article attire immédiatement le regard du lecteur et l'invite à le lire du début à la fin.

Un système d'alerte précoce efficace et fructueux doit encore disposer de sources d'information suffisamment fiables. Les fausses alertes doivent être évitées en contrôlant à chaque fois l'exactitude de l'information originale et en allant à la recherche de sources d'information complémentaires. La triangulation des méthodes de collecte de données est une bonne façon d'obtenir de l'information suffisante pour diffuser une alerte fiable.

Un message d'alerte dans les médias a une influence sur les attitudes et comportements des destinataires en fonction des moyens utilisés. Ainsi, un système dans lequel le message est envoyé par l'intermédiaire de plusieurs canaux d'information (*multi-channel approach*) a vraisemblablement un plus grand impact, notamment parce qu'il permet une communication spécifique à chaque groupe-cible.

Si le système qui émet les messages d'alerte dans les médias obtient le soutien d'autres organisations, comme les écoles, les mouvements de jeunesse et des personnes influentes comme les enseignants, les parents et les amis, l'effet des messages d'alerte sur les attitudes et les comportements des usagers est plus important. De cette manière, l'information ne provient plus seulement des médias, mais également de leur réseau social, ce qui contribue à la formation et au renforcement d'une opinion sur un thème déterminé.

Résultats des analyses de contenu

Articles de presse écrite

La plupart des articles de presse sont de petite taille et leur construction visuelle est limitée, ce qui rend les messages peu visibles. La place des articles est en revanche généralement favorable, c'est-à-dire, le plus souvent, en avant dans le journal et sur la page de droite. Même discrets, les messages placés en situation favorable ont davantage de chance d'être remarqués par les lecteurs.

Les messages d'alerte de l'ISP qui contiennent plusieurs informations différentes ne conduisent pas à un nombre plus important d'articles par rapport aux alertes ne contenant qu'un nombre limité d'informations. Les journaux ont tendance à publier plus facilement un article lorsque l'incident a eu lieu dans leur espace régional (Flandre ou Wallonie), mais il n'y a pas de corrélation entre les valeurs de l'information et le nombre d'articles publiés. Plus l'incident est grave (plus d'impact), et s'il y a personnalisation de l'information, plus les articles sont, en moyenne, grands et longs. Le cadrage épisodique ("*episodic framing*") a la priorité dans la couverture du journal ; les données relatées sont essentiellement factuelles, sans informations complémentaires, et sans recoupement avec des thèmes apparentés.

La tonalité des articles est généralement négative : les consommateurs de drogues sont décrits principalement comme des "victimes" ou des "personnes malades", et les drogues sont décrites en premier lieu comme "un danger pour la santé". Les thèmes le plus souvent repris sont "les effets négatifs / les dangers", ainsi que les "caractéristiques formelles", et la substance la plus citée et la MDMA (ecstasy ou XTC). Le type d'incident le plus souvent relaté concerne la découverte de pilules d'XTC contenant une (trop) forte dose de MDMA. Les mises en garde et les conseils de prévention concrets à l'intention des consommateurs et des victimes potentielles sont à peine cités. De même, le renvoi vers des services d'aide ou des services d'information est rarement indiqué. En revanche, l'avertissement standardisé utilisé par l'ISP dans ses communiqués de presse est souvent repris dans les articles : "Nous mettons à nouveau en garde contre le danger que constitue la consommation de drogues illégales étant donné qu'il s'agit toujours de compositions non contrôlées que les usagers de drogues consomment en totale méconnaissance".

Dans les articles, les institutions sont plus souvent citées ou paraphrasées que les personnes nominales, ce qui peut donner une impression plutôt impersonnelle et susciter une certaine réserve chez le lecteur. Les institutions les plus souvent citées sont l'ISP, et le "Ministère de la Santé Publique" (SPF Santé Publique, Sécurité de la Chaîne Alimentaire et Environnement, nommé ci-après : SPF Santé Publique). En ce qui concerne les termes désignant des personnes, ceux le plus souvent utilisés sont "les consommateurs de drogues" ou "les victimes", tandis que les personnes citées ou paraphrasées nommément sont le plus souvent des professionnels (scientifiques, laborantins).

En ce qui concerne le score de lisibilité, les articles appartiennent en moyenne à la catégorie "difficile". Ceci est principalement dû au fait que des mots longs et difficiles sont utilisés, et non spécialement au fait que les phrases soient longues. En ce qui concerne "l'intérêt humain" (*human interest*), les articles se situent dans une catégorie très faible (catégorie "*ennuyeux / scientifique*"), ce qui signifie que le lecteur risque de perdre rapidement son intérêt pour la lecture de l'article.

Séquences télévisées

Les séquences d'actualité télévisées sélectionnées sont en moyenne de courte durée, et présentent surtout des experts (scientifiques) dans le domaine des drogues, plutôt que des

personnes dans les lieux de sortie (individus faisant la fête). Les experts apparaissant à l'écran sont le plus souvent reconnaissables et sont interviewés. Les personnes dans des environnements festifs sont davantage utilisées à titre d'illustration, avec une voix off qui commente l'incident. Dans les journaux écrits également, les experts scientifiques jouent davantage un rôle de premier plan que les "expérimentateurs" (consommateurs de drogue). Lorsque des objets sont montrés, il s'agit le plus souvent de pilules.

Tout comme les articles de journaux, les séquences télévisées mettent aussi l'accent sur les effets négatifs des drogues et leurs dangers pour la santé physique. Peu d'attention est portée aux aspects sociaux, psychologiques ou juridiques de l'usage de drogues. Les victimes sont également présentées à chaque fois comme des personnes malades, et jamais en tant que criminels ou personnes imprudentes. En comparaison avec les articles de journaux, un intérêt plus grand est accordé à l'aspect récréatif des drogues. Ceci est sans doute en lien avec le fait que ce sont régulièrement des personnes en milieu festif qui servent d'illustration. Globalement, peu d'informations de fond sont fournies et la plupart du temps, les sujets sont rarement approfondis. On peut donc parler d'un cadrage épisodique (*episodic framing*).

Les séquences télévisées restent également fidèles au contenu des communiqués de presse. Ce sont en effet les mêmes thèmes que ceux des communiqués de presse qui sont exposés : "effets négatifs / dangers", "caractéristiques formelles", "composition chimique", et prédominance de la substance MDMA.

Dans une séquence télévisée sur trois, des recommandations ou un avis préventif sont fournis aux spectateurs, il s'agit alors le plus souvent de l'avertissement standardisé de l'ISP, qui est cependant trop général ou peu porteur de sens. Enfin, lorsque le spectateur est orienté vers une organisation professionnelle, les données de contact ne sont pas fournies, ce qui diminue l'intérêt de cette information.

Communiqués de presse de l'agence Belga

Les constatations en ce qui concerne les caractéristiques de contenu des communiqués de presse correspondent aux résultats obtenus pour les articles de journaux et séquences télévisées. Ceci indique à quel point les rédactions des télévisions et de la presse écrite restent fidèles aux communiqués de presse de l'agence Belga. Nous examinons ce point plus en détail ci-après.

De la MDMA inhabituellement sur-dosée est donc également la raison la plus fréquente d'envoi d'un message d'alerte. Les alertes concernent plus rarement un nouveau produit ou un mélange de substances ayant occasionné un décès. Pourtant, la valeur informative d'un communiqué portant sur un produit sur-dosé est inférieure à celle d'un communiqué concernant un produit mortel. Les principales sources d'information des communiqués de presse sont les saisies réalisées par la police et les analyses de laboratoire.

Dans les communiqués de presse, l'attention est principalement portée sur les effets négatifs et les dangers pour la santé. Il n'y est jamais question des éventuelles complications sociales, psychologiques ou juridiques de l'usage de drogues. Cette tendance se répercute nettement dans les articles de journaux et séquences télévisées. De la même manière, le cadrage est le plus souvent épisodique (peu d'approfondissement des sujets en ajoutant des informations de fond) dans les communiqués de presse. Près de la moitié des communiqués de presse concernent la MDMA (ecstasy). Il y a cependant une grande diversité de produits qui ont fait l'objet d'une seule alerte (par exemple : cPP, PMA, cocaïne, atropine, buprénorphine,

hydroxyzine...). Cette tendance est donc identique à celle perçue pour les articles de journaux et les séquences télévisées. De la même manière, on retrouve dans les communiqués de presse peu d'attention pour les conseils et l'orientation vers des services d'aide ; lorsqu'un conseil est donné, il s'agit dans la plupart des cas de l'avertissement standardisé de l'ISP. Des données de contact des organisations professionnelles ne sont jamais fournies.

Les sources d'information principales reprises dans les communiqués de presse sont, premièrement, le gouvernement, et deuxièmement les experts scientifiques. Les professionnels de terrain et les consommateurs de drogues sont rarement repris en tant que sources d'information. Cette tendance se retrouve dans les articles de journaux et les séquences télévisées. Ainsi, en ce qui concerne la diversité des sources d'information, un effort supplémentaire pourrait être réalisé.

Comparaison entre les articles de presse écrite et les communiqués de presse de l'agence Belga

Dans environ 1 article de journal sur 3, 50% et plus des phrases du communiqué de presse sont reprises littéralement. C'est une indication supplémentaire de l'influence du communiqué de presse de l'agence Belga et de la faiblesse d'utilisation d'autres sources pour la rédaction des articles. Dès lors, modifier le contenu des articles de journaux implique que des changements doivent être opérés au niveau du communiqué de presse, de sorte que ces modifications soient automatiquement intégrées aux articles.

Lorsque certaines informations sont ajoutées, supprimées ou élargies, cela influence la manière dont le lecteur interprète le message. Par exemple, en omettant une information contextuelle, le message peut être moins nuancé ou peut introduire une dimension dramatique. Lorsque de l'information est ajoutée, elle concerne le plus souvent des effets négatifs et des dangers. Lorsque de l'information est supprimée, c'est souvent l'information préventive qui disparaît (message de mise en garde standardisé de l'ISP).

Les rédactions de presse écrite tendent à traiter les communiqués de presse de l'agence Belga selon les mêmes critères qu'ils utilisent pour les autres nouvelles. Ils n'accordent donc pas une attention particulière à la valeur informative du message d'alerte et à son caractère préventif. Sur base des constats qui précèdent, on peut décrire deux étapes importantes dans le processus de transmission de l'information vers la presse : premièrement, la détermination avec l'ISP de l'information utile à transmettre à un large public, et la formulation de cette information ; et deuxièmement, l'examen avec les journalistes et l'agence Belga de la meilleure manière de traiter une telle information à visée préventive.

Résultats des groupes focaux

Population générale

Il est pratiquement impossible de rédiger un message d'alerte satisfaisant pour chaque groupe cible ; chaque groupe interprète en effet le message à sa manière. Les consommateurs de drogues sont généralement d'avis que l'information diffusée est peu pratique et utilisable par eux, et que le langage utilisé n'est pas assez objectif ou neutre. Ils sont demandeurs de plus d'informations de "réduction des risques" ("*harm reduction*"). En revanche, en ce qui concerne les non-consommateurs, le langage pourrait être plus sensationnaliste, dans la mesure où ils pensent que cela participe d'une fonction dissuasive. Ils se disent plus aisément

choqués par l'information de "réduction des risques", qu'ils perçoivent au contraire comme une forme d'incitation à la consommation.

Le public atteint occasionnellement par la presse quotidienne est hétérogène, et chaque sous-groupe cible a ses propres raisons pour lire ou non les messages d'alerte. Les adolescents qui ne consomment pas de drogues ainsi que les parents lisent avant tout les messages pour être tenu au courant de l'actualité. Les consommateurs de drogues les plus expérimentés lisent en revanche les articles car ils se sentent concernés. Enfin, ce sont principalement les utilisateurs expérimentaux (débutants) qui ont le plus besoin de ces messages d'avertissement, et qui leur accordent la plus grande attention. Du fait de leur manque d'expérience avec les drogues et de leurs moindres contacts avec d'autres utilisateurs de drogues, ils disposent de moins de canaux d'information alternatifs pour être informés de ce qui circule sur le marché.

Etant donné les différences de choix et d'interprétation des multiples groupes cibles de la population générale, il serait utile d'adapter le contenu et le ton des messages d'alerte en fonction des besoins de chaque groupe cible. Ceci n'est toutefois pas possible si on communique uniquement *via* les médias de masse (journaux et télévision). Les participants aux divers groupes en sont eux-mêmes conscients et suggèrent dès lors de diffuser l'information *via* des canaux complémentaires, ce qui permet davantage de moduler les messages en fonction des receveurs de l'information.

L'impact préventif des messages d'alerte diffère grandement en fonction des différents groupes cible. Au-delà de l'impact souhaité, une alerte dans la presse peut également provoquer un certain nombre d'effets non recherchés. Ce peut être par exemple le cas en augmentant le sentiment d'insécurité chez les parents, ou en augmentant la méfiance vis-à-vis des organismes publics, par exemple chez les usagers de drogues. Auprès de certains sous-groupes de consommateurs de drogues (souvent de jeunes consommateurs en phase expérimentale), le comportement à risque fait partie de l'identité et du mode de vie de ces personnes. Les messages pourraient chez eux induire un effet inverse et les inciter à un comportement expérimental.

Les professionnels

Les professionnels du secteur de la santé et de la prévention pensent que les messages d'alerte issus du système d'alerte précoce sont surtout pertinents pour les consommateurs de drogues (et non pour l'ensemble de la population générale). Ils estiment ainsi que les messages devraient être davantage construits pour répondre à l'attention des consommateurs de drogues et pensent dès lors que l'approche de "réduction des risques" ("*harm reduction*") est la plus appropriée. Ils plaident également pour une communication plus adaptée à des groupes spécifiques, en diffusant de l'information *via* divers canaux adaptés à ces différents groupes. Des exemples sont cités comme les affiches sur les festivals, les sites web, les forums en ligne, les cartes boomerang, etc. De cette manière, tant le contenu que la forme peuvent être adaptés aux différents groupes cibles spécifiques. Les participants sont cependant conscients qu'il n'est pas simple de trouver le juste équilibre entre rapidité et intégralité / fiabilité. En raison de considérations pratiques et par manque de temps, la plupart des articles sont très succincts et factuels. Certains professionnels pensent pourtant que de tels articles courts, sans information de fond et sans cadre interprétatif, peuvent au contraire provoquer des effets pervers et inciter ainsi certaines personnes à expérimenter des substances.

Les professionnels, principalement ceux issus des secteurs de la Justice et de la police, disent avoir besoin d'une organisation plus structurée pour la transmission des informations. Ils

préconisent la désignation d'un point de consultation central pour chaque secteur ou organisation. Mais il faut rester vigilant à la surcharge d'information. En effet, si la fréquence des messages d'alerte est trop importante, les professionnels seront moins attentifs au contenu des alertes, ce qui diminuera la valeur informative des messages, et l'intérêt de leur publication.

De même que pour la population générale, les professionnels plaident pour que plus d'importance soit accordée aux informations en provenance du terrain (*bottom-up*). Notamment, les professionnels de la santé et de la prévention indiquent que les consommateurs de drogues sont bien souvent au courant de certaines affaires avant la publication des alertes, et que de l'information utile pourrait dès lors être exploitée à condition qu'elle soit collectée de manière structurée et qu'elle puisse être vérifiée.

Parmi tous les groupes de professionnels, l'utilisation d'un langage trop technique et scientifique est critiquée. Les journalistes soulignent particulièrement ce point faible, ils éprouvent en effet parfois des difficultés à comprendre ce jargon qui n'accorde que peu d'importance aux aspects humains et narratifs de l'incident. Ainsi, d'une part, la Santé Publique pourrait utiliser un langage plus simple et mieux adapté aux journalistes. D'autre part, la Santé publique pourrait également donner accès à de l'information de fond (non-travaillée) de sorte que les journalistes puissent plus facilement et rapidement rédiger leurs articles et ainsi diffuser des articles plus intéressants. Dans les deux cas, il semble utile d'utiliser le système "*Belga Direct*". Par ailleurs, les journalistes insistent sur l'intérêt d'une mention claire de coordonnées d'experts et/ou d'un porte-parole du SPF Santé Publique. En effet, actuellement les journalistes ont le sentiment qu'il n'est pas aisé de joindre par téléphone un expert pour obtenir des informations supplémentaires. Ils sont alors moins disposés à traduire les messages d'alerte dans des articles de presse.

Les journalistes signalent encore que l'heure à laquelle le message d'alerte est transmis à la presse est déterminante. Si l'alerte arrive dans les rédactions dans la matinée, il y a plus de chance qu'elle soit reprise dans un article de presse. Pour certains journalistes, il serait utile que la Santé Publique transmette, le lendemain, un rappel de l'alerte, lui donnant ainsi une deuxième chance d'être reprise dans un article. Si le message d'alerte n'est prêt que tardivement dans l'après-midi, il est alors préférable de l'envoyer dans les rédactions le lendemain matin.

Résultats de l'enquête téléphonique

Peu de personnes ont remarqué l'avis d'alerte. Deux facteurs peuvent expliquer ce phénomène. D'une part, la couverture restreinte dans les médias : dans la partie francophone du pays, l'alerte a seulement été publiée dans un quotidien, et en Flandre, l'information n'a été reprise que dans quelques courts articles d'un petit nombre de journaux. D'autre part, les niveaux d'intérêt et de besoin pour ce type d'information sont restreints auprès du public touché par cette couverture médiatique. La majorité des personnes qui ont remarqué ces articles se disent non-concernées par ce type d'incident et disent ne pas avoir besoin de ce type d'information.

Malgré tout, le groupe de personnes qui se sentent concernées par la problématique des nouvelles drogues dangereuses n'est pas insignifiant, puisqu'il s'agit de près d'un répondant sur quatre. Il s'agit souvent de consommateurs, ou de personnes qui ont un consommateur dans leur entourage familial ou amical. Pour ce groupe, l'information au sujet de l'incident est estimée pertinente, mais l'enquête indique clairement qu'ils ne sont pas tous atteints par la presse écrite. La profession des répondants ne semble pas être corrélée au fait d'avoir reçu ou

non le message d'avertissement ; les personnes qui sont concernées par les drogues dans leurs activités professionnelles n'ont pas été atteintes par le message significativement plus que les autres.

Les répondants qui ont reçu le message se déclarent satisfaits de la clarté, de l'utilité et du caractère complet du message d'alerte.

La majorité des répondants, y compris ceux qui ne se sont pas personnellement concernés par la problématique des drogues, sont d'accord avec le principe de prévenir la population *via* la presse et les médias lorsqu'une nouvelle drogue dangereuse apparaît. Ce point de vue est partagé même par ceux qui pensent qu'une information véhiculée par la presse portant sur l'apparition d'une nouvelle drogue dangereuse pourrait être un facteur d'inquiétude et avoir un effet alarmant.

Les résultats de l'enquête montrent que les personnes concernées par des problèmes de drogues (pour elles-mêmes ou pour leur entourage) suivent moins fréquemment l'actualité, ce qui pose la question de la pertinence de la diffusion des avis d'alerte par les médias classiques. Ce moyen est en effet insuffisant pour atteindre ceux qui ont besoin de cette information.

Des analyses plus approfondies montrent que la corrélation entre le fait d'être concerné par la problématique des drogues et l'intérêt pour l'actualité s'explique par des variables socio-démographiques intermédiaires. Ainsi, les personnes davantage concernées par la problématique des drogues sont aussi en moyenne d'un niveau de formation moins élevé. Les caractéristiques socio-démographiques comme le niveau de formation expliquent mieux l'intérêt pour l'information en général et la consultation ou l'usage de médias spécifiques (comme une comparaison entre télévision et presse écrite), et donc indirectement la probabilité d'être touché par l'avis d'alerte au moyen des médias.

Dans la mesure où certains groupes cibles, tels les consommateurs, ont un besoin plus spécifique de recevoir les messages issus des avis d'alerte, il est important d'investiguer d'autres canaux potentiels de diffusion des avis d'alerte. L'utilisation de plusieurs canaux permettrait en outre d'élaborer des messages, tant au niveau de la forme que du contenu, spécifiquement adaptés aux besoins de groupes cibles spécifiques, notamment les personnes concernées par la problématique des drogues. Le fait que la majorité des personnes ayant reçu le message d'alerte ne sentent pas concernées par cette information plaide également pour prendre en considération la diffusion des alertes par des canaux complémentaires.

Recommandations

Les théories communicationnelles mentionnées ci-dessus montrent de quelle manière un message déterminé peut avoir une influence sur les receveurs d'information. Cet éclairage nous permet de déterminer les éléments indispensables dans un bon message d'alerte.

Si la thématique "drogues dangereuses" est à l'agenda public, les messages concernant cette thématique bénéficieront d'une attention plus importante de la part des médias, et vice-versa. Si les décideurs et responsables politiques communiquent régulièrement avec les médias autour des drogues dangereuses, les producteurs de médias seront plus conscients de cette question et attireront davantage l'attention sur ce thème, et dès lors, le public s'y intéressera à son tour. La surcharge d'information et le sensationnalisme doivent toutefois être évités dans la mesure où ces éléments discréditent la crédibilité des responsables politiques.

Pour les jeunes et les consommateurs de drogues, il est proposé d'utiliser de nouveaux médias, tels que l'internet ou les SMS. La création d'un site général est également suggérée, où tant les

consommateurs de drogues (*bottom up*) que les scientifiques ou les professionnels du secteur santé et prévention (*top down*), pourraient s'échanger des informations.

Ensuite, on suggère également de transmettre davantage d'informations en face-à-face, par exemple *via* des stands d'information sur les festivals ou *via* des soirées d'information. Dans tous les groupes, on a souligné que les experts de terrain doivent être associés plus étroitement à la diffusion de l'information, en tout premier lieu parce qu'ils bénéficient d'une bonne crédibilité.

Enfin, tant les groupes focaux que l'enquête téléphonique montrent que la diffusion des avis d'alerte uniquement via les médias de masse (principalement par les journaux) ne suffit pas. Une communication plus spécifique est souhaitable. Actuellement, les groupes qui ont le plus besoin de ce type d'information ne sont pas suffisamment atteints.

Voici les recommandations principales :

a) Médias et autres canaux d'information

- le développement d'un portail Web (avec forum en ligne) où aussi bien les professionnels que les usagers peuvent échanger des informations
- des stands d'information sur les festivals et autres événements festifs
- multiplier les canaux de communication et ne pas communiquer uniquement via les médias de masse (permet de mieux tenir compte des spécificités de chaque groupe cible)
- assurer une permanence lors des jours qui suivent une alerte avec un expert/porte-parole qui doit être disponible (via GSM) pour répondre aux questions des journalistes et d'autres personnes intéressées
- encourager la communication dans les deux sens (par exemple en diffusant un formulaire en ligne auprès des acteurs concernés)

b) Type d'avis d'alerte

- accorder plus d'attention à l'apport des consommateurs de drogues
- si un communiqué de presse de l'ISP est prêt en soirée, il est préférable de le transmettre le lendemain matin vers les médias
- toujours mentionner dans chaque communiqué de presse les données de contact d'organisations professionnelles telles que le VAD, Eurotox, *Druglijn* ou *Infor-Drogues*

c) Langage et structure

- choisir un langage plus vivant (avec plus d'intérêt humain (*human interest*), par exemple en reprenant le témoignage d'un consommateur ou d'une victime)