Efficacité communicationnelle

L'ÉVALUATION DE TROIS OUTILS DE COMMUNICATION GRAND PUBLIC SUR LE MONOXYDE DE CARBONE

INSTITUT NATIONAL
DE SANTÉ PUBLIQUE
DU QUÉBEC

Québec

Efficacité communicationnelle

L'ÉVALUATION DE TROIS OUTILS DE COMMUNICATION GRAND PUBLIC SUR LE MONOXYDE DE CARBONE

Direction de la santé environnementale
et de la toxicologie

Janvier 2010

Institut national
de santé publique
Québec

AUTEURES

Véronique Dorval
Consultante

Marion Schnebelen
Direction générale de la santé publique
Ministère de la Santé et des Services sociaux

Claire Laliberté
Direction de la santé environnementale et de la toxicologie
Institut national de santé publique du Québec

SECRÉTARIAT ET MISE EN PAGES

Diane Bizier Blanchette, agente administrative
Direction de la santé environnementale et de la toxicologie
Institut national de santé publique du Québec

Ce document est disponible intégralement en format électronique (PDF) sur le site Web de l'Institut national de santé publique du Québec au : http://www.inspq.qc.ca.

Les reproductions à des fins d'étude privée ou de recherche sont autorisées en vertu de l'article 29 de la Loi sur le droit d'auteur. Toute autre utilisation doit faire l'objet d'une autorisation du gouvernement du Québec qui détient les droits exclusifs de propriété intellectuelle sur ce document. Cette autorisation peut être obtenue en formulant une demande au guichet central du Service de la gestion des droits d'auteur des Publications du Québec à l'aide d'un formulaire en ligne accessible à l'adresse suivante : http://www.droitauteur.gouv.qc.ca/autorisation.php, ou en écrivant un courriel à : droit.auteur@cspq.gouv.qc.ca.

Les données contenues dans le document peuvent être citées, à condition d'en mentionner la source.

DÉPÔT LÉGAL – 2e TRIMESTRE 2010
BIBLIOTHÈQUE ET ARCHIVES NATIONALES DU QUÉBEC
BIBLIOTHÈQUE ET ARCHIVES CANADA
ISBN : 978-2-550-58709-5 (VERSION IMPRIMÉE)
ISBN : 978-2-550-58710-1 (PDF)

©Gouvernement du Québec (2010)

REMERCIEMENTS

Nous tenons d'abord à remercier tous les participants qui se sont prêtés aux différents exercices de la collecte de données (prétests, entretiens, questionnaires). L'enthousiasme qu'ils ont manifesté a été très apprécié. Nous remercions les membres du Groupe Rédiger qui ont accepté d'agir à titre de juges experts sur la question du vocabulaire utilisé dans les outils. Nous tenons aussi à souligner l'excellent travail effectué par Julie Lemieux, designer graphique et étudiante à la maîtrise en communication, qui nous a offert ses services de designer et d'assistante de recherche pour la partie liée à la perception visuelle et au design d'information.

Un merci spécial à tous les relecteurs : Daniel Bolduc (directeur adjoint, unité Santé et environnement, Institut national de santé publique du Québec [INSPQ]), Jean-Marc Leclerc (agent de programmation, de planification et de recherche, unité Santé et environnement, INSPQ), Guy Sanfaçon (coordonnateur, Santé environnementale, ministère de la Santé et des Services sociaux [MSSS]), Claude Giroux (chercheur, Direction des communications, MSSS), Louise Galarneau (médecin-conseil, Santé et Environnement, Agence de la santé et des services sociaux de l'Estrie/Direction de santé publique [DSP]) et Isabelle Clerc (professeure titulaire, Département d'information et de communication de l'Université Laval et directrice, Groupe Rédiger).

La réalisation de cette étude a été rendue possible grâce à l'appui financier du ministère de la Santé et des Services sociaux du Québec.

RÉSUMÉ

Le présent rapport comprend les résultats d'une étude portant sur l'efficacité communicationnelle de trois outils de communication destinés au grand public sur le monoxyde de carbone. Pour ce faire, l'adéquation entre l'intention de communication et la réponse du public a été mesurée, le rôle et la vision des rédacteurs ont été documentés et les éléments ayant un effet nuisible ou facilitant pour un lecteur moyen ont été cernés.

Les trois outils de communication évalués s'intitulent : *Un avertisseur de monoxyde de carbone peut sauver des vies* (2001); *Le monoxyde de carbone tue* (2005); et *Vacanciers soyez vigilants!* (2001). Une analyse textuelle a d'abord été produite sur ces trois documents à partir de critères objectifs portant sur trois aspects du traitement psychocognitif de la lecture, soit : 1) la reconnaissance, qui se mesure par la lisibilité scriptovisuelle (typographique et iconographique); 2) le décodage, mesurable à partir de la lisibilité lexico-syntaxique (vocabulaire et structure de phrase); et 3) l'interprétation, qui se mesure par le choix et la structure de l'information. Cette analyse montre que, sur le plan de la reconnaissance, les outils présentent à peu près tous les mêmes forces et faiblesses à propos de la mise en page, de la typographie, du choix des couleurs et du choix des illustrations. Cela est principalement causé par la répétition du même concept graphique dans chacun des outils. Sur le plan du décodage, la présence de nombreux termes peu familiers au lecteur et un faible indice de lisibilité (obtenu à partir de la formule de Gunning) indiquent que le texte des outils est *moyennement difficile* à *difficile* à lire pour le lecteur moyen. Enfin, sur le plan de l'interprétation, les outils présentent des lacunes en lien avec un choix d'information parfois inapproprié, des connecteurs logiques souvent absents et une structure de texte incohérente par endroits, ce qui augmente la difficulté du texte.

Des rencontres avec des lecteurs potentiels du dépliant sur l'avertisseur ont ensuite permis de documenter un autre aspect du traitement psychocognitif de la lecture, soit l'appropriation de l'information, au moyen de différentes mesures. L'analyse des résultats obtenus grâce à ces mesures montre que plusieurs connaissances inexactes des lecteurs n'ont pas été modifiées après la lecture du dépliant et que le texte du dépliant sur l'avertisseur n'est que partiellement compris des lecteurs.

Des rencontres avec les rédacteurs ont finalement permis d'expliquer certaines des raisons expliquant la compréhension partielle des lecteurs. Les rédacteurs engagés dans la réalisation des outils de communication ont des préoccupations davantage liées à la gestion de projet dans son ensemble plutôt qu'au texte et à son adaptation au grand public. Et lorsqu'ils prennent en considération le lecteur dans leurs décisions, le lecteur modèle à partir duquel ils rédigent ne correspond pas au lecteur réel, mais plutôt à une sorte d'alter ego peu comparable au lecteur moyen. Ce qui donne un dépliant inefficace sur le plan communicationnel puisque le texte n'est pas adapté au lecteur réel.

Les recommandations générales qui se trouvent au dernier chapitre rassemblent les principales conditions à respecter lors de la production d'un outil de communication ou de l'utilisation d'un moyen de communication afin d'atteindre les différents objectifs visés.

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES TABLEAUX ..... **IX**

INTRODUCTION **1**

PARTIE 1 ..... **3**

1 PROBLÉMATIQUE **3**

1.1 Prévenir par des activités de communication 3
1.2 Évaluer les activités de communication 4
1.3 Écrire pour le grand public 4
1.3.1 Les compétences de la cible et la santé 5
1.3.2 Les compétences du rédacteur 6

2 OBJECTIFS ET HYPOTHÈSES DE RECHERCHE **9**

2.1 L'objectif général et les objectifs spécifiques 9
2.2 Les hypothèses de recherche 9

3 CADRE CONCEPTUEL **11**

3.1 Le fonctionnement psychocognitif de la lecture 11
3.1.1 La reconnaissance 11
3.1.2 Le décodage 11
3.1.3 L'interprétation 12
3.1.4 L'appropriation 12
3.2 L'efficacité communicationnelle 13
3.2.1 La pertinence 13
3.2.2 La lisibilité 13
3.2.3 L'intelligibilité 14

4 MÉTHODOLOGIE **15**

4.1 La présentation du corpus 15
4.1.1 Le dépliant *Le monoxyde de carbone tue* 15
4.1.2 Le signet *Vacanciers soyez vigilants!* 16
4.1.3 Le dépliant *Un avertisseur de monoxyde de carbone peut sauver des vies* 16
4.2 L'analyse textuelle 17
4.2.1 La reconnaissance : mesure de lisibilité scriptovisuelle 17
4.2.2 Le décodage : mesure de lisibilité lexico-syntaxique 18
4.2.3 L'interprétation : mesure du choix et de la structure de l'information 19
4.3 La rencontre avec les lecteurs 20
4.3.1 L'échantillonnage 21
4.3.2 La méthode du plus-minus et l'entretien individuel 21
4.4 La rencontre avec les rédacteurs 22
4.4.1 L'entretien semi-dirigé 22
4.4.2 L'analyse thématique des entretiens 22

PARTIE 2 25

5 RÉSULTATS DE L'ANALYSE TEXTUELLE 25

5.1 La reconnaissance 25
5.1.1 La mise en page 25
5.1.2 La typographie 26
5.1.3 Les couleurs 27
5.1.4 Les illustrations 28
5.2 Le décodage 29
5.2.1 L'identification des mots inconnus 30
5.2.2 La longueur des mots et des phrases 33
5.2.3 L'indice de lisibilité de Gunning 33
5.3 L'interprétation 33
5.3.1 Le choix de l'information 34
5.3.2 La structure du texte : la cohésion 35
5.3.3 La structure du texte : la cohérence 36
5.4 Conclusion de l'analyse textuelle 42

6 RÉSULTATS DES RENCONTRES AVEC LES LECTEURS 43

6.1 Les données sociodémographiques 44
6.2 Les connaissances et l'attitude 44
6.3 La compilation des + et - 45
6.4 Les questions de compréhension : l'appropriation 50
6.5 Conclusion des rencontres avec les lecteurs 53

7 RÉSULTATS DES ENTRETIENS AVEC LES RÉDACTEURS 55

7.1 Le mandat d'écriture des outils 55
7.2 L'intention de communication 56
7.3 Les représentations des rédacteurs 56
7.3.1 Les outils 56
7.3.2 La stratégie de communication 56
7.3.3 La distribution des outils 57
7.3.4 Un outil « à conserver » 58
7.3.5 Un outil porteur d'un sujet complexe 59
7.3.6 Les coûts de production 59
7.3.7 La tâche 59
7.4 La représentation du destinataire 60
7.4.1 Son bagage de connaissances 60
7.4.2 Ses attitudes et ses comportements 61
7.4.3 Sa compréhension 61
7.4.4 Mon semblable 62
7.5 Conclusion des rencontres avec les rédacteurs 63

PARTIE 3 ..... **65**

8 DISCUSSION **65**

8.1 Atteinte des objectifs 65

8.1.1 Adéquation entre l'intention de communication et la réponse du public 65

8.1.2 Rôle et vision des rédacteurs d'outils de communication 65

8.1.3 Éléments en jeu lors de la réception 66

8.2 Vérification des hypothèses de recherche 66

8.3 Limites de l'étude 67

8.4 Pistes suggérées pour améliorer l'efficacité communicationnelle 67

8.4.1 Circonscrire les rôles 67

8.4.2 Déterminer les objectifs 68

8.4.3 Définir la cible 68

8.4.4 Prétester et posttester le matériel 68

8.4.5 Choisir le moyen de communication 69

8.5 Conclusion 69

RÉFÉRENCES **71**

ANNEXE 1 QUESTIONNAIRE UTILISATEURS – DONNÉES SOCIODÉMOGRAPHIQUES **75**

ANNEXE 2 QUESTIONNAIRE UTILISATEURS – CONNAISSANCES PRÉALABLES ET ATTITUDE À L'ÉGARD DU MONOXYDE DE CARBONE 1 ..... **79**

ANNEXE 3 MÉTHODE DU *PLUS MINUS* **83**

ANNEXE 4 APPRÉCIATION GÉNÉRALE DU DÉPLIANT **87**

ANNEXE 5 QUESTIONS DE COMPRÉHENSION **91**

ANNEXE 6 QUESTIONNAIRE UTILISATEURS – CONNAISSANCES ACQUISES ET ATTITUDE À L'ÉGARD DU MONOXYDE DE CARBONE 2 ..... **95**

ANNEXE 7 SCHÉMA D'ENTRETIEN INDIVIDUEL AVEC LES RÉDACTEURS DES OUTILS ANALYSÉS **99**

ANNEXE 8 AIDE-MÉMOIRE POUR LA PRODUCTION DE DOCUMENTS **103**

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 Corpus et public cible 3
Tableau 2 Proportion de lecteurs québécois et canadiens selon le niveau de littératie 6
Tableau 3 Listes de mots identifiés comme inconnus /difficiles par SATO-calibrage et les juges experts 32
Tableau 4 Longueur moyenne des mots et des phrases contenus dans les outils 33
Tableau 5 Indice de Gunning 33
Tableau 6 Résumé des données sociodémographiques 44
Tableau 7 Réponses fournies à la mesure des connaissances préalables 44
Tableau 8 Réponses fournies à la mesure des connaissances acquises 45

INTRODUCTION

Le domaine de la santé environnementale couvre « les dangers associés aux agents chimiques, biologiques et physiques présents dans l'environnement de même que leurs effets sur la santé de la population » (*Programme national de santé publique 2003-2012* – mise à jour 2008 – p. 56). Dans cette optique, quatre axes d'intervention sont privilégiés : il s'agit principalement de la promotion de la santé; de la prévention des risques et des maladies; de la surveillance des risques et de la gestion des risques environnementaux. Les activités y étant associées sont mises en œuvre par diverses instances du réseau de la santé du Québec, souvent de concert avec des partenaires d'autres secteurs que celui de la santé. Dans la présente étude, ce sont certaines activités reliées aux deux premiers axes d'intervention (promotion et prévention) qui nous intéressent plus particulièrement.

Depuis 1997, le réseau de la santé publique compte la production d'outils de communication parmi ses activités de sensibilisation sur les risques d'intoxication causés par une exposition au monoxyde de carbone (symbole chimique : CO). Entre 1997 et 2006, le ministère de la Santé et des Services sociaux (MSSS), en collaboration avec le Comité provincial sur la prévention des intoxications au monoxyde de carbone, a produit cinq outils grand public, un outil adressé aux restaurateurs et un guide spécifiquement destiné aux intervenants de santé publique et d'urgence. Compte tenu de l'importance attribuée aux outils de communication grand public dans l'ensemble des campagnes de sensibilisation sur les enjeux de santé liés au monoxyde de carbone, l'Institut national de santé publique du Québec (INSPQ) a proposé au MSSS d'étudier l'efficacité communicationnelle de certains des outils destinés au grand public. Le Ministère, par l'entremise de la Table nationale de concertation en santé environnementale (TNCSE)[1], a accepté la proposition. L'objectif ultime de cette évaluation est de permettre l'élaboration d'une stratégie d'action plus efficace en fonction des besoins des différents lecteurs.

Les résultats, les analyses et les recommandations contenus dans les pages qui suivent ont été obtenus à partir de l'examen de trois documents grand public abordant la problématique du monoxyde de carbone. Les documents analysés ont été produits par des experts de contenu (biologistes, médecins, etc.) œuvrant dans le milieu de la santé environnementale au Québec. L'analyse est effectuée principalement sous l'angle des compétences du lecteur moyen et de sa prise en compte par les rédacteurs. Les pistes de réflexion et les recommandations émanant des analyses pourront servir d'outils de travail à toute personne œuvrant dans le milieu de la santé qui doit produire un document en lien avec la santé ou en superviser la production.

Le rapport est présenté en trois parties. La première partie comprend la problématique, les objectifs et les hypothèses de recherche, le cadre conceptuel et la méthodologie. La deuxième partie comprend tous les résultats de l'analyse textuelle, des rencontres avec les lecteurs et avec les rédacteurs. La troisième partie comprend la discussion.

[1] La Table nationale de concertation en santé environnementale regroupe des représentants des équipes de santé environnementale des directions de santé publique (DSP) des agences de la santé et des services sociaux (ASSS), de la Direction de la protection de la santé du MSSS et de l'unité Santé et environnement de l'INSPQ.

PARTIE 1

1 PROBLÉMATIQUE

La problématique étudiée comprend une mise en contexte qui décrit les activités de sensibilisation portant sur les intoxications au CO, dresse un état de situation de l'évaluation de la communication en santé environnementale au Québec et présente les spécificités de l'écriture grand public.

1.1 PRÉVENIR PAR DES ACTIVITÉS DE COMMUNICATION

Depuis plusieurs années, les intoxications au monoxyde de carbone font l'objet d'une attention particulière du réseau de la santé publique du Québec. Au Québec, les dossiers fournis par le Bureau du coroner couvrant les années 1989 à 2001 font état de 140 événements[2] d'origine involontaire non liés aux incendies ayant conduit à 211 intoxications dont 158 décès (Prévost et Jacques, 2005). De 2000 à 2005, le Centre antipoison du Québec (CAPQ) a quant à lui pu recenser 2 675 cas d'intoxication involontaire non liés au travail, soit 63,5 % de l'ensemble des cas d'intoxication au CO pour cette même période[3] (CAPQ, 2006). Les intoxications au CO sont une cause de mortalité et de morbidité potentiellement évitable, pour autant que les sources de CO soient reconnues par la population à risque et que les cas d'intoxication soient diagnostiqués.

L'objectif énoncé par le *Programme national de santé publique 2003-2012* visant à réduire de 25 % les intoxications d'origine environnementale et leurs conséquences sur la santé (MSSS, 2003 : 62) fait de la prévention des intoxications au CO une des priorités de santé publique. Depuis 1997, le MSSS et les directions de santé publique (DSP), conjointement avec l'INSPQ, réalisent de nombreuses activités d'éducation et de sensibilisation auprès de divers publics. Ces activités ont pour but de faire connaître le danger associé à l'exposition au CO et les mesures à prendre pour ne pas y être exposé. Parmi toutes ces activités, celles relevant de la communication prédominent et c'est pourquoi il est pertinent de s'y attarder. À cet effet, le tableau 1 présente les outils de communication du corpus d'analyse : deux dépliants destinés à la population générale et un signet destiné à un sous-groupe de la population, soit les campeurs.

Tableau 1 Corpus et public cible

Outils de communication	Public cible
Dépliant *Le monoxyde de carbone tue* (édition révisée 2005, première édition 1997)	Population générale
Signet *Vacanciers soyez vigilants!* (2001)	Campeurs
Dépliant *Un avertisseur de monoxyde de carbone peut sauver des vies* (2001)	Population générale

[2] Un événement est défini comme un ou plusieurs décès associés à une même source de CO au même moment.

[3] Rappelons que l'intoxication au CO est considérée comme une maladie à déclaration obligatoire (MADO).

Il est à noter que certains de ces outils ont été réimprimés et ont fait ou feront l'objet d'une mise à jour de contenu afin de tenir compte des nouvelles données (évolution de la certification des appareils, évolution du marché des avertisseurs de CO au Québec, etc.). Cette étude porte sur la dernière édition des documents disponible en septembre 2006 (tableau 1).

1.2 ÉVALUER LES ACTIVITÉS DE COMMUNICATION

Dans le domaine de l'information en santé en général, la littérature scientifique regorge d'analyses centrées sur la réception de matériel écrit s'adressant au grand public. Ces évaluations concluent que les aptitudes de lecture requises pour comprendre les écrits en santé sont nettement supérieures aux compétences réelles des destinataires (Zorn et Ratzan 2000, Endres, 2002, Freda *et al.*, 2004; Harwood et Harrison, 2004; Paasche-Orlow *et al.*, 2003 : Rudd *et al.*, 2000). Cet écart prive donc de larges segments de la population d'une compréhension adéquate des sujets traités (Payne *et al.*, 2000). Ces évaluations sont centrées sur le texte et sa réception.

En santé environnementale au Québec, les évaluations d'outils de communication du point de vue du récepteur sont de plus en plus nombreuses. À titre d'exemple, la réception du *Guide de consommation de poisson de pêche sportive en eau douce* (LaRue, Laliberté et Grondin, 1997) par des pêcheurs et des experts de contenu a fait l'objet d'une évaluation qui a conduit à une refonte complète du message de santé et à l'adoption d'un autre genre de document pour livrer ce message. De la même manière, un dépliant portant sur le mercure et la consommation de poisson, dans le contexte de la mise en eau d'un réservoir, produit conjointement par Hydro-Québec et la DSP de la Côte-Nord à l'intention de la population locale a été complètement revu à la lumière d'une consultation auprès du public visé (Grondin, Laliberté et Gagnon, 2002). Enfin, dans le cadre de la campagne d'information concernant le virus du Nil occidental, une évaluation de la compréhension du public face au risque lié à ce virus jusque-là inconnu (Grondin, Corriveau, Bolduc et Brumelle, 2004) a entraîné des changements importants dans le contenu des messages issus des autorités de santé publique. Toutes ces analyses ont en commun de s'intéresser au texte et à sa réception et elles ont démontré à chaque fois la nécessité de consulter la population.

Depuis une dizaine d'années, la plupart des évaluations de matériel écrit en santé concluent que le texte est incompréhensible, mais plusieurs études ont démontré que c'est souvent en consultant le public visé qu'il est possible de réajuster le tir à cet effet. Dans cette situation, il faut se demander pourquoi les organisations persistent à produire des documents incompréhensibles. L'analyse du maillon « émission » de la chaîne de production, maillon généralement négligé par les chercheurs davantage intéressés par la réception, fournira une réponse à cette question.

1.3 ÉCRIRE POUR LE GRAND PUBLIC

Comme indiqué précédemment, le public cible de la plupart des outils de communication sur le CO est la population générale, qu'on appelle communément le « grand public ». Produire des documents, quels qu'ils soient, pour un public aussi hétérogène que la population générale n'est pas une tâche simple.

Plusieurs facteurs influencent le développement d'un produit de communication écrit. Dans une étude semblable à une portion de ce que nous avons fait ici, présentée en troisième partie et tirée de nos entretiens avec les rédacteurs des outils de communication, Gal et Prigat (2005) se sont arrêtés au travail des rédacteurs et ont pu relever six facteurs influençant le développement d'un produit de communication écrit, ils sont :

- Le promoteur, c'est-à-dire la personne ou l'organisation qui initie le projet de communication;
- Le public cible et le contexte d'utilisation du produit de communication, c'est-à-dire le public visé et la distribution (directe, par l'intermédiaire d'un médiateur [un professionnel de la santé par exemple], dans le cadre d'une campagne, simultanée à plusieurs types de destinataires);
- Le but poursuivi, c'est-à-dire communiquer sur un risque, informer à propos d'un nouveau service de santé ou d'une nouvelle procédure (selon le public visé);
- Le plan de travail et le processus décisionnel de validation, c'est-à-dire la responsabilité de réaliser l'ébauche, de la valider (auprès des experts, du public cible et des questionnaires); de concilier et de négocier les différentes demandes des acteurs impliqués;
- Les considérations liées à la lisibilité, c'est-à-dire de tenir compte des règles de lisibilité, entre autres, la longueur du texte, le maintien de l'intérêt du lecteur, le choix du vocabulaire;
- L'évaluation, c'est-à-dire auprès de qui le texte est testé?

Il appert ainsi que la tâche peut effectivement être compliquée et, surtout, que des facteurs de nature complètement différente peuvent interférer dans le processus.

1.3.1 Les compétences de la cible et la santé

Les résultats de la dernière Enquête internationale sur l'alphabétisation et les compétences des adultes (EIACA), publiés en novembre 2005, montrent que près de la moitié des citoyens canadiens âgés de 16 ans et plus éprouvent de la difficulté à lire et à écrire (EIACA, 2005). Dans une société de l'information, éprouver de la difficulté à lire et à écrire est lourd de conséquences. Parmi les répercussions possibles figure la dégradation de l'état de santé de ces personnes. Il a été démontré que les caractéristiques des faibles lecteurs correspondent à celles des gens présentant les risques de problèmes de santé les plus élevés (ACSP, 2001; Rudd *et al.*, 2000). Cette préoccupation à l'égard des faibles lecteurs a aussi été exprimée lors de la deuxième conférence canadienne sur l'alphabétisation et la santé, tenue à Ottawa (Ontario) en octobre 2004[4].

[4] Rapport disponible à l'adresse suivante : http://www.cpha.ca/alphabetisation/rapportfinal.html.

Dans le cadre de cette enquête internationale, les lecteurs ont été classés selon cinq niveaux de littératie[5] (tableau 2).

Tableau 2 Proportion de lecteurs québécois et canadiens selon le niveau de littératie

Niveaux de littératie	Caractéristiques des lecteurs pour chacun des niveaux	% de Québécois	% de Canadiens
1	Ces gens ont des capacités de lecture très faibles et sont pratiquement analphabètes. Par exemple, une personne peut être incapable de déterminer correctement le nombre maximal de jours de prise d'un médicament indiqué sur l'étiquette.	15,6	14,6
2	Ce sont des personnes qui performent mieux que celles du niveau 1, mais pas suffisamment pour être considérées comme fonctionnelles dans la société actuelle. Ces personnes se débrouillent, mais elles ne lisent pas très bien et éprouveraient des difficultés dans un nouvel emploi.	33,0	27,3
3	Ce niveau est considéré comme le seuil minimum de compétences permettant de faire face aux demandes imposées par la société d'aujourd'hui. Les gens qui s'y classent peuvent être considérés comme fonctionnels.	36,8	38,6
4 et 5	Ces niveaux témoignent de compétences élevées. Étant donné le peu d'effectifs au niveau 5, les niveaux 4 et 5 ont été regroupés lors des analyses. Les gens qui s'y classent sont des lecteurs dits experts.	14,6	19,5

Ainsi, pour rejoindre la majorité des Québécois, que nous appellerons désormais le lecteur moyen, il faut que l'écrit soit de niveau 2-3 puisque 69,8 % de la population s'y retrouve lorsque ces deux niveaux sont regroupés. Les gens se classant au niveau 1 sont très difficiles à rejoindre puisqu'ils évitent souvent les situations de lecture. C'est pourquoi ils ne sont pas comptés parmi les lecteurs moyens. Par contre, étant donné que les gens se classant aux niveaux 4 et 5 préfèrent souvent lire des textes clairs et explicites, nous considérons qu'ils comprendront l'information adaptée au niveau inférieur. Au total, en visant le lecteur moyen, donc en produisant un écrit de niveau 2-3, 84,4 % de la population est susceptible d'être rejointe.

1.3.2 Les compétences du rédacteur

Les compétences du lecteur moyen étant de niveau 2-3, les écrits pour rejoindre ce lecteur doivent être adaptés en conséquence. Les experts en communication qui pratiquent la production-rédaction de documents comparables aux outils du corpus sont généralement à l'affût de ce type d'information sur le grand public. On les appelle rédacteurs professionnels,

[5] Selon l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), la littératie est « l'aptitude à savoir, comprendre et utiliser l'information écrite dans la vie courante à la maison, au travail et dans la communauté, en vue d'atteindre des buts personnels et d'étendre ses connaissances et ses capacités » (OCDE, 1997 : 4). Ainsi, le niveau de littératie d'une personne peut varier tout au long de sa vie selon qu'elle est en contact ou non avec la lecture et l'écriture.

ce qui correspond ni plus ni moins à des spécialistes formés dans le domaine de la communication (Clerc, 1998). Par contre, dans le cas des outils de communication grand public sur le CO, les rédacteurs ne correspondent pas à la définition de rédacteur professionnel. Ces rédacteurs ne possèdent pas de formation en communication, en vulgarisation scientifique ou en rédaction grand public et ils ont généralement peu d'expérience dans le domaine. Dans le contexte particulier de la rédaction d'outils sur le CO, les rédacteurs impliqués correspondent plutôt à ce que nous appelons des rédacteurs fonctionnels.

Les rédacteurs fonctionnels sont des experts de contenu, des spécialistes (ingénieur, médecin, biologiste, expert en santé publique, etc.) qui, dans le cadre de leurs fonctions, ont à produire divers types d'écrits : des articles scientifiques, des rapports de recherche, des comptes rendus de toutes sortes, des journaux internes, des demandes de subventions, des dépliants, etc. (Beaudet, 1998). Tous ces écrits ne visent pas les mêmes destinataires. Alors que la plupart de ces écrits s'adressent principalement à des confrères et à des collègues de travail; d'autres sont plutôt rédigés pour rejoindre le grand public, comme c'est le cas des dépliants sur la prévention des intoxications au CO. Force est de reconnaître que pour l'expert de contenu, écrire pour un public composé de scientifiques ou d'initiés, ce qui représente la majeure partie de sa rédaction, constitue une tâche très différente de celle d'écrire pour le grand public. Contrairement à la rédaction scientifique ou technique, la rédaction grand public exige du rédacteur qu'il adapte son discours à un public auquel il n'appartient pas. Ce sont donc ses connaissances de la cible qui lui permettront de rédiger un texte plus ou moins bien adapté.

Les compétences en lecture de la population ne sont pas aussi étendues que nous sommes parfois portés à le penser. De plus, les personnes qui éprouvent des difficultés de lecture sont aussi celles qui risquent davantage d'avoir des problèmes de santé. Dans une société où une partie importante de l'information nécessaire au maintien ou à l'acquisition d'un état de santé souhaitable est écrite, il est impératif de s'assurer que ces écrits sont compréhensibles pour la majorité des gens. Toutefois, au cours des dix dernières années, de nombreuses études ont montré que la plupart des écrits en santé sont incompréhensibles pour la majorité des gens. De plus, d'après ces études, il est possible de remédier à ce problème en consultant la population visée avant de publier les documents. Pourquoi, donc, des documents de santé publique incompréhensibles sont encore produits chaque année? La réponse réside peut-être dans les conditions de production des rédacteurs responsables des publications.

2 OBJECTIFS ET HYPOTHÈSES DE RECHERCHE

2.1 L'OBJECTIF GÉNÉRAL ET LES OBJECTIFS SPÉCIFIQUES

L'objectif général de cette étude est de connaître l'efficacité communicationnelle[6] de trois outils de communication grand public sur le monoxyde de carbone. Les trois objectifs spécifiques suivants permettront d'atteindre l'objectif général :

- mesurer l'adéquation entre l'intention de communication et la réponse du public;
- documenter le rôle et la vision des rédacteurs d'outils de communication;
- repérer les éléments ayant un effet (nuisible ou facilitant) sur le lecteur.

Une meilleure connaissance des facteurs qui augmentent (ou qui affaiblissent) l'efficacité communicationnelle permettra d'établir les bases solides pour guider les rédacteurs dans la réalisation de futurs documents de même type.

2.2 LES HYPOTHÈSES DE RECHERCHE

Les outils de communication sont utiles si le lecteur est capable de les lire et les comprendre (Mumford, 1997). Pour arriver à ce que le lecteur puisse lire et comprendre un message, ce dernier doit être adapté au lecteur visé. Selon Fayol (1997) :

> [l]'efficacité des messages dépend de leur adaptation au destinataire, adaptation encore plus cruciale en production écrite […] Or, les résultats des chercheurs travaillant sur la rédaction de textes écrits ont tous conduit à déplorer les faiblesses liées à une prise en compte insuffisante du destinataire (p.137).

Les textes utilitaires imposent aux rédacteurs de tenir compte des lecteurs s'ils veulent que leurs écrits soient efficaces. Toutefois, cette prise en compte du lecteur n'est pas suffisante; elle doit en plus correspondre au lecteur visé. De toute évidence, si le rédacteur écrit un texte en pensant à un lecteur modèle dont les caractéristiques ne correspondent pas à celles du lecteur réel, le texte ne sera certes pas efficace. Nous avons donc deux variables indépendantes, c'est-à-dire deux éléments qui ont un effet sur le texte. La première variable indépendante est la prise en compte du lecteur : l'importance que le rédacteur lui accorde; et la deuxième : l'adéquation entre le lecteur modèle du rédacteur et le lecteur réel. L'hypothèse principale peut donc être formulée de la façon suivante :

Hypothèse principale (1) :

« Quand le rédacteur prend en compte le lecteur et quand il y a adéquation entre l'image qu'il se fait du lecteur (lecteur modèle) et les caractéristiques réelles du destinataire (lecteur réel), le rédacteur rédige un texte lisible et intelligible. »

Lorsque les textes remplissent ces conditions, ils ont un effet sur la compréhension du lecteur. La compréhension est alors plus grande que lorsque des textes sont produits dans des conditions qui ne respectent pas les critères de l'hypothèse principale. La compréhension s'avère être la variable dépendante puisque c'est elle qui varie en fonction

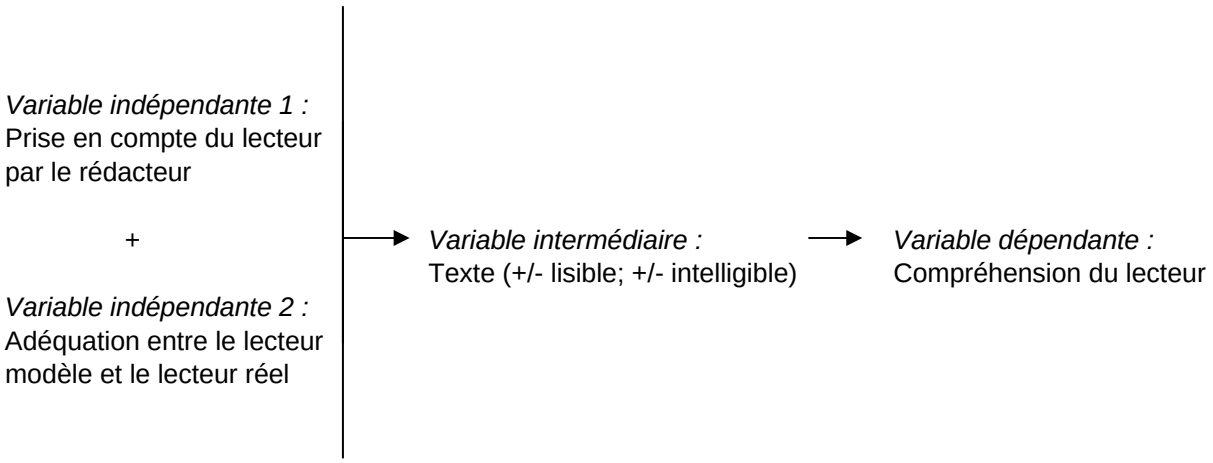
[6] Le concept d'efficacité communicationnelle est défini au point 3.2 du présent document.

des deux éléments liés aux rédacteurs (la prise en compte du lecteur et l'adéquation entre le lecteur modèle et le lecteur réel). L'hypothèse secondaire peut donc être formulée ainsi :

Hypothèse secondaire (2) :

« Les textes produits dans les conditions énumérées dans l'hypothèse principale étant lisibles et intelligibles, ils seront davantage compris par le lecteur que des textes produits dans d'autres conditions. »

Enfin, le texte joue le rôle de variable intermédiaire puisque c'est par lui que les lecteurs parviennent à saisir plus ou moins l'information choisie et mise en forme par les rédacteurs.



L'objectif principal de cette étude est de connaître l'efficacité communicationnelle d'outils de communication produits sur le CO pour le grand public. L'hypothèse de recherche est que deux éléments doivent être pris en compte par le rédacteur pour assurer que le texte qu'il produira sera lisible et intelligible : 1) qu'il prenne en considération le lecteur, 2) que cette prise en considération du lecteur soit le reflet du lecteur réel. Lorsque les textes sont produits selon ces deux conditions, la compréhension des lecteurs est alors meilleure que dans d'autres conditions.

3 CADRE CONCEPTUEL

Dans le cadre de cette étude, plusieurs concepts empruntés à diverses approches ont été utilisés. Chacun de ces concepts est défini dans la partie qui suit et les liens qui existent entre eux sont explicités. D'abord, le fonctionnement psychocognitif de la lecture sera présenté selon les quatre niveaux de traitement principaux : la reconnaissance, le décodage, l'interprétation et l'appropriation. Par la suite, il sera expliqué que les textes utilitaires, dont font partie les outils de communication sur le CO, ont pour visée l'efficacité communicationnelle. C'est grâce à la théorie de la pertinence de Sperber et Wilson (1995), expliquée brièvement, que l'atteinte de l'efficacité communicationnelle sera possible. Les concepts de lisibilité et d'intelligibilité et leurs indicateurs respectifs sont présentés en dernier et marquent ainsi le lien avec la partie méthodologique.

3.1 LE FONCTIONNEMENT PSYCHOCOGNITIF DE LA LECTURE

« Pour comprendre un texte, le lecteur doit effectuer des opérations mentales de différents degrés de complexité » (Groupe Rédiger, 2006 : 7). Comme mentionné précédemment, il est possible de regrouper la majorité des opérations mentales sous quatre niveaux de traitement qui sont : la reconnaissance, le décodage, l'interprétation et l'appropriation.

3.1.1 La reconnaissance

Ce niveau de traitement regroupe des opérations davantage liées à la perception visuelle. Commençons par la reconnaissance du genre textuel (Adam, 2001). Le genre est généralement un des éléments qui saute aux yeux. Par exemple, la majorité des adultes savent qu'ils se trouvent devant un dépliant lorsqu'ils en voient un; ils savent lorsqu'ils se trouvent devant une lettre, un article de journal, un formulaire, etc., puisqu'ils reconnaissent les caractéristiques propres au genre. Ensuite, la perception des signes graphiques tels que les caractères, les espaces blancs, les mises en relief, etc., fait aussi partie de la reconnaissance. Ce niveau de traitement comprend essentiellement la lisibilité scriptovisuelle qui est, en quelque sorte, la porte d'entrée sur le texte. Le rédacteur devra donc s'assurer, s'il souhaite que les lecteurs traitent l'information, qu'il choisit les éléments typographiques appropriés (par exemple la bonne police de caractères, des mises en relief pertinentes, une mise en page aérée, etc.) et des éléments iconographiques pertinents (des illustrations faciles à reconnaître pour son lecteur, par exemple).

3.1.2 Le décodage

Lorsqu'il décode un texte, le lecteur est à l'étape de la reconnaissance des mots. Il suit alors la structure de la phrase. C'est l'étape de la lisibilité lexico-syntaxique. L'utilisation de mots familiers et la construction de phrases contenant une seule idée facilitent grandement le décodage. Il faut noter que la construction de phrases qui ne contiennent qu'une idée, plutôt que de phrases courtes, est suggérée. En effet, ce n'est pas tant la longueur de la phrase qui permet une meilleure compréhension, mais plutôt le fait qu'elle ne contient pas plus qu'une idée. Cette étape est très importante puisqu'un lecteur qui ne décode pas les unités

de sens[7], parce qu'il ne connaît pas certains mots par exemple, aura de la difficulté à accéder au niveau suivant, celui de l'interprétation.

3.1.3 L'interprétation

À ce niveau de traitement, le lecteur établit des liens logiques entre les unités de sens grâce à deux éléments : le choix de l'information et la structure du texte. Le choix de l'information doit toujours être effectué en fonction des besoins, des attentes et des motivations du lecteur visé. Chaque information doit ainsi être pertinente pour ce lecteur, au sens de la théorie de Sperber et Wilson (abordée plus loin). La structure du texte, quant à elle, permet de faciliter les liens entre les phrases, puis entre les paragraphes, ensuite entre les sections, etc. La cohésion et la cohérence sont les principaux concepts permettant de se prononcer sur la structure. La cohésion concerne davantage ce qui relève du système anaphorique, c'est-à-dire ce qui permet au lecteur de comprendre à qui réfère le « Il » dans l'extrait suivant : « Jean est heureux. Il a obtenu son diplôme ». La cohérence, pour sa part, comprend la progression logique et thématique du texte, soit ce qui permet au lecteur de suivre le fil conducteur du texte et d'intégrer les informations les unes après les autres.

3.1.4 L'appropriation

Le lecteur procède à l'appropriation seulement si l'information à laquelle il est soumis trouve un écho chez lui, c'est-à-dire que l'information le touche, qu'il se sent concerné et qu'il est en mesure de voir de quoi on lui parle. L'appropriation est le niveau ultime de la compréhension. Pour comprendre, l'information lue doit avoir été raccrochée à des connaissances du lecteur. Différents moyens permettent de déterminer si le lecteur s'appropriera l'information. D'abord, il faut impliquer le lecteur, et pour ce faire, il faut employer des références qui le concernent : les valeurs auxquelles il adhère, les arguments qui risquent de le toucher, les expériences qu'il a peut-être vécues, les analogies qui feront image pour lui ou qui lui permettront de faire des liens, etc. La personnalisation dans le texte est aussi un moyen employé pour capter ou maintenir l'attention du lecteur.

Précisons que les opérations mentales peuvent se produire autant de manière simultanée, soit aux quatre niveaux presque en même temps, que de manière successive. Lorsqu'elles se suivent, les opérations mentales peuvent avoir cours dans l'ordre croissant, comme elles sont présentées ici, ou décroissant, et même, de manière tout à fait désordonnée. Par exemple, un symbole d'interdit ⊘ peut permettre au lecteur de saisir, avant même de lire, que le texte qui se trouve vis-à-vis de cet interdit comprend des actions à éviter, comme c'est le cas dans le dépliant « Un avertisseur de monoxyde de carbone peut sauver des vies ». Le lecteur passera donc de la reconnaissance à l'appropriation et, ensuite, s'il lit le texte accolé, il décodera le texte et l'interprétera. Pour les besoins de l'explication, les quatre niveaux de traitement et l'essentiel des opérations mentales qui ont cours à chacun d'eux séparément ont été présentés. Toutefois, lors du processus de lecture, chacun des niveaux peut être sollicité à plusieurs reprises et certaines opérations mentales peuvent prendre place à deux niveaux en même temps. Les niveaux de traitement sollicités en cours de lecture sont ainsi

[7] Nous employons l'expression « unités de sens » pour désigner les réalités représentées par des mots et des groupes de mots.

en interaction constante et c'est simplement pour pouvoir expliquer ce qui se produit lors de la lecture que le processus est présenté en quatre niveaux de traitement.

3.2 L'EFFICACITÉ COMMUNICATIONNELLE

Selon les travaux du Groupe Rédiger, l'efficacité communicationnelle est une finalité ou un seuil de réussite attendu d'un acte de communication. « Mesurer l'efficacité exige qu'on tienne compte de l'adéquation entre la visée du document et son atteinte chez le lecteur. On pourra dire qu'un acte de communication est réussi ou efficace s'il a atteint son but » (Beaudet, 2005 : 134). L'efficacité communicationnelle repose sur le principe de pertinence, tiré de la théorie de la pertinence de Sperber et Wilson (1995).

3.2.1 La pertinence

La théorie de la pertinence de Sperber et Wilson (1995) est une théorie de la communication dirigée principalement par un principe, celui de la pertinence. Pour ces auteurs, les humains traitent l'information qui leur permet de modifier ou de renforcer leur représentation du monde sans accaparer trop d'énergie. En d'autres termes, une information sera jugée pertinente par le destinataire si les effets qu'elle produit sont plus importants que les efforts requis pour la traiter. Du coup, lorsque le destinataire juge pertinentes les informations auxquelles il est soumis (production d'effets cognitifs, sans trop d'efforts de traitement), il a davantage de chances de saisir l'intention de communication. Ainsi, la communication aura été efficace.

Cette théorie met en évidence l'importance pour le rédacteur de s'adapter à son destinataire. Lorsque chaque élément qui se trouve dans un outil de communication a été sélectionné en fonction du public visé, la communication a plus de chances d'être efficace. Lorsqu'on s'adresse à un public de personnes âgées, par exemple, il faut choisir une police de caractères en tenant compte du fait que ces personnes souffrent généralement de troubles de la vue. Bref, les rédacteurs doivent se soumettre au principe de pertinence dans toutes leurs décisions pour assurer l'efficacité de leur communication.

Choisir la police de caractères en fonction du public visé peut paraître simple. Toutefois, lorsqu'il s'agit de choisir le vocabulaire, les illustrations, les informations, etc., la tâche se complique. Les concepts de lisibilité et d'intelligibilité peuvent alors être très utiles pour prendre ce type de décision.

3.2.2 La lisibilité

La lisibilité s'évalue principalement à deux niveaux : scriptovisuel et lexico-syntaxique. Au premier niveau, les indicateurs permettant sa mesure sont, entre autres, la typographie, la mise en page, les aspects iconographiques et visuels du document. Ces éléments sont surtout rattachés à la reconnaissance. Au second niveau, ce sont surtout le vocabulaire et la structure de phrase qui servent d'indicateurs. Ces éléments sont, quant à eux, principalement rattachés au décodage. Tous ces indicateurs permettront de mesurer par diverses méthodes, abordées dans la partie sur la méthodologie, le degré de lisibilité des outils de communication sur le CO.

3.2.3 L'intelligibilité

Pour sa part, l'intelligibilité d'un texte s'évalue sur le plan de son organisation logique et thématique et sur les éléments de son contenu qui permettent au lecteur de donner du sens à l'information. L'intelligibilité correspond à la troisième étape de lecture, soit l'interprétation.

La mise en relation de chacun des concepts indique que la lisibilité est associée aux deux premiers niveaux de lecture, soit les niveaux de la reconnaissance et du décodage, et que l'intelligibilité est associée au troisième niveau, soit l'interprétation. Ce sont les indicateurs rattachés à ces concepts de lisibilité et d'intelligibilité qui, une fois mesurés à l'aide de méthodes multiples, permettront de se prononcer sur la pertinence du contenu des outils de communication sur le CO en fonction du public ciblé. Le degré de pertinence de tous les éléments contenus dans les outils permettra, en définitive, de se prononcer sur l'efficacité communicationnelle du texte.

4 MÉTHODOLOGIE

Pour atteindre l'objectif principal de cette étude et répondre à l'hypothèse de recherche, la triangulation des techniques de collecte et des méthodes d'analyse des données a été privilégiée. La triangulation consiste à utiliser plusieurs techniques et méthodes pour pallier les limites souvent imposées par l'utilisation d'une seule. Trois techniques de collecte et deux méthodes d'analyse des données ont été retenues pour la présente étude. Un exposé par étape a été privilégié pour en saisir toute la logique. Les techniques de collecte et les méthodes d'analyse sont présentées au fur et à mesure pour faciliter la lecture. Mais voici d'abord, la description des outils analysés.

4.1 LA PRÉSENTATION DU CORPUS

4.1.1 Le dépliant *Le monoxyde de carbone tue*

Le dépliant apparaissant à gauche est l'édition 2005 qui a été analysée dans le cadre de cette étude. Bien que l'édition précédente ne fasse pas partie du corpus d'analyse, il est pertinent de connaître ses rédacteurs et le contexte ayant mené à sa production en 1997 puisque la majeure partie du travail a été effectuée à ce moment-là. La décision de rédiger la première version du dépliant avait alors été motivée par les résultats d'une étude qui signalait une augmentation du nombre de cas d'intoxication au CO. Pour pallier cette situation, il avait été convenu d'informer la population de l'existence du CO et des risques à la santé y étant reliés.

Le premier dépliant sur le CO a été conçu principalement par deux des membres du groupe de travail CO du Comité de santé environnementale du Québec[8], tout comme la version révisée de 2005, dont la couverture figure ici, et le signet *Vacanciers soyez vigilants!*[9], présenté au point suivant. Au départ, le groupe de travail CO comptait des gens provenant du milieu de la santé seulement. Progressivement, des partenaires extérieurs se sont greffés à ce groupe pour en faire un comité intersectoriel (nommé Comité provincial sur la prévention des intoxications au monoxyde de carbone) comptant entre autres : l'association des chefs d'incendie du Québec, Hydro-Québec, la Corporation des maîtres mécaniciens en tuyauterie du Québec, Gaz Métropolitain, etc.

Le dépliant de 1997, de format 8 ½ x 17 ¼, comprend cinq volets recto-verso et aborde sept thèmes. On y explique ce qu'est le monoxyde de carbone, ses effets sur la santé (principaux symptômes d'intoxication au CO et conséquences possibles) et ses sources potentielles. Ensuite, on donne un éventail d'actions à poser et à éviter pour prévenir une intoxication au CO, on fournit un guide détachable de vérification du système de chauffage et on explique

[8] Ancienne appellation de la Table nationale de concertation en santé environnementale (TNCSE).

[9] Signalons que d'autres activités ont été mises en place telles que la conférence de presse lors du lancement de la campagne, quelques articles parus dans des quotidiens et magazines et tout le travail accompli par les directions de santé publique dans les différentes régions, ce qui comprend, entre autres, la pose d'affiches et le dépôt de dépliants à des endroits stratégiques.

quelle action entreprendre lorsqu'une intoxication est soupçonnée ou lorsqu'on se trouve en présence de CO.

La version révisée en 2005 de ce dépliant a pour sa part un volet de moins que la version originale; elle contient quatre volets recto-verso sur du papier de format de 8 ½ x 14. C'est le volet détachable intitulé *Guide de vérification du système de chauffage* qui ne figure plus dans la version révisée. Certains intitulés ont été modifiés et quelques modifications mineures ont aussi été faites dans le contenu, mais la structure est la même.

4.1.2 Le signet *Vacanciers soyez vigilants!*

Tel qu'il a été mentionné plus haut, ce signet a été produit par les mêmes personnes que les versions 1997 et 2005 du dépliant sur le CO. En 2001, les membres du Comité provincial constatent que de nombreux cas d'intoxication au CO ont lieu dans des chalets, des camps de chasse et de pêche, et des roulottes. Les gens pratiquant ce type d'activités deviennent alors un groupe important à sensibiliser aux yeux des membres du Comité provincial. Les membres décident donc de produire un outil pratique spécialement conçu pour cette population cible. C'est pourquoi un signet plastifié, qu'il est possible d'accrocher à un clou ou à crochet dans les divers endroits occupés par les vacanciers, a été conçu.

Le signet *Vacanciers soyez vigilants!*, produit en 2001, présente des informations recto-verso sur papier plastifié. Il est de format 8 ½ x 3 $^{5}/_{8}$ et il aborde quatre éléments liés au CO : le monoxyde de carbone, ses sources potentielles lors des vacances, la description des dangers à éviter et des conseils à suivre en cas d'intoxication.

4.1.3 Le dépliant *Un avertisseur de monoxyde de carbone peut sauver des vies*

A priori, ce dépliant a été produit pour pallier un manque d'information à propos de l'avertisseur de CO puisque, dans le premier dépliant sur le CO, on recommandait l'acquisition d'un avertisseur de monoxyde de carbone sans vraiment donner de détails à ce sujet. Au cours des quelques années qui ont suivi la production du premier dépliant, plusieurs appels, d'individus et d'intervenants divers, ont été faits au Centre antipoison du Québec (CAPQ) pour connaître le type d'avertisseur recommandé. C'est en quelque sorte pour répondre à cette demande que le Comité provincial a convenu de produire un dépliant qui aborderait plus particulièrement cette question.

Le dépliant sur les avertisseurs de CO a été produit par l'assistant de recherche qui avait été assigné à ce dossier et le responsable du dossier du Comité provincial. Le feuillet d'information du fabricant, qui se trouve avec les avertisseurs de CO, ainsi que le guide à l'intention des

intervenants de santé publique et d'urgence intitulé *Le monoxyde de carbone tue. Un avertisseur de CO peut sauver des vies* (2001) ont été des sources importantes d'inspiration et d'information pour produire ce dépliant.

Ce dépliant, produit en 2001, est de format 8 ½ x 14 et comprend quatre volets recto-verso traitant de cinq thèmes. On y expose les raisons de se munir d'un avertisseur, les modèles disponibles sur le marché, les éléments à retenir pour choisir un avertisseur. On décrit ensuite les endroits où installer un avertisseur et les endroits à éviter, et finalement, que faire en cas d'intoxication au CO.

4.2 L'ANALYSE TEXTUELLE

L'analyse textuelle approfondie des outils de communication produits sur le monoxyde de carbone a été réalisée en tenant compte du lecteur moyen. Cette analyse a permis d'identifier les éléments pertinents et non pertinents, et ceux jugés litigieux. Ces derniers comprennent les éléments pour lesquels l'analyse textuelle n'a pas permis de trancher entre pertinents et non pertinents. Ces éléments litigieux ont été rassemblés pour être validés auprès des lecteurs; les résultats figurent au point 6.3 intitulé « La compilation des + et des - ».

L'analyse textuelle est divisée en trois segments qui correspondent aux trois premiers niveaux du traitement psycho-cognitif de la lecture, soit la reconnaissance, le décodage et l'interprétation. Le quatrième niveau, celui de l'appropriation, sera documenté à partir des réponses fournies par les lecteurs aux questions de compréhension. Débutons dans l'ordre par l'analyse de lisibilité scriptovisuelle, concept central de l'étape de la reconnaissance.

4.2.1 La reconnaissance : mesure de lisibilité scriptovisuelle

L'analyse des éléments typographiques et iconographiques nous renseigne sur la lisibilité scriptovisuelle, concept central de la reconnaissance. Ce type de lisibilité tient de la perception visuelle et il dépend essentiellement de quatre éléments, ceux jugés les plus importants en design d'information, soit : 1) de la mise en page; 2) de la typographie; 3) de l'utilisation des couleurs; et 4) du choix des illustrations. Au niveau de la reconnaissance, comme à chacun des niveaux, tous les éléments doivent être choisis en fonction du lecteur visé et ils doivent interagir avec le reste de manière harmonieuse (Schriver, 1997). Autrement dit, il faut que tous les choix soient pertinents, au sens de Sperber et Wilson (1995), et orchestrés les uns avec les autres.

1) La mise en page concerne l'assemblage des blocs typographiques. Dans le cas de textes utilitaires, la mise en page représente un facteur important puisqu'elle indique en partie la structure du document. Une bonne mise en page comporte une division du texte en différents paragraphes selon la logique des thèmes abordés, des espaces suffisants entre les paragraphes pour bien démarquer leur espace respectif, des paragraphes contenant des lignes de texte de 8 à 12 mots, ainsi qu'un texte aligné au fer à gauche, c'est-à-dire non justifié pour éviter de créer des lézardes dans le texte. Les lézardes apparaissent lorsque, dans un paragraphe, un espace entre deux mots arrive vis-à-vis de l'espace entre deux autres mots sur la ligne en-dessous ou au-dessus.

2) La typographie a trait aux polices de caractères et à leur mise en relief. On peut regrouper les polices de caractères en deux grandes familles : celle avec empattement (de type Times) et celle sans empattement (de type Arial). Le choix porté pour une famille ou l'autre n'a que peu d'importance. En effet, si la famille des polices avec empattements a longtemps été privilégiée, il en est autrement maintenant. Le choix dépend du média utilisé, de la longueur du texte et des habitudes de lecture des gens. Ce qu'il est important de retenir, c'est qu'il ne faut pas multiplier les polices dans un même document : une pour le titre et une pour le texte suffisent. La classification qui devrait retenir davantage l'attention est celle concernant les types de caractères. Nous avons regroupé les caractères typographiques sous trois types :

- les romains AGKMQWaeghjkpy
- les gothiques AGKMQWaeghjkpy
- les fantaisistes La plupart des foyers ont

Ce sont les caractères romains qui sont recommandés dans les textes utilitaires. La taille de la police a aussi une incidence : il est recommandé d'utiliser des polices de taille oscillant entre 10 et 14 points, selon la police choisie. De plus, la typographie comprend les mises en relief : les encadrés, les soulignements et les mises en gras en sont de bons exemples. Toutefois, les mises en relief doivent être soigneusement disposées à l'intérieur d'un texte, car autrement, elles risqueraient de perdre l'effet qu'elles sont censées produire, c'est-à-dire d'attirer l'attention du lecteur précisément sur cet élément.

3) L'utilisation des couleurs peut avoir un effet très important sur la réception d'un message. Par contre, se prononcer sur le choix des couleurs est toujours embarrassant puisqu'il est souvent considéré comme personnel. Heureusement, les normes d'usage en design d'information vont au-delà de ces considérations en proposant des repères pour faciliter le choix des couleurs. Parmi ceux-ci figure le nombre de couleurs différentes utilisées dans un même outil qu'il faut accorder avec le public auquel on s'adresse; la disposition des couleurs qui ne doit pas déranger la lecture; et finalement, le contraste entre les couleurs utilisées et le texte dont il faut s'assurer qu'il soit facilement lisible.

4) L'utilisation des illustrations n'échappe pas au principe selon lequel tous les choix doivent être pertinents et orchestrés les uns avec les autres. Les illustrations, comme les images en général, permettent normalement une communication plus rapide que la lecture d'un texte. Toutefois, elles doivent être faciles à saisir : intuitives, concrètes, instantanées (Cossette et Massey, 2002).

4.2.2 Le décodage : mesure de lisibilité lexico-syntaxique

Pour la partie liée à l'opération de décodage, l'utilisation du logiciel SATO-calibrage a permis de déterminer le degré de difficulté lexico-syntaxique. SATO est un Système d'Analyse de Textes par Ordinateur[10]. Ce logiciel, mis au point par l'Université du Québec à Montréal

[10] SATO est disponible sur Internet en accédant au http://www.ling.uqam.ca/sato/index.html.

(UQAM), permet l'annotation de documents multilingues, le repérage sur mesure des éléments du texte et l'analyse qualitative ou quantitative d'un document ou de ses parties. Aux fins de la présente étude, certaines fonctionnalités ont été utilisées, à savoir :

- la liste des mots identifiés comme inconnus, qui constitue un bon outil de départ;
- la longueur moyenne des mots, puisque le premier stade de l'acquisition de l'information écrite est constitué par le décodage des caractères : plus le mot est long, plus l'œil aura besoin de faire des fixations et plus la lecture sera malaisée (Labasse, 1999a);
- la longueur moyenne des phrases, car « au-delà d'une moyenne de 16 à 17 mots par phrase, nous commençons à perdre l'attention des lecteurs » (Noël, 2005 : 21);
- l'indice de lisibilité de Gunning, aussi appelé *Fog Index*, donne le degré de difficulté d'un texte. Cet indice cumule simplement la longueur moyenne des phrases et le pourcentage de mots d'au moins trois syllabes dans le texte (Labasse, 1999b). Un texte est facile à lire pour le grand public s'il a un indice de 6 ou moins (par exemple, une bande dessinée). Il est assez facile à lire s'il a un indice de 9 ou de 10. Le texte devient difficile à lire lorsqu'il a un indice de 13 et plus. La cote d'alerte se situe à 12. Si l'indice est supérieur à 12, le lecteur non averti s'y perd, ce qui est très problématique pour un texte destiné au grand public. Un texte qui dépasse 14 sur l'échelle de Gunning doit absolument être réécrit (Noël, 2005).

De plus, cinq juges experts en rédaction ont eu à identifier, à l'intérieur des outils soumis à l'analyse, le vocabulaire qu'ils considéraient comme complexe pour le lecteur moyen. Tous les mots qu'au moins trois juges avaient identifiés comme potentiellement difficiles ont été rassemblés dans une liste. Le contenu de cette liste a été comparé à la liste fournie par le logiciel.

4.2.3 L'interprétation : mesure du choix et de la structure de l'information

Pour évaluer le choix de l'information, il faut recourir au jugement du récepteur. Selon le principe de pertinence, le choix de l'information doit être fait en fonction des besoins en information du lecteur, de ses attentes face au document et de sa motivation à poursuivre la lecture. Pour y arriver, il est fortement conseillé de rencontrer des gens représentatifs du lecteur moyen avant de décider de ce dont on traitera dans les outils. Néanmoins, certains problèmes liés au choix de l'information peuvent être détectés avant cette étape, soit lors de l'analyse textuelle. La structure de l'information, pour sa part, s'analyse à partir de la cohésion et de la cohérence dans le texte.

« La cohésion est la qualité d'un ensemble dont les éléments paraissent reliés entre eux, harmonisés en quelque sorte » (Pépin, 1998 : 3). Elle concerne surtout le système anaphorique, c'est-à-dire toutes les marques dans un texte qui assurent la reprise d'un antécédent. On pense, par exemple, aux pronoms utilisés pour renvoyer au sujet. Voici deux exemples d'une erreur courante qu'on appelle construction en anacoluthe :

> *<u>Les détenteurs de permis de conduire</u> font face à d'importantes responsabilités.*
> *Par exemple, <u>nous</u> devons assumer…*
>
> *<u>Espérant</u> le tout conforme, <u>veuillez</u> agréer mes salutations distinguées.*

Dans le premier exemple, l'erreur réside précisément dans le fait d'avoir utilisé le « nous » dans la deuxième phrase au lieu du « ils »; dans le second exemple, l'erreur est d'être passé du « je » au participe présent au « vous » à l'impératif. Il aurait fallu écrire :

> *Les détenteurs de permis de conduire font face à d'importantes responsabilités. Par exemple, ils doivent assumer…*
>
> *Espérant le tout conforme, je vous prie d'agréer mes salutations distinguées.*

D'autres défauts de cohésion peuvent apparaître à l'intérieur d'une même phrase, d'une même proposition, entre des propositions et entre des phrases.

La cohérence concerne surtout la progression logique et thématique d'un texte. Pour l'apprécier, et ainsi faciliter la tâche de lecture, il faut 1) que le texte respecte le canevas du genre textuel; 2) que l'information soit regroupée; et enfin, 3) qu'elle soit ordonnancée.

1) Le genre textuel c'est ce qui nous permet d'identifier un article journalistique, par exemple, et de le distinguer d'un dépliant, d'une lettre, etc. Bien que le genre soit souvent reconnu d'après son aspect matériel, il n'en demeure pas moins que le texte doit respecter le canevas du genre textuel dans son ensemble et non seulement sur le plan de l'apparence. Cela implique que le texte épouse une structure particulière. Cette structure est composée de diverses séquences textuelles, dont l'une est dominante : la superstructure.

2) Le regroupement des informations consiste à mettre ensemble des éléments de même nature. Un regroupement efficace des informations constitue souvent un ensemble circonscrit facilement détectable, par une division en paragraphes par exemple.

3) L'ordonnancement comprend la façon de positionner les éléments d'information. Un des principes fondamentaux de la rédaction de textes utilitaires est que les informations les plus importantes figurent au début, en allant du connu vers l'inconnu des gens. Une fois regroupées, les informations doivent être ordonnancées selon leur importance et leur caractère plus ou moins connu par le lecteur. Ces indicateurs paraissent être tirés du « gros bon sens », mais lors de la rédaction, s'éloigner de ces principes n'est pas rare.

4.3 LA RENCONTRE AVEC LES LECTEURS

Tel qu'il a été mentionné précédemment, l'analyse textuelle permet de juger plusieurs éléments contenus dans les outils de communication sur le CO, mais elle n'offre pas toutes les réponses. À partir des résultats de l'analyse textuelle, une série de questions ont été formulées dans le but de vérifier auprès des lecteurs ce qui s'avère pertinent ou non à leurs yeux. C'est pourquoi, lors des rencontres avec eux, il était nécessaire de répondre le plus précisément possible à ces questions, en plus de connaître leur appréciation générale, leur degré de compréhension et leurs réactions à divers éléments. Autrement dit, il s'agissait de compléter et de valider les données collectées lors de l'analyse textuelle des outils et de documenter l'appropriation. Pour y arriver, plusieurs informations ont été recueillies à l'aide de différentes méthodes.

4.3.1 L'échantillonnage

Les lecteurs ont été choisis selon la méthode du choix raisonné. Cette méthode consiste à choisir un à un les participants en fonction de critères préétablis. Ces critères sont en lien avec les données de l'Enquête internationale sur l'alphabétisation et les compétences des adultes (EIACA) abordée précédemment. Les critères retenus pour choisir les participants sont ceux qui regroupent la majorité des Québécois se classant aux niveaux 2 et 3. Rappelons que ces deux niveaux regroupent près de 70 % de la population québécoise. Les critères de sélection sont les suivants :

- la scolarité (secondaire sans diplôme, DES, diplôme postsecondaire non universitaire);
- l'âge (46 à 65 ans et 66 et plus);
- le secteur d'emploi (travailleurs dans les biens et services) (ISQ, 2003).

D'autres critères ont permis de diversifier les participants. Parmi ceux-ci, il y a le sexe, le revenu, le type d'habitation, le système de chauffage utilisé, etc. Ces deux derniers critères ont servi à connaître la probabilité d'exposition au risque d'intoxication au CO des participants. La collaboration de sept personnes a permis de recueillir suffisamment d'information pour se prononcer sur leur compréhension. Chacune d'entre elles a reçu la somme de 30 $ pour la remercier de sa collaboration. Les données recueillies auprès des participants figurent à l'annexe 1.

4.3.2 La méthode du *plus-minus* et l'entretien individuel

En tout premier lieu, lors de la rencontre avec les lecteurs, leurs connaissances et leur attitude par rapport au CO ont été mesurées à partir d'un court questionnaire (annexe 2). Ensuite, l'utilisation de la méthode *plus-minus* (Jong, 1998) a permis de connaître l'appréciation générale des lecteurs. Cette méthode, souvent utilisée pour évaluer des outils de communication abordant un thème de santé publique, consiste à demander aux lecteurs d'identifier, à l'aide des signes + et –, les éléments ou les extraits qu'ils jugent positivement et ceux qu'ils jugent négativement. Les signes peuvent être des indicateurs à la fois de la compréhension des lecteurs comme de leur appréciation, de leur attitude, etc. (annexe 3). Les gens lisent donc le document soumis et mettent les signes là où ils veulent pointer un élément positif ou négatif.

Par la suite, des entretiens individuels avec les lecteurs ont eu lieu. Ils avaient pour but de relever les raisons pour lesquelles un + ou un – avait été indiqué. En plus de demander aux lecteurs de justifier leurs + et leurs –, nous les avons questionnés sur les éléments identifiés comme litigieux lors de l'analyse textuelle (annexe 4). Enfin, la méthode *plus-minus* permet de procéder à une première évaluation des indicateurs de difficulté de lecture prédits dans l'analyse textuelle.

Au cours des entretiens individuels avec les lecteurs, leur compréhension a aussi été mesurée. Cette partie permet de savoir si les lecteurs s'approprient ou non l'information contenue dans l'outil de communication. C'est ici que le quatrième niveau du traitement psychocognitif est documenté, et ce, à partir des réponses fournies aux questions posées. Poser ces questions permet de s'assurer que les lecteurs ont réellement saisi l'essentiel du

propos (annexe 5). Les questions de compréhension posées aux lecteurs ont été construites en suivant le guide d'Evetts et Gauthier (2005) basé sur les questionnaires utilisés lors des enquêtes internationales sur la littératie et les compétences des adultes. L'utilisation de ce guide a permis de coter les questions posées en fonction des niveaux de littératie. Enfin, les connaissances acquises par les lecteurs et leur attitude par rapport au CO après avoir lu le dépliant ont à nouveau été mesurées à partir d'un questionnaire tout à fait comparable au premier (annexe 6).

4.4 LA RENCONTRE AVEC LES RÉDACTEURS

La dernière partie de la collecte des données consistait à rencontrer les rédacteurs des outils en entretien individuel. Parmi les objectifs à atteindre au cours de ces entretiens individuels, il s'agissait d'identifier l'intention de communication poursuivie par les rédacteurs, la représentation qu'ils se font du grand public québécois (le lecteur moyen) et les préoccupations liées à leur tâche.

4.4.1 L'entretien semi-dirigé

Pour y arriver, le choix s'est arrêté sur l'entretien semi-dirigé. Le questionnaire constitué à cet effet a permis d'aborder des points liés aux perceptions que les rédacteurs ont à propos de la tâche de rédaction, de l'outil de communication privilégié, de la population à laquelle ils s'adressent, etc. (annexe 7). L'information révélée lors de ces entretiens peut permettre d'expliquer certaines décisions sur le contenu des outils de communication, décisions qui pourraient être liées à l'impact produit chez la population visée. Les entrevues, d'une durée moyenne d'une heure, ont été enregistrées sur cassette audio et le *verbatim* a été transcrit.

4.4.2 L'analyse thématique des entretiens

Les données collectées au cours des entretiens avec les rédacteurs ont été analysées thématiquement (analyse de contenu). Ce type d'analyse consiste principalement à catégoriser par thème les propos tenus par les interviewés.

L'analyse textuelle permet de mesurer : 1) la lisibilité scriptovisuelle, c'est-à-dire ce qui est lié à la perception visuelle (faisant référence à la reconnaissance du texte), 2) la lisibilité lexico-syntaxique, c'est-à-dire la structure de la phrase et le choix du vocabulaire (faisant référence au décodage du texte) et 3) le choix et la structure de l'information, soit la cohésion et la cohérence (faisant référence à l'interprétation du texte). Si ces analyses permettent en bonne partie de mesurer la pertinence de tous les éléments du contenu d'un texte, elles ne permettent pas de mesurer l'appropriation qu'en fait le lecteur. C'est pourquoi la rencontre avec des lecteurs représentatifs du grand public est nécessaire.

Au cours des rencontres avec les lecteurs, plusieurs questions soulevées lors de l'analyse textuelle peuvent être répondues et, ainsi, venir compléter les données issues de l'analyse textuelle. La méthode *plus-minus*, quant à elle, permet au lecteur d'obtenir un premier contact avec le document sur lequel il doit se prononcer. Elle laisse de surcroît au chercheur des indices de sa compréhension, de son adhésion et de son appréciation du document. Les réponses aux questions de compréhension permettent au chercheur de savoir si l'information contenue dans le document a été bien comprise du lecteur. Souvent, les réponses aux questions sont révélatrices d'éléments d'information qui entrent en conflit avec les connaissances antérieures, les valeurs ou les représentations de la personne.

Les rencontres avec les rédacteurs mènent à l'identification de trois éléments intrinsèquement liés à la qualité de la production des outils : l'intention de communication poursuivie, la représentation de ce qu'est un lecteur moyen et les préoccupations des rédacteurs par rapport à leur tâche.

PARTIE 2

Cette deuxième partie du rapport expose les principaux résultats de l'étude. Le lecteur pourra suivre systématiquement les résultats obtenus aux différentes étapes présentées dans la méthodologie que sont l'analyse textuelle, la rencontre avec les lecteurs et celle avec les rédacteurs.

5 RÉSULTATS DE L'ANALYSE TEXTUELLE

5.1 LA RECONNAISSANCE

Comme mentionné précédemment, quatre aspects de la reconnaissance seront analysés, soit : 1) la mise en page; 2) la typographie; 3) l'utilisation des couleurs; et 4) le choix des illustrations.

5.1.1 La mise en page

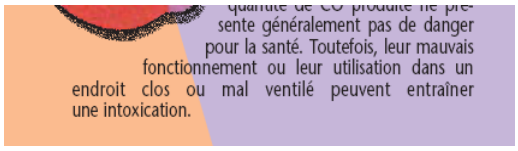
5.1.1.1 L'alignement du texte

Dans les outils sur le CO, le texte est majoritairement aligné au fer à gauche et non justifié, ce qui correspond précisément à l'alignement d'un texte s'adressant à des lecteurs débutants (Gélinas-Chebat *et al.*, 1993) et qui s'avère être un bon choix pour des lecteurs moyens. Toutefois, la couverture du dépliant sur l'avertisseur contient du texte non aligné au fer à gauche, voire du texte simplement non aligné. Le dépliant sur le CO et le signet pour les vacanciers contiennent chacun des paragraphes où le texte est justifié.

Voici la couverture du dépliant sur l'avertisseur sur laquelle nous avons ajouté les flèches noires. Le titre (en blanc) et le sous-titre (en jaune) suivent les diagonales créées par les changements de couleurs sous le texte dans un mouvement partant du haut droit vers le bas gauche (/). Ce mouvement ne respecte pas le parcours naturel de l'œil qui part plutôt du haut gauche vers le bas droit (\ ) (Leterrier, 1988). Il aurait été préférable que les titre et sous-titre soient alignés à gauche ou, à tout le moins, qu'ils soient inclinés dans la direction contraire. La partie de texte (en noir) suit, pour sa part, une courbe qui correspond à la forme de l'illustration, ce qui n'est guère convenable. Cette situation rend la lecture plus difficile. Il aurait alors été préférable d'aligner le texte au fer à gauche ou encore, comme il a été suggéré pour les titre et sous-titre, que le texte suive le parcours naturel de l'œil.

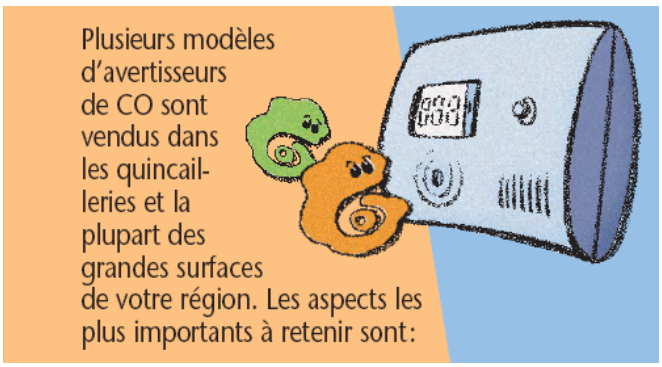
En ce qui concerne la justification du texte, plusieurs auteurs s'entendent pour dire qu'un texte justifié est plus difficile à lire et à comprendre qu'un texte non justifié (Gregory et Poulton, 1970 *in* Schriver, 1997). Dans un texte justifié, les espaces entre les mots sont inégaux, ce qui peut créer des lézardes.

Voici, en blanc, des exemples de lézardes tirés du deuxième volet du dépliant *Le monoxyde de carbone tue*.



5.1.1.2 La longueur des lignes

Bien que l'alignement et la justification du texte puissent faire entrave à la lecture, la rectification de ces deux éléments ne saurait suffire à assurer une lecture fluide des outils de communication sur le CO. En effet, un autre problème apparaît dans ceux-ci : les images parsemées ça et là à travers le texte font en sorte que la longueur des lignes contenues dans les paragraphes est si courte qu'il peut être extrêmement difficile de suivre la lecture. Selon Schriver (1997), les lignes contenant moins de trois mots (ou moins de 40 caractères, espaces compris) peuvent être plus difficiles à lire. Pour être faciles à lire, les lignes d'un texte doivent être composées de 8 à 12 mots, soit d'une soixantaine de caractères. Nous avons repéré plusieurs lignes de moins de huit mots dans tous les outils de communication sur le CO, et ce, principalement là où il y a présence d'images. Voici deux exemples tirés de chacun des dépliants à l'étude.



5.1.2 La typographie

Dans le cas des outils analysés, la police de caractères des titres et l'utilisation du gras représentent les principales faiblesses. Par contre, la police de caractères des blocs de texte et les mises en relief apparaissant dans les encadrés sont tout à fait adéquates.

5.1.2.1 La police de caractères

Dans le cas des outils analysés, la police de caractères des blocs de texte est tout à fait adéquate. Par contre, la police de caractères des titres présente un problème de taille. Pour les documents comme ceux analysés, les caractères conseillés sont les romains, les

caractères gothiques et fantaisistes étant à éviter puisqu'ils n'offrent pas une bonne lisibilité. Dans les outils de communication sur le CO, pratiquement tous les titres sont en caractères fantaisistes, plus précisément en MACARA EXTRA BOLD. L'utilisation de cette police de caractères n'est pas appropriée dans le cas des outils sur le CO puisque l'information transmise est sérieuse. Un tel choix de police de caractères peut modifier la perception du message véhiculé et contredire littéralement ce qu'il y a à retenir du texte (Samara, 2005). Ce choix a peut-être été justifié par l'idée selon laquelle il fallait harmoniser et rappeler les représentations du gaz. Toutefois, la lisibilité des titres aurait dû primer sur le rappel du concept puisque le texte est de type utilitaire et non publicitaire. Le reste du texte est en caractères STONE SANS de taille moyenne 10, qui est un caractère romain sans empattement, ce qui est tout à fait approprié. La taille des caractères est adéquate dans tous les outils; elle oscille entre 10 et 14 points. Rappelons qu'il vaut mieux être vigilant avec la taille puisque certaines polices de caractères sont minuscules en 10 points et d'autres sont énormes en 14 points.

Comment choisir un avertisseur?

- Dans tous les cas, il est préférable de se munir d'un avertisseur ayant:
  - la certification la plus récente (révision 1999 ou après);
  - un principe de fonctionnement électrochimique.

Les caractéristiques de votre avertisseur varieront selon les possibilités qui suivent.

- Si votre résidence a une source permanente de CO (ex.: fournaise à l'huile, poêle à bois), l'avertisseur devra comporter les éléments suivants:
  - un signal sonore ou lumineux indiquant une défaillance de l'avertisseur;
  - des signaux d'alarme lumineux et sonore;
  - un bouton test permettant de vérifier le bon fonctionnement de l'appareil;
  - un afficheur de concentration de CO dans la mesure du possible.
- Si vous utilisez occasionnellement une source de CO (foyer, chaufferette, réfrigérateur au propane, véhicule, etc.) à l'intérieur de la résidence, d'un chalet ou d'un garage, vous devrez installer un avertisseur ayant au moins:
  - des signaux d'alarme lumineux et sonore;
  - un dispositif de branchement (*plug in*);
  - une pile de secours en cas de panne électrique;
  - un avertisseur de pile faible.

5.1.2.2 Les mises en relief

La plupart des mises en relief apparaissant dans les outils sont adéquates. Toutefois, l'utilisation des caractères gras pose problème. Le gras doit être utilisé avec parcimonie puisqu'il sert à attirer l'attention sur un mot ou un groupe de mots. Lorsque chacune des phrases comprend un mot mis en gras, l'effet recherché est alors perdu. Dans le dépliant sur l'avertisseur, le volet ci-contre intitulé « Comment choisir un avertisseur? » contient trop d'éléments en gras.

Cependant, lorsque du texte se trouve dans un encadré, le gras doit préférablement être utilisé pour le texte en entier, comme dans le dépliant *Le monoxyde de carbone tue* où le texte des trois encadrés est bien en gras. Avec les encadrés, il est préférable de changer la force, c'est-à-dire d'utiliser un type de caractères plus gras que celui employé dans le texte principal (Guéry, 1995).

5.1.3 Les couleurs

5.1.3.1 Le nombre de couleurs

Une dizaine de couleurs, toutes différentes les unes des autres, composent le fond des dépliants, et ce, sans compter les autres couleurs utilisées pour les illustrations. Cette abondance de couleurs peut représenter un frein à la lecture des documents. En effet, le public visé pourrait ne pas se sentir concerné par un document qui laisse l'impression de s'adresser à des jeunes.

5.1.3.2 La disposition des couleurs

Les changements de couleurs de fond sont disposés de manière à traverser le texte, comme dans l'exemple du volet « Comment choisir un avertisseur? » à la page précédente, ce qui crée des diagonales sous le texte. L'utilisation des diagonales dans les textes utilitaires n'est pas à proscrire, mais elle doit être pertinente. Dans les livres d'art, on explique que les diagonales servent à donner du mouvement, à dynamiser une œuvre. Dans le cas des textes utilitaires, une diagonale pourrait être utile si elle servait à séparer deux parties d'un volet, à marquer une frontière entre deux paragraphes par exemple. Dans les outils sur le CO, les diagonales ne servent aucun objectif de ce type; elles dérangent ainsi l'œil lors de la lecture. Les changements de couleurs devraient toujours être effectués là où il y a absence de texte, donc dans les marges ou entre les paragraphes.

5.1.3.3 Le contraste forme-fond

Le contraste entre la couleur du texte, majoritairement noire, et les différentes couleurs de fond a aussi été évalué. Pour procéder à ces mesures, toutes les couleurs utilisées dans les outils sont transposées sur une échelle de gris où le noir représente 100 % de gris et le blanc 0 %. Avec une police de caractères noire, il est suggéré d'utiliser des couleurs de fond composées d'environ 30 % de gris. Cela implique qu'une couleur foncée, comme le rouge du dépliant sur le CO par exemple, équivaut à 57 % de gris, ce qui signifie que le rouge est beaucoup trop foncé pour bien contraster avec la police de caractères noire. Dans ce même dépliant, l'utilisation de l'orangé (42 % de gris) et du rose (37 % de gris) est à la limite. Dans le signet et le dépliant sur l'avertisseur, c'est l'utilisation du violet (55 % de gris) et de l'orangé (37% de gris) qui n'offre pas un contraste suffisant. Un moyen simple de vérifier le contraste entre la forme et le fond est de photocopier le document couleur en noir et blanc. De cette manière, les couleurs plus foncées apparaîtront dans leur équivalent sur l'échelle de gris et il sera alors facile de voir si le fond (ou le texte) est trop pâle (ou trop foncé) pour permettre une lecture fluide du document.

5.1.4 Les illustrations

Les illustrations utilisées dans les outils de communication sur le CO sont nombreuses et, en général, pertinentes, à l'exception de certaines d'entre elles qui sont présentées ci-dessous.

Le fait de représenter par le dessin ci-contre le gaz qu'est le monoxyde de carbone peut porter à confusion. En effet, une des raisons principales de faire de la prévention des intoxications au CO et la promotion de l'avertisseur de CO est l'aspect inodore et incolore du gaz, et donc l'impossibilité de le détecter soi-même. Il est alors, selon nous, inopportun d'en faire une représentation concrète.

Cette deuxième illustration vient, elle aussi, contredire le texte qu'elle accompagne, dans le dépliant *Le monoxyde de carbone tue*. Dans ce dernier, il est précisé qu'il faut faire entretenir les appareils et les outils à combustion par du personnel qualifié. L'illustration de gauche représente Monsieur Tout-le-Monde qui entretient lui-même ses appareils et ses outils à combustion. Pour

représenter l'idée de « personnel qualifié », le personnage aurait dû être vêtu d'un uniforme (chemisier avec écusson et casquette).

La pertinence d'illustrer une ampoule électrique, dans un dépliant sur l'avertisseur de monoxyde de carbone, pour signifier « Soyez vigilant! » est à revoir. Le lien entre cette illustration et le texte qu'elle accompagne n'est absolument pas clair.

Pour sa part, cette illustration d'une femme qui se questionne pourrait être convenable si l'objectif était d'illustrer le titre du volet, qui est : « Comment choisir un avertisseur? ». Toutefois, la présence de cette illustration peut orienter le lecteur vers la possibilité de choisir entre deux caractéristiques de l'avertisseur (certification et principe de fonctionnement). Or, il n'est pas souhaitable que le lecteur y voit une possibilité de choisir puisque la recommandation est d'opter pour un avertisseur présentant les deux caractéristiques. Ainsi, cette illustration apporte peu et rend très difficile la lecture des deux éléments les plus importants à retenir lors de l'achat d'un avertisseur.

Les points forts en matière d'illustration sont les suivants dans le dépliant *Un avertisseur de monoxyde de carbone peut sauver des vies* :

- la présence de l'illustration d'un avertisseur;
- la présence des logos de certification;
- la représentation de la maison avec la légende;
- la présence du symbole « interdit » dans la section des endroits à éviter.

Dans le dépliant *Le monoxyde de carbone tue* et le signet *Vacanciers soyez vigilants!*, les points forts sont :

- la présence d'illustrations réalistes des appareils à combustion;
- la présence d'illustrations réalistes de circonstances ou de lieux à risque;
- la présence de l'illustration d'un avertisseur.

5.2 LE DÉCODAGE

Conformément à la procédure de SATO-calibrage, les textes à analyser ont été codifiés selon les règles préalablement définies par le logiciel. Une seule de ces règles n'a pas été suivie à la lettre. En effet, contrairement à la règle qui dit que toute phrase commence par une majuscule et se termine par un point, certains « tronçons » de texte ne comprenant pas ces caractéristiques ont été considérés comme des phrases et codifiés ainsi à cause du design de présentation. La façon dont ces tronçons sont présentés est la suivante :

- **Si votre résidence a une source permanente de CO** (ex. : fournaise à l'huile, poêle à bois), l'avertisseur devra comporter les éléments suivants :
  - un signal sonore ou lumineux indiquant une défaillance de l'avertisseur;
  - des signaux d'alarme lumineux et sonore;
  - un bouton test permettant de vérifier le bon fonctionnement de l'appareil;
  - un afficheur de concentration de CO dans la mesure du possible.

Si nous prenons en considération la règle de la phrase, qui débute par une majuscule et se termine par un point, cet extrait comprend une seule phrase de 65 mots. Or, étant donné la présence des puces, il est de notre avis inconcevable de considérer cet extrait comme une seule phrase. Lors de la lecture, personne ne lit cet extrait d'un seul coup, précisément parce que les puces viennent marquer des pauses. C'est pourquoi nous avons considéré que chacune des puces annonçait le début, donc tenait le rôle de majuscule jusqu'au point-virgule (;) qui joue le rôle du point lorsqu'il est suivi d'une autre puce.

Tel qu'il est décrit dans la partie sur la méthodologie, le logiciel SATO-calibrage permet de repérer les mots inconnus, de mesurer la longueur des phrases et des mots, et de donner l'indice de lisibilité de Gunning. Les résultats fournis par le logiciel pour chacune de ces mesures sont exposés ci-dessous.

5.2.1 L'identification des mots inconnus

Le logiciel SATO-calibrage, bien que performant et très utile, peut soulever certains questionnements en ce qui concerne l'identification de mots inconnus. La principale raison est que le logiciel a été conçu pour aider les enseignants du primaire à vérifier si les manuels qu'ils utilisent en classe correspondent au niveau scolaire des élèves. À partir d'une banque de mots préprogrammée, l'outil détecte les mots qui ne font normalement pas partie du vocabulaire d'un élève de sixième année. Ces mots peuvent être considérés comme non familiers pour des lecteurs de niveaux 1 et 2.

À cet effet, SATO-calibrage classe comme inconnus du lecteur des mots comme *sécheuse* et plusieurs mots composés comme *celui-ci*. Le traitement est également le même en ce qui concerne les syntagmes (groupes de mots) tels que *maux de tête* ou *salle de bain* et les mots ayant une apostrophe comme *lorsqu'un* qui ne sont sûrement pas inconnus des lecteurs moyens. Mentionnons aussi que SATO-calibrage n'est pas en mesure de se prononcer sur certains anglicismes (ex. : *plug-in*), ni de considérer dans quel contexte un mot est utilisé. Par exemple, le mot *fiche*, qui est identifié par les juges comme un mot pouvant être difficile pour le lecteur moyen à cause de sa polysémie, ne l'est pas selon SATO-calibrage. Ce constat est très certainement dû au fait que le juge expert sait que le mot *fiche*, tel qu'il est utilisé dans le dépliant *Un avertisseur de monoxyde de carbone peut sauver des vies*, correspond à une prise électrique et non à un carton ou une fiche technique comme pourrait l'interpréter le logiciel. Ainsi, compte tenu des spécificités de ce logiciel et de ses lacunes, il est important de réaliser que son traitement n'est pas infaillible et qu'il ne peut pas remplacer le jugement humain. C'est précisément pour ces raisons que les juges experts ont été appelés à se prononcer sur le vocabulaire employé dans les outils. La liste de mots potentiellement difficiles fournie par le logiciel et celle fournie par les juges sont présentées dans le tableau 3 de la page 32. Il est à noter que le contenu du signet n'a pas

fait l'objet de l'analyse du décodage parce qu'il contenait essentiellement le même texte que le dépliant sur le CO.

Les mots identifiés par les juges qui se trouvent aussi dans la liste de SATO-calibrage sont assurément des mots qu'on aurait dû éviter d'utiliser. D'autres mots, dont certains avaient été identifiés par les juges, ont été testés auprès des participants lors des entretiens individuels. Ces résultats figurent au chapitre suivant.

Tableau 3 Listes de mots identifiés comme inconnus /difficiles par SATO-calibrage et les juges experts

Dans le dépliant ***Le monoxyde de carbone tue***

SATO	Juges experts
assurez-vous	
attenant	attenant
avertisseur de CO	
barbecue	
catalyseur	catalyseur
celui-ci	
certifiés	
chaufferette	
collecteur	collecteur
contaminé	
convulsions	convulsions
détecteur de fumée	
dynamitage	
etc.	
étourdissements	
évanouissement	
éventuellement	
frontal	
gastro-entérite	
gaz naturel	
génératrice	
hotte	
lorsqu'un	
maux de tête	
monoxyde de carbone	
obstruée	obstruction
obstruez	obstruée
périodiquement	n'obstruez pas
placez-les	
plein-air	
possiblement	
propane	
ramoner	
refoulement	refoulement des gaz
réintégrez	
roulotte	
scie à chaîne	
simultanément	
taille-haie	
ventilé	
vomissements	
	combustible
	clos

N.B. Mots composés et syntagmes = gras.
Mots absents du dictionnaire = gras italique.

Dans le dépliant ***Un avertisseur de monoxyde de carbone peut sauver des vies***

SATO	Juges experts
afficheur	
attenant	attenant
au-dessus	
avertisseur de CO	CO
branchement	dispositif de branchement
°C	
cathédrales	
certification	marque de certification
certifiés	
chaufferette	
contaminé	
défaillance	défaillance
détecteur de fumée	
électrochimique	principe de fonctionnement électrochimique
entreposés	
etc.	
étourdissements	
évacuez-la	
ex.	
incolore	
inodore	
kérosène	
localisations	
logo	
maux de tête	
monoxyde de carbone	
plug in	
polisseuse	
pouvez-vous	
propane	
protégez-vous	
salle de bain	
sécheuse	
sigle	
vomissements	
	foyers
	grandes surfaces
	fiche
	appareil à combustion
	outre
	espace mort
	amples

5.2.2 La longueur des mots et des phrases

Dans les outils analysés, la longueur moyenne des mots est de 5 caractères (voir tableau 4). Mentionnons toutefois que la longueur moyenne des mots est un indicateur classique, mais qu'il ne garantit pas nécessairement la lisibilité du texte.

D'après le tableau 4 présenté ci-dessous, on constate que le dépliant sur le monoxyde de carbone et le signet destiné aux vacanciers sont proches de la limite décrite par Noël, soit 16-17 mots par phrase. Le risque de perdre l'attention des lecteurs est alors présent. Toutefois, bien que le dépliant sur les avertisseurs de monoxyde de carbone ait une longueur moyenne de phrases qui ne devrait pas représenter de difficulté pour le lecteur, il ne va pas de soi que le texte sera dès lors plus facile à suivre. En effet, de nombreux autres éléments doivent être pris en compte pour se prononcer sur la lisibilité d'un texte. Bien que la longueur des phrases représente un indice non négligeable, elle ne peut, à elle seule, assurer la lisibilité du texte.

Tableau 4 Longueur moyenne des mots et des phrases contenus dans les outils

Outils analysés	Longueur moyenne approximative des mots	Longueur moyenne approximative des phrases
Le monoxyde de carbone tue	5 caractères	15 mots
Un avertisseur de monoxyde de carbone…	5 caractères	10 mots
Vacanciers soyez vigilants!	5 caractères	14 mots

5.2.3 L'indice de lisibilité de Gunning

Enfin, la dernière mesure exécutée par SATO-calibrage et retenue pour l'analyse de la lisibilité lexico-syntaxique est l'indice de Gunning. Le tableau 5 indique que le texte des trois outils analysés ne permet pas au lecteur non averti de passer sans difficulté le deuxième niveau de traitement.

Tableau 5 Indice de Gunning

Outils analysés	Indice de Gunning	Texte
Le monoxyde de carbone tue…	13,9	difficile
Un avertisseur de monoxyde de carbone…	11,1	moyen
Vacanciers soyez vigilants	12,4	cote d'alerte

5.3 L'INTERPRÉTATION

L'analyse de la pertinence et de l'organisation des informations dans les outils de communication sur le CO a permis de cerner les éléments présentant une faiblesse pour lesquels nous avons proposé des réécritures ou des déplacements d'éléments du contenu. Toutes les propositions servent l'objectif de permettre une meilleure assimilation de l'information par le lecteur.

5.3.1 Le choix de l'information

Six problèmes importants liés au choix de l'information ont été repérés dans les outils sur le CO. Ils sont présentés ci-dessous.

1- Dès le premier volet du dépliant *Un avertisseur de monoxyde de carbone peut sauver des vies*, il est indiqué qu'« un détecteur de fumée ne vous protège pas contre le CO ». Cette information est très pertinente pour le lecteur, elle est donc bien choisie. Toutefois, le volet suivant présente les caractéristiques qu'il est possible de retrouver sur un avertisseur et on y trouve l'information suivante : « l'existence de modèles combinés : avertisseurs de CO et de fumée ». Présentées ainsi, ces deux informations sont contradictoires puisqu'on annonce d'abord qu'un détecteur de fumée ne protège pas contre le CO, donc qu'il ne détecte pas le CO et, au volet suivant, on annonce l'existence d'avertisseurs qui détectent la fumée et le CO. L'ajout d'une précision entre ces deux informations éliminerait la contradiction et clarifierait la situation. Le volet intitulé « Quels modèles d'avertisseurs pouvez-vous trouver sur le marché? » débute par cette phrase :

> *Plusieurs modèles d'avertisseur de CO sont vendus dans les quincailleries et la plupart des grandes surfaces de votre région.*

Pourrait s'ajouter ce qui suit à cette première phrase :

> *Toutefois, attention de ne pas confondre l'avertisseur de CO et le détecteur de fumée. Certains modèles d'avertisseurs de CO détectent aussi la fumée, mais la plupart des détecteurs de fumée ne détectent pas le CO.*

De cette manière, les lecteurs pourraient être plus vigilants puisqu'il est clairement indiqué de porter une attention particulière à cet état de choses.

2- Dans le même dépliant, on annonce « Les aspects les plus importants à retenir sont :… ». La liste de caractéristiques présentée dans le texte ne révèle pas « les aspects les plus importants à retenir », mais plutôt toutes les caractéristiques qu'il est possible de retrouver sur un avertisseur. Cela pose un problème d'attente chez le lecteur puisque ce n'est qu'au volet suivant qu'on explique les caractéristiques que doit posséder l'avertisseur selon les besoins de l'utilisateur. Pour éviter de créer une attente à laquelle on ne répond qu'au volet suivant, nous proposons de réécrire de cette façon :

> *Les avertisseurs de CO peuvent présenter les caractéristiques suivantes :…*

En choisissant cette formulation, cela éviterait de préciser « la présence ou non » dans les troisième et quatrième caractéristiques :

> - ***la présence ou non*** *d'un avertisseur de pile faible;*
> - ***la présence ou non*** *d'un afficheur de concentration de CO;*

3- Toujours dans le dépliant sur l'avertisseur, les quatrième et cinquième volets abordent la question de la certification. Au quatrième volet on précise :

> *Dans tous les cas, il est préférable de se munir d'un avertisseur ayant :*
> *- la certification la plus récente (révision 1999 ou après)*

Au cinquième volet, l'information sur la certification n'est plus tout à fait la même :

> *Assurez-vous que votre avertisseur a la certification la plus récente possible.*

La précision mise entre parenthèses « (révision 1999 ou après) » au quatrième volet n'a plus d'importance au cinquième volet puisqu'elle n'y figure pas. Il est essentiel d'harmoniser ces données pour que les gens sachent quel type de certification rechercher.

4- Dans le dépliant sur l'avertisseur ainsi que dans le signet pour les vacanciers, il est indiqué de communiquer avec le Centre antipoison du Québec (CAPQ) si l'on soupçonne une intoxication ou la présence de CO. Étant donné que les symptômes peuvent ressembler à ceux d'un rhume ou d'une gastro-entérite, les gens ne seront peut-être pas à même de distinguer une intoxication au CO d'autres affections. C'est pourquoi il est suggéré d'ajouter de communiquer avec le 911, comme indiqué dans le dépliant *Le monoxyde de carbone tue*, ce qui correspond davantage au réflexe qu'ont les gens lorsque quelqu'un ne se sent pas bien autour d'eux.

5- Dans le dépliant *Le monoxyde de carbone tue*, le cinquième volet comprend un encadré concernant les avertisseurs de CO dans lequel on dit :

> *Installez dans la maison ou dans la roulotte un ou plusieurs avertisseurs de monoxyde de carbone dès qu'une source potentielle de CO y est présente.*

Pourtant, au troisième volet dans ce dépliant, les endroits où il est possible de retrouver du monoxyde de carbone sont en beaucoup plus grand nombre et comptent, en plus de la maison et de la roulotte, chalet, camp de pêche ou de chasse, garage (attenant, souterrain, temporaire) et tente. Il est donc suggéré d'enlever « dans la maison ou dans la roulotte » pour éviter que les lecteurs pensent que les autres endroits n'ont pas d'importance.

6- Le signet et le dépliant sur l'avertisseur présentent un problème de choix de l'information puisqu'aucune information sur la façon dont le CO est produit n'y figure. Or, pour que le lecteur reconnaisse les situations potentiellement risquées, celui-ci doit connaître les conditions entourant la production de ce gaz. Bien que le dépliant *Le monoxyde de carbone tue* y fasse référence, il n'en demeure pas moins que les autres outils de communication doivent reprendre cette information primordiale puisque le lecteur n'a pas nécessairement lu le dépliant *Le monoxyde de carbone tue*.

5.3.2 La structure du texte : la cohésion

La cohésion touche surtout au système anaphorique, soit le lien entre les idées, les propositions et les phrases. Certaines erreurs de ce type ont été relevées dans les outils de communication sur le CO et des réécritures sont proposées lorsque cela est nécessaire.

L'extrait qui suit est tiré du dépliant *Le monoxyde de carbone tue*. Dans cet extrait, le « leur » que nous avons mis en gras renvoie à « véhicules et appareils à combustible » apparaissant dans la phrase précédente. Toutefois, ces termes sont trop éloignés et cela peut représenter un effort de traitement considérable. C'est pourquoi la réécriture figurant en dessous est suggérée.

> *Si les véhicules et les appareils à combustible sont bien utilisés et entretenus, la quantité de CO produite ne présente généralement pas de danger pour la santé. Toutefois,* ***leur*** *mauvais fonctionnement ou leur utilisation dans un endroit clos ou mal ventilé peuvent entraîner une intoxication.*

> *Si les véhicules et les appareils à combustible sont bien utilisés et entretenus, la quantité de CO produite ne présente généralement pas de danger pour la santé. Toutefois,* ***le mauvais fonctionnement de ces véhicules et appareils ou leur utilisation*** *dans un endroit clos ou mal ventilé peuvent entraîner une intoxication*.

Le même problème est apparu dans un autre extrait du dépliant *Le monoxyde de carbone tue* que voici :

> *Assurez-vous périodiquement du bon état de tous les appareils et outils fonctionnant au combustible et respectez les règles d'entretien et de sécurité données dans les manuels d'utilisation. Assurez-vous de* ***leur*** *entretien par du personnel qualifié.*

> *Assurez-vous périodiquement du bon état de tous les appareils et outils fonctionnant au combustible et respectez les règles d'entretien et de sécurité données dans les manuels d'utilisation. Assurez-vous que* ***l'entretien de vos appareils et outils soit fait*** *par du personnel qualifié.*

Dans le dépliant sur l'avertisseur, deux maladresses de ce type sont apparues dans le même extrait, que voici :

> *Il est impossible de* ***le*** *voir et de* ***le*** *sentir : la seule façon de détecter* ***sa*** *présence est d'utiliser un avertisseur de CO.*

> *Il est impossible* ***de voir ni de sentir le monoxyde carbone*** *: la seule façon de détecter sa présence est d'utiliser un avertisseur de CO.*

Les deux « le » et le « sa » renvoient à « Ce gaz » qui figure dans la phrase précédente et « Ce gaz » renvoie, pour sa part, à « monoxyde de carbone » qui figure dans la toute première phrase. Au troisième renvoi, il est préférable de renommer le sujet. Le « et » a aussi été remplacé par « ni » pour respecter le sens de la phrase qui débute à la négative par « Il est impossible ».

5.3.3 La structure du texte : la cohérence

Une fois l'information choisie, le rédacteur regroupe les éléments qui vont ensemble et les place suivant un certain ordre, ce qui crée la structure du texte. Cette structure a été dégagée dans chacun des outils et le respect du genre, le regroupement et

l'ordonnancement des informations ont été vérifiés. Des modifications ont été proposées lorsque nécessaire.

5.3.3.1 Le respect du genre

Dans les textes analysés, le genre est le dépliant. Le texte doit donc respecter le canevas prototypique de dépliant : l'accroche, le logo et l'identification de l'organisme, etc. Son développement (le cœur du dépliant) est, quant à lui, guidé par une superstructure de type explicatif-expositif. Cette superstructure correspond à une exposition des informations selon un plan *problème, cause, solution*. Bien que la structure séquentielle dominante dans les dépliants soit l'explicative-expositive, il ne faut pas négliger le fait que les dépliants sur le CO, comme la majorité des dépliants de santé publique, poursuivent un objectif clair, celui d'informer la population de certains dangers et de les convaincre de poser certains gestes pour prévenir les cas d'intoxication. L'objectif ultime est donc de modifier certains comportements. N'ayant aucune prise directe sur les comportements des individus, le dépliant devra faire en sorte de convaincre les gens qu'il est souhaitable d'adopter les comportements proposés. Selon Perelman et Olbrechts-Tyteca (1988 [1992]) :

> Le but de toute argumentation […] est de provoquer ou d'accroître l'adhésion des esprits aux thèses qu'on présente à leur assentiment : une argumentation efficace est celle qui réussit à accroître cette intensité d'adhésion de façon à déclencher chez les auditeurs l'action envisagée (action positive ou abstention), ou du moins à créer, chez eux, une disposition à l'action, qui se manifestera au moment opportun. (p. 59)

La visée du dépliant est ainsi argumentative et elle est soutenue par une structure à dominante explicative-expositive. L'explication constitue une forme d'argument ou encore un lien entre l'argument et la preuve. Lorsqu'on explique, on sélectionne des faits, on les présente dans un certain ordre, on nomme des éléments, on en définit d'autres, on associe des concepts à d'autres éléments, etc. Expliquer implique certainement de faire des choix dans le but d'inciter l'adhésion des gens aux thèses qu'on leur présente. Les extraits suivants correspondent à l'explicative.

Dépliant *Le monoxyde de carbone tue* :

> *Le monoxyde de carbone* (CO) est un gaz toxique que l'on ne peut ni voir ni sentir. Il est produit lorsqu'un véhicule ou un appareil brûle un combustible. Si les véhicules et les appareils à combustible sont bien utilisés et entretenus, la quantité de CO produite ne présente généralement pas de danger pour la santé. Toutefois, leur mauvais fonctionnement ou leur utilisation dans un endroit clos ou mal ventilé peuvent entraîner une intoxication.*
>
> * *On dit aussi oxyde de carbone.*

Dépliant *Un avertisseur de monoxyde de carbone peut sauver des vies* :

> *Pourquoi vous protéger du monoxyde de carbone (CO) avec un avertisseur?*
>
> *- Le monoxyde de carbone est un gaz toxique qui cause plusieurs centaines d'intoxications chaque année au Québec, dont une quinzaine sont mortelles.*
>
> *- Ce gaz est présent dans la plupart des domiciles.*
>
> *- Il est impossible de le voir et de le sentir : la seule façon de détecter sa présence est d'utiliser un avertisseur de CO.*
>
> *- Un détecteur de fumée ne vous protège pas contre le CO.*

Perelman et Olbrechts-Tyteca (1988 [1992]) soutiennent que pour amener les gens à adhérer aux thèses qu'on leur présente, il faut s'assurer de leur accord préalable. L'accord préalable repose sur la connaissance que l'émetteur a de son récepteur. L'émetteur doit choisir un point de vue, développer une idée que son destinataire partage. Dans les outils de communication sur le CO, l'accord préalable repose indéniablement sur l'autoconservation qui se manifeste par l'évitement de la souffrance physique, de la maladie et de la mort, et qui implique de poser certaines actions et d'en éviter d'autres.

L'accord préalable est aussi soutenu par le fait que le monoxyde de carbone, tout comme sa représentation graphique, sont présentés comme un ennemi, « un méchant ». À partir d'extraits catégorisés comme explicatifs dans les dépliants, les caractéristiques propres au monoxyde de carbone ont été reformulées en termes guerriers pour illustrer le discours :

Dépliant *Le monoxyde de carbone tue* :

Le monoxyde carbone	**L'ennemi**
Le monoxyde de carbone* (CO) est un gaz toxique que l'on ne peut ni voir ni sentir. Il est produit lorsqu'un véhicule ou un appareil brûle un combustible. Si les véhicules et les appareils à combustible sont bien utilisés et entretenus, la quantité de CO produite ne présente généralement pas de danger pour la santé. Toutefois, leur mauvais fonctionnement ou leur utilisation dans un endroit clos ou mal ventilé peuvent entraîner une intoxication.	L'ennemi est un gaz dangereux qui est imperceptible aux sens humains. Il apparaît lorsqu'un véhicule ou un appareil brûle un combustible. Si les véhicules et les appareils à combustible sont bien utilisés et bien entretenus, l'ennemi ne présente généralement pas de danger pour la santé. Toutefois, le mauvais fonctionnement des outils et appareils ou leur utilisation dans un endroit clos ou mal ventilé peuvent entraîner la victoire de l'ennemi.

* On dit aussi oxyde de carbone.

Dépliant *Un avertisseur de monoxyde de carbone peut sauver des vies* :

Pourquoi vous protéger du monoxyde de carbone (CO) avec un avertisseur?	**Pourquoi vous protéger de l'ennemi avec un avertisseur?**
- Le monoxyde de carbone est un gaz toxique qui cause plusieurs centaines d'intoxications chaque année au Québec, dont une quinzaine sont mortelles. - Ce gaz est présent dans la plupart des domiciles. - Il est impossible de le voir et de le sentir : la seule façon de détecter sa présence est d'utiliser un avertisseur de CO. - Un détecteur de fumée ne vous protège pas contre le CO.	- L'ennemi est un gaz toxique qui cause plusieurs centaines d'intoxications chaque année au Québec, dont une quinzaine sont mortelles. - L'ennemi est présent dans la plupart des domiciles. - L'ennemi est imperceptible : la seule façon de détecter sa présence est d'utiliser un avertisseur de CO. - Le détecteur de fumée ne vous protège pas contre l'ennemi.

Il est donc possible de résumer ce qui précède en disant que les séquences proprement explicatives occupent très peu d'espace dans les dépliants sur le CO et sont absentes du signet. Le manque d'explications peut poser problème au lecteur à la fois sur le plan de sa compréhension, mais encore davantage sur son adhésion à l'idée promue dans ledit document. De plus, le peu d'explications est compensé par une multitude de séquences injonctives qui indiquent une obligation. Ce type de séquence est lié à l'acte de discours d'ordonner. À l'instar de l'argumentation, l'injonction incite à l'action, à faire faire, mais en utilisant d'autres moyens. Les indices textuels permettant d'identifier ces moyens sont, entre autres, les obligations, les ordres, les permissions, les interdictions; l'emploi du conditionnel, du futur, de l'impératif, de l'infinitif; les verbes modaux tels que falloir, devoir, pouvoir, vouloir, recommander, conseiller, interdire; etc. Dans le corpus, ce sont surtout les verbes à l'impératif et à l'infinitif qui sont présents; en voici quelques exemples :

- Dépliant *Un avertisseur de monoxyde de carbone peut sauver des vies*

  « Protégez-vous! » (verbe à l'impératif)
  « L'avertisseur devra comporter […] » (verbe modal devoir au futur simple)
  « Nous vous recommandons d'installer [...] » (verbe modal recommander)

- Dépliant *Le monoxyde de carbone tue*

  « À faire » et « À ne jamais faire » (verbe à l'infinitif + un ordre)
  « Assurez-vous […] » (verbe à l'impératif)
  « Communiquer avec le 9-1-1 » (verbe à l'infinitif)

- Signet *Vacanciers soyez vigilants!*

  « Vacanciers soyez vigilants! » (verbe à l'impératif)
  « N'utilisez jamais […] » (verbe à l'impératif)

Comme le révèle ces exemples, le choix de l'injonction plutôt que l'explication diminue l'effet de persuasion.

5.3.3.2 Le regroupement d'informations

Pour faciliter la lecture, les éléments qui sont de même nature, c'est-à-dire relatifs au même sujet ou faisant partie d'une même catégorie, doivent être rassemblés. Voici quelques problèmes relevés dans le corpus, accompagnés de solutions.

Dans le dépliant sur l'avertisseur, on pose la question « Pourquoi vous protéger du monoxyde de carbone (CO) avec un avertisseur? » et on y répond de la façon suivante :

- Le monoxyde de carbone est un gaz toxique qui cause plusieurs centaines d'intoxications chaque année au Québec, dont une quinzaine sont mortelles.
- Ce gaz est présent dans la plupart des domiciles.
- Il est impossible de le voir et de le sentir : la seule façon de détecter sa présence est d'utiliser un avertisseur de CO.
- Un détecteur de fumée ne vous protège pas contre le CO.

Les deux premières puces ne répondent qu'à une partie de la question qui correspond à ce segment : « Pourquoi vous protéger du monoxyde de carbone? ». Les deux autres puces répondent plutôt à l'autre partie de la question qui correspond à ce segment : « Pourquoi vous protéger avec un avertisseur de CO? ». Or, pour faciliter la lecture, il aurait été préférable de scinder la question en deux et de répondre à chacune d'elles séparément.

À l'intérieur du même dépliant, au volet intitulé « Comment choisir un avertisseur? », le premier élément à considérer est la certification de l'avertisseur. Toutefois, l'explication sur la certification n'apparaît qu'au volet suivant. Toute l'information qui a trait à la certification devrait se trouver sur un même volet. Le plus simple serait de déplacer cette information dans le volet suivant.

5.3.3.3 L'ordonnancement des informations

Dans un texte, les informations connues figurent avant celles qui sont inconnues au lecteur, les informations d'intérêt général figurent avant celles d'intérêt particulier, etc. Ces principes concernent l'ordonnancement des informations, dont voici quelques extraits qui devraient être revus à cet effet.

Dans le dépliant *Le monoxyde de carbone tue*, nous suggérons que l'ordre des éléments de la phrase donnée en exemple ci-dessous soit inversé pour que l'objet dont il est question soit placé en début de phrase plutôt qu'à la fin. Le premier extrait figure tel quel dans le dépliant, le second correspond à la formulation suggérée.

> *Assurez-vous d'une entrée d'air permanente ainsi que de l'évacuation des produits de combustion à l'extérieur pour tout appareil fonctionnant au combustible.*
>
> *Assurez-vous que tous vos appareils fonctionnant au combustible ont une entrée d'air permanente et une sortie d'évacuation donnant sur l'extérieur.*

Dans le deuxième extrait, présenté ci-dessous, c'est plutôt le contraire qui est suggéré. Le refoulement des gaz n'étant peut-être pas une réalité connue de tous, cette fois-ci il est suggéré de le placer à la fin. De plus, il serait pertinent d'expliquer davantage ce qu'est le refoulement des gaz puisque même formulé ainsi, les gens doivent inférer que le refoulement est causé par l'utilisation de la hotte ou du ventilateur et que ces appareils attirent vers l'intérieur les produits de combustion normalement évacués vers l'extérieur. Ici encore, le premier extrait figure dans le dépliant, le second est la réécriture proposée.

> *Prenez garde au refoulement des gaz de tout appareil fonctionnant au combustible à l'intérieur de la maison si vous l'utilisez simultanément avec la hotte de la cuisinière ou le ventilateur de la salle de bain.*
>
> *Lorsque vous utilisez la hotte de la cuisinière ou le ventilateur de la salle de bain en même temps qu'un appareil fonctionnant au combustible à l'intérieur de la maison, prenez garde au refoulement des gaz. Le refoulement des gaz se produit lorsque…*

La couverture du dépliant *Un avertisseur de monoxyde de carbone peut sauver des vies* présente d'abord la solution, soit l'avertisseur, puis suggère au lecteur de se protéger et, enfin, présente contre quoi il devrait se protéger, soit le CO. Bien que cet ordre de présentation (solution – justification) soit courant dans les textes expositifs-explicatifs, nous croyons que sur le plan de l'interprétation, le raisonnement du lecteur n'est pas respecté. Cela a été confirmé lors d'un prétest au cours duquel les participants ont déploré l'ordre « illogique » de présentation des éléments en couverture. Nous suggérons d'inverser l'ordre de présentation de ces trois éléments.

Le sixième volet intitulé « Où disposer les avertisseurs de CO dans la maison? » dans le dépliant sur l'avertisseur est constitué de l'illustration d'une maison sur laquelle des numéros indiquent les endroits où il est possible de placer un avertisseur. Parmi ces localisations, la troisième contient deux endroits.

Localisations possibles :

1. dans le corridor, près des chambres à coucher;
2. près de la porte du garage attenant à la maison;
3. **près de la cuisine et du foyer**;
4. dans la pièce au-dessus du garage attenant à la maison.

Pour harmoniser le tout et éviter de créer un doute chez le lecteur qui aurait dans sa demeure un foyer situé à l'opposé de la cuisine, nous suggérons de séparer la cuisine et le foyer du point 3 ainsi :

Localisations possibles :

1. dans le corridor, près des chambres à coucher;
2. près de la porte du garage attenant à la maison;
3. **près de la cuisine**;
4. **près du foyer**;
5. dans la pièce au-dessus du garage attenant à la maison.

5.4 CONCLUSION DE L'ANALYSE TEXTUELLE

En somme, l'analyse textuelle a porté sur les trois premiers niveaux de traitement psychocognitif : la reconnaissance, le décodage et l'interprétation. Sur le plan de la reconnaissance, nous constatons que plusieurs éléments scriptovisuels sont tout à fait adéquats pour le lecteur moyen : la mise en page, l'alignement du texte au fer à gauche, la police de caractères des blocs de texte, l'utilisation du gras dans les encadrés et la majorité des illustrations. À l'inverse, la justification de certains blocs de texte, les quelques lézardes (surtout présentes dans le dépliant sur le CO), la longueur des lignes (près des illustrations surtout), la police fantaisiste des titres, les nombreuses couleurs et leur disposition, ainsi que le choix de certaines illustrations présentent des faiblesses dans les outils.

Sur le plan du décodage, les mots identifiés comme inconnus à la fois par le logiciel SATO-calibrage et les juges experts auraient dû être évités. Les résultats obtenus à partir de la formule de Gunning montrent que le dépliant sur l'avertisseur présente un texte de difficulté moyenne, tandis que le texte des deux autres outils est coté « difficile ». Toutefois, cette formule ne suffit pas à se prononcer sur la difficulté réelle du texte puisque l'intelligibilité doit être considérée.

Sur le plan de l'interprétation, le dépliant sur l'avertisseur est celui qui présente le plus de faiblesses : des informations manquantes, quelques contradictions et des informations non regroupées. Le dépliant sur le monoxyde de carbone présente moins de faiblesses sur ce plan, bien que quelques informations auraient dû être ordonnancées autrement.

Comme nous pouvons le constater, l'analyse textuelle offre des pistes intéressantes sur l'efficacité d'un texte, mais elle ne peut, à elle seule, la garantir[11]. C'est pourquoi il est important de rencontrer des lecteurs représentatifs du public visé avant de se prononcer sur l'efficacité potentielle d'un texte.

[11] Tous les indicateurs à considérer lors de la production de document ont été regroupés sous forme d'aide-mémoire à l'annexe 8. Cet outil pratique peut permettre d'éviter des erreurs qui paraissent plus ou moins graves à première vue, mais qui marqueront la différence entre un document efficace et un inefficace. Les facteurs à considérer sont principalement issus des résultats de l'analyse textuelle de tous les outils et ils reflètent les normes d'usage.

6 RÉSULTATS DES RENCONTRES AVEC LES LECTEURS

Tel qu'il a été constaté à partir des résultats de l'analyse textuelle, chaque outil peut présenter des forces et des faiblesses sur différents plans. Bien que ce type d'analyse offre de multiples indices sur la façon de présenter un contenu, elle ne permet pas de juger sans équivoque de l'efficacité d'un texte pour le lecteur moyen. Par exemple, selon les résultats de l'analyse textuelle, le dépliant sur l'avertisseur présente autant de points forts que de points faibles sur les aspects scriptovisuels (reconnaissance), il est de difficulté moyenne selon la formule de Gunning (décodage) et il présente des maladresses sur le plan du choix de l'information, de la cohésion et de la cohérence (interprétation). Ce dépliant sera-t-il efficace auprès d'un lecteur moyen? Difficile de répondre à partir de ces résultats. C'est précisément pour cette raison que les questions posées aux lecteurs portent sur ce dépliant. Le signet était trop court pour le type d'exercice à effectuer et le dépliant sur le CO, bien que présentant diverses lacunes (indice de Gunning à la limite du besoin de réécriture, présence de nombreux mots potentiellement inconnus, ordonnancement problématique de certaines informations), ne présentait pas d'informations manquantes et obtenait un meilleur score sur le plan de la reconnaissance. Ainsi, les résultats obtenus à partir des entretiens individuels portent uniquement sur le dépliant *Un avertisseur de monoxyde de carbone peut sauver des vies*.

Plusieurs données ont été recueillies lors des rencontres individuelles avec les participants. Ces rencontres ont eu lieu au domicile des participants et ont duré de 90 à 120 minutes. Nous avons procédé en trois étapes. D'abord, nous les avons questionnés oralement pour recueillir leurs caractéristiques sociodémographiques (annexe 1) et nous leur avons demandé de remplir un questionnaire sur leurs connaissances et leur attitude à l'égard du CO (annexe 2). Ensuite, nous leur avons demandé de lire le dépliant *Un avertisseur de monoxyde de carbone peut sauver des vies* et d'y annoter des + et des - au fur et à mesure qu'ils jugeaient des éléments du contenu positivement ou négativement (annexe 3). Nous leur avons demandé de justifier leurs + / - par la suite, et pour chacun des volets, nous leur avons posé des questions sur différents éléments du contenu qui nous apparaissaient litigieux lors de l'analyse textuelle, ce que nous avons appelé « la relance des interviewers » (annexe 4). Finalement, nous avons vérifié leur compréhension en leur posant une série de questions portant sur le texte (annexe 5) et en leur demandant de remplir un deuxième questionnaire sur leurs connaissances et leur attitude à l'égard du CO (annexe 6), identique au premier pour voir s'il y avait des changements ou non dans leurs connaissances et leur attitude après la lecture du document.

Les données et les résultats de ces rencontres sont présentés dans cette partie. D'abord, les caractéristiques sociodémographiques et certains renseignements sur le type d'habitation, le système de chauffage, etc. des participants sont présentées. Ensuite, les données sur les connaissances et l'attitude des participants avant et après la lecture du dépliant sont exposées. Les résultats de la méthode *plus-minus*, soit les signes + et - apposés par les participants, ainsi que les réponses fournies lors de la relance des interviewers sur les éléments jugés litigieux à l'analyse textuelle sont dévoilées. Pour terminer, figurent les réponses aux questions de compréhension qui permettent de se prononcer sur le degré d'appropriation des lecteurs.

6.1 LES DONNÉES SOCIODÉMOGRAPHIQUES

Sept personnes au total ont participé aux entretiens individuels : trois femmes et quatre hommes. Ils ont œuvré[12] ou œuvrent toujours dans le domaine des biens et services ou de la construction. Trois d'entre elles sont dans la soixantaine, deux sont dans la cinquantaine et deux autres sont dans la trentaine. Un des participants a terminé le primaire, trois ont terminé le secondaire et trois autres ont terminé le collégial. Toutes les tranches de revenu sont représentées, sauf celle des moins de 20 000 $ et celle des 40 000 $ à 49 999 $. Cinq des sept participants ont un système de chauffage électrique, les deux autres ont un système de chauffage à l'huile. Trois des répondants ont un poêle à bois et deux ont un garage attenant à la maison.

Tableau 6 Résumé des données sociodémographiques

Âge	Sexe	Scolarité	Revenu familial brut en dollars canadiens	Situation résidentielle	Propriété secondaire	Avertisseur installé
36	F	collégial	20 000 à 29 999	propriétaire	roulotte	roulotte
38	H	secondaire	60 000 et plus	propriétaire	duplex	non
51	H	secondaire	50 000 à 59 999	propriétaire	roulotte	roulotte
53	H	collégial	50 000 à 59 999	propriétaire	roulotte	roulotte
61	F	secondaire	20 000 à 29 999	propriétaire	roulotte	non
61	F	collégial	50 000 à 59 999	propriétaire	roulotte	roulotte
66	H	primaire	30 000 à 39 999	propriétaire	roulotte	non

6.2 LES CONNAISSANCES ET L'ATTITUDE

Six des sept répondants ont indiqué savoir ce qu'est le monoxyde de carbone avant de lire le dépliant. Dans la brève description demandée, les trois femmes ont indiqué que le monoxyde de carbone provenait du tuyau d'échappement des voitures. Du côté des hommes, deux ont indiqué que le monoxyde de carbone était un gaz inodore, alors que les deux autres ont indiqué que le gaz dégageait une mauvaise odeur.

Aux énoncés auxquels nous demandions aux lecteurs de répondre par « vrai », « faux » ou « ne sais pas », nous avons obtenu les réponses suivantes :

Tableau 7 Réponses fournies à la mesure des connaissances préalables

Énoncé	Vrai	Faux	Ne sais pas
Le monoxyde de carbone a une odeur	3	4	0
Le monoxyde de carbone a une couleur	2	4	1
Le monoxyde de carbone est présent dans la plupart des domiciles	3	2	2
Il existe un moyen de détecter le monoxyde de carbone	7	0	0
Le monoxyde de carbone peut être mortel	7	0	0

[12] L'emploi du passé composé ici signifie que ces personnes sont à la retraite.

Après avoir fait la lecture du dépliant, l'exercice des *plus-minus* et répondu aux questions de compréhension, les lecteurs ont dû répondre aux mêmes questions une seconde fois pour évaluer si leurs réponses étaient différentes. Voici les résultats :

Tableau 8 Réponses fournies à la mesure des connaissances acquises

Énoncé	Vrai	Faux	Ne sais pas
Le monoxyde de carbone a une odeur	***2***	5	0
Le monoxyde de carbone a une couleur	***1***	6	0
Le monoxyde de carbone est présent dans la plupart des domiciles	6	***1***	0
Il existe un moyen de détecter le monoxyde de carbone	7	0	0
Le monoxyde de carbone peut être mortel	7	0	0

Nous pouvons constater que deux personnes croient toujours que le monoxyde de carbone a une odeur, une personne croit toujours que le monoxyde de carbone a une couleur et une personne, qui ignorait au départ si le CO était présent dans la plupart des domiciles, croit maintenant que le CO n'est pas présent dans la plupart des domiciles.

À la question : « Maintenant que vous avez lu le dépliant, que retenez-vous? », six des sept répondants ont indiqué avoir retenu qu'il pouvait y avoir plusieurs sources de CO dans leur maison.

En ce qui concerne le fait de se sentir concerné et préoccupé des effets, tous les répondants se sont dits plus concernés après avoir lu le dépliant. Un seul s'est dit moins préoccupé après avoir lu le dépliant. Quatre d'entre eux ont dit qu'ils voudraient en savoir davantage sur le CO. Par contre, deux participants seulement ont manifesté une intention d'acquérir un avertisseur de CO.

6.3 LA COMPILATION DES + ET -

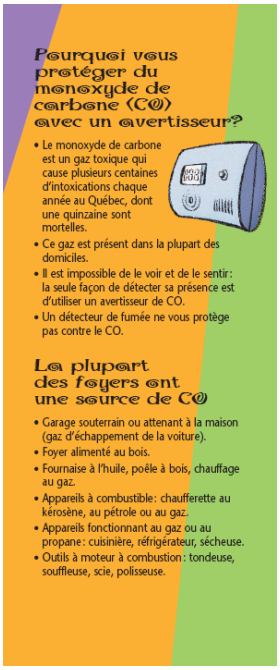
Il a été constaté, à la suite de la compilation des éléments marqués d'un plus ou d'un moins, que la plupart des répondants se sont servis de ces signes pour identifier des éléments les concernant ou pour identifier les caractéristiques pour lesquelles ils opteraient lors d'un éventuel achat. Cela a pour conséquence que plusieurs éléments, par exemple des aspects du visuel, n'ont pas été commentés spontanément. Une autre conséquence est que plusieurs signes renseignent peu sur la compréhension du lecteur. En effet, il n'est d'aucune pertinence de savoir qu'un répondant juge négativement le point : « Foyer alimenté au bois » simplement parce qu'il n'en a pas chez lui. Les signes + ou – indiquant ce type de situation n'ont pas été compilés.

Volet 1

Les répondants se sont peu prononcés spontanément sur la couverture. Ceux qui l'ont fait ont indiqué un *plus* vis-à-vis le titre[13], soit parce qu'ils le trouvaient accrocheur ou simplement parce qu'il est « vrai et important de rappeler qu'un avertisseur de CO peut sauver des vies » selon eux. Un seul répondant a jugé deux éléments négativement, le premier est « inodore » et le deuxième, « sans saveur ». Le répondant a justifié ces indications en disant : « ces deux informations sont fausses ». Certains lecteurs se sont prononcés sur le choix des couleurs. Le violet, surtout présent dans le dépliant *Un avertisseur de monoxyde de carbone peut sauver des vies* et dans le signet pour les vacanciers, signifiait pour eux la mort, le deuil et, ainsi, que le message véhiculé consistait à les prévenir d'un danger mortel. Cette remarque sur le violet concorde parfaitement avec ce qui est indiqué dans le dictionnaire des symboles (Chevalier et Gheerbrant, [1969], 1982) et avec ce que Déribéré associe comme concepts au violet (St-Hilaire, 1997). Un autre utilisateur a mentionné que les représentations du CO en jaune représentaient pour lui un danger moins important que celles en rose. Toujours selon ces deux sources, le jaune est en effet associé à la gaieté. Ces remarques des utilisateurs, qui ont été divulguées spontanément, indiquent l'importance de prendre en considération la signification des couleurs pour réaffirmer le message véhiculé et éviter d'envoyer un message contradictoire.

La relance des interviewers sur ce premier volet concernait surtout des aspects du visuel. D'abord, à la question « Que représente pour vous le boîtier gris? », tous les répondants ont dit « l'avertisseur ». Ensuite, lorsqu'on leur a demandé « Que représentent pour vous ces deux éléments? » (en pointant les illustrations du gaz en jaune et en rose), la majorité a dit « le monoxyde de carbone » ou encore « les vapeurs de gaz », mais certains ont répondu « les dangers qu'on ne voit pas » et « les microbes ». À la question « Que représente l'inscription *Québec* et son drapeau? », tous ont donné une bonne réponse, à savoir que ce document a été réalisé par le gouvernement du Québec. Un répondant a indiqué que : « cela veut dire que l'information contenue dans ce document est fiable. » Finalement, les répondants devaient donner leur appréciation sur la police de caractères choisie dans le titre. Trois répondants considèrent que cette police rend la lecture plus difficile. Trois autres disent, au contraire, « que ça n'entrave pas la lecture » et que « c'est joli », « accrocheur » ou « justifié parce que la police rappelle les représentations du gaz ». Enfin, un répondant a expliqué que cette police avait été choisie pour avertir le lecteur qu'en cas d'intoxication, le fait d'être étourdi l'amènerait à voir des lettres spiralées semblables à celles utilisées dans le titre.

[13] Le titre de la version papier utilisée par les participants contient une erreur : les mots « de monoxyde » sont absents. Aucun des participants n'a fait la remarque.


Pourquoi vous protéger du monoxyde de carbone (CO) avec un avertisseur?

- Le monoxyde de carbone est un gaz toxique qui cause plusieurs centaines d'intoxications chaque année au Québec, dont une quinzaine sont mortelles.
- Ce gaz est présent dans la plupart des domiciles.
- Il est impossible de le voir et de le sentir : la seule façon de détecter sa présence est d'utiliser un avertisseur de CO.
- Un détecteur de fumée ne vous protège pas contre le CO.

La plupart des foyers ont une source de CO

- Garage souterrain ou attenant à la maison (gaz d'échappement de la voiture).
- Foyer alimenté au bois.
- Fournaise à l'huile, poêle à bois, chauffage au gaz.
- Appareils à combustible: chaufferette au kérosène, au pétrole ou au gaz.
- Appareils fonctionnant au gaz ou au propane : cuisinière, réfrigérateur, sécheuse.
- Outils à moteur à combustion : tondeuse, souffleuse, scie, polisseuse.

Volet 2

Les éléments contenus dans la première moitié de ce volet ont été majoritairement jugés positivement : « information pertinente », « texte clair », « élément intéressant », « bonne précision » représentent bien le type de commentaires recueillis. Deux signes *moins* ont été inscrits sur cette première partie : le premier concerne l'information contenue dans les quatre puces, la justification étant : « Ce n'est pas agréable à lire du tout puisque ça fait peur! »; le second concerne la troisième puce, la justification étant : « Ce n'est pas vrai que l'avertisseur est la seule façon de détecter le CO. » Les répondants devaient ensuite lire à haute voix l'indication <CO> et dire ce que ces deux lettres représentent pour eux. Tous ont bien lu « C. O. » et non « co », mais deux répondants ont indiqué que ces lettres signifiaient CO_2 (dioxyde de carbone) et un autre répondant a indiqué qu'elles signifiaient « carbone ».

La deuxième moitié de ce volet compte, elle aussi, surtout des *plus* justifiés par le fait que l'information est clairement exposée. Tous les répondants ont indiqué que les exemples les avaient aidés à bien comprendre quelles pouvaient être les sources de CO à la maison. Le seul point négatif soulevé par un répondant est de ne pas retrouver d'information sur le contexte de propagation du CO. La dernière question posée aux répondants était : « Que veut dire le mot *attenant*? », question à laquelle tous ont répondu convenablement.

Quels modèles d'avertisseurs pouvez-vous trouver sur le marché?

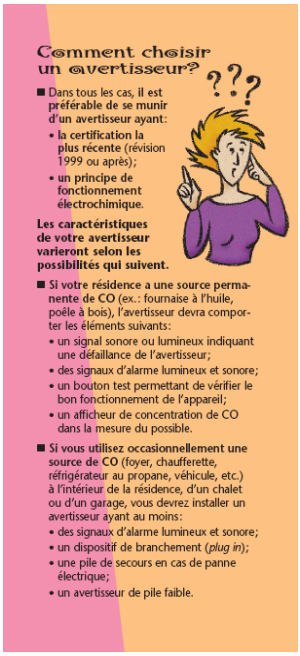
Plusieurs modèles d'avertisseurs de CO sont vendus dans les quincailleries et la plupart des grandes surfaces de votre région. Les aspects les plus importants à retenir sont:

- le type d'alimentation:
  - piles,
  - électricité (fiche, fil électrique ou mural),
  - combinée (piles et électricité);
- le type d'alarme:
  - visuelle,
  - sonore,
  - combinée (visuelle et sonore);
- la présence ou non d'un avertisseur de pile faible;
- la présence ou non d'un afficheur de concentration de CO;
- l'existence de modèles combinés : avertisseurs de CO et de fumée.

Volet 3

Trois répondants se sont prononcés sur le troisième volet au complet : deux ont dit que toute l'information qui s'y trouvait était pertinente et un a remis en question la pertinence de toute l'information de ce volet. Un répondant a indiqué un *plus* vis-à-vis du titre en justifiant qu'il est intéressant de voir qu'il existe plusieurs modèles, alors qu'un autre a inscrit un *moins* un peu plus bas pour indiquer qu'il était faux de dire que les avertisseurs de CO sont vendus dans les quincailleries. Les autres répondants ont indiqué des *plus* et des *moins* vis-à-vis des caractéristiques qu'eux voudraient retrouver sur l'avertisseur qu'ils achèteraient. Deux des répondants ont aussi indiqué un *moins* vis-à-vis de la dernière puce : « l'existence de modèles combinés : avertisseurs de CO et de fumée » mettant en doute la performance de cet appareil par rapport à l'endroit où il devra être installé.

Tous les répondants ont bien compris que ce volet comprenait des caractéristiques potentiellement repérables sur les avertisseurs de CO vendus au Québec. Ensuite, une explication de ce qu'est une *fiche* leur a été demandée. Un des répondants n'a pas été en mesure de répondre, trois ont dit : « c'est une prise électrique » et trois autres ont dit : « c'est ce qui se trouve au bout d'un fil qu'on branche dans une prise. »


Comment choisir un avertisseur?

■ Dans tous les cas, il est préférable de se munir d'un avertisseur ayant:
- la certification la plus récente (révision 1999 ou après);
- un principe de fonctionnement électrochimique.

Les caractéristiques de votre avertisseur varieront selon les possibilités qui suivent.

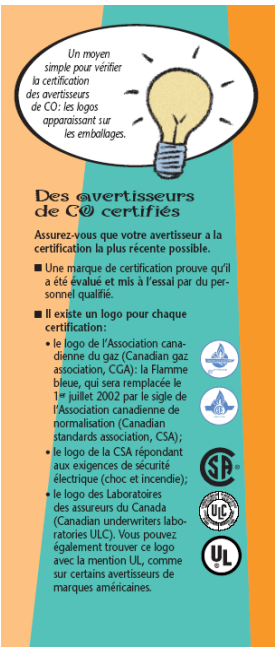
■ Si votre résidence a une source permanente de CO (ex.: fournaise à l'huile, poêle à bois), l'avertisseur devra comporter les éléments suivants:
- un signal sonore ou lumineux indiquant une défaillance de l'avertisseur;
- des signaux d'alarme lumineux et sonore;
- un bouton test permettant de vérifier le bon fonctionnement de l'appareil;
- un afficheur de concentration de CO dans la mesure du possible.

■ Si vous utilisez occasionnellement une source de CO (foyer, chaufferette, réfrigérateur au propane, véhicule, etc.) à l'intérieur de la résidence, d'un chalet ou d'un garage, vous devrez installer un avertisseur ayant au moins:
- des signaux d'alarme lumineux et sonore;
- un dispositif de branchement (*plug in*);
- une pile de secours en cas de panne électrique;
- un avertisseur de pile faible.

Volet 4

Deux des répondants ont indiqué des *plus* et des *moins* vis-à-vis des caractéristiques qu'eux voudraient retrouver sur l'avertisseur qu'ils achèteraient. Cela laisse planer un doute sur leur compréhension des distinctions à faire entre les deux situations (source permanente *vs* source occasionnelle). La majorité des répondants n'ont pas indiqué de nombreux signes sur ce volet, il est donc difficile de juger de leur compréhension et de leur appréciation. Un seul des répondants a dit : « il est très bien de préciser qu'il existe des sources occasionnelles de CO puisqu'on a tendance à oublier cela. » Deux répondants ont indiqué un *moins* vis-à-vis de « afficheur de concentration de CO » justifiant qu'il faut connaître les concentrations dangereuses pour interpréter ce type de données.

Trois des répondants avaient indiqué spontanément ne pas savoir ce qu'est un principe de fonctionnement électrochimique, les quatre autres n'ont pas été en mesure de répondre non plus lorsqu'on leur a demandé de l'expliquer. Il a aussi été demandé aux répondants ce qu'ils pensaient de la diagonale sous le texte créée par le changement de couleur. Un seul répondant a trouvé cette diagonale gênante pour la lecture. Les répondants devaient aussi expliquer ce qu'est un « dispositif de branchement (*plug in*) ». La majorité des réponses étaient convenables, par exemple : « c'est quelque chose qu'on peut brancher ». Les répondants n'ont pas considéré que ce volet contenait trop d'information ou qu'il était surchargé, seulement le choix de la police du titre et la complexité de la première situation « source permanente » font défaut selon l'avis de deux d'entre eux.


Un moyen simple pour vérifier la certification des avertisseurs de CO: les logos apparaissant sur les emballages.

Des avertisseurs de CO certifiés

Assurez-vous que votre avertisseur a la certification la plus récente possible.

■ Une marque de certification prouve qu'il a été évalué et mis à l'essai par du personnel qualifié.

■ Il existe un logo pour chaque certification:
- le logo de l'Association canadienne du gaz (Canadian gaz association, CGA): la Flamme bleue, qui sera remplacée le 1er juillet 2002 par le sigle de l'Association canadienne de normalisation (Canadian standards association, CSA);
- le logo de la CSA répondant aux exigences de sécurité électrique (choc et incendie);
- le logo des Laboratoires des assureurs du Canada (Canadian underwriters laboratories ULC). Vous pouvez également trouver ce logo avec la mention UL, comme sur certains avertisseurs de marques américaines.

Volet 5

Dans ce cinquième volet, trois des répondants ont indiqué un *plus* vis-à-vis de la première puce qui explique ce qu'est la certification justifiant que cette information est pertinente ou essentielle. La présence des logos mérite aussi plusieurs *plus* de la part des répondants, la plupart considérant leur présence comme nécessaire. La majorité des répondants considèrent par contre que le texte expliquant les logos apporte peu et que, normalement, ils ne l'auraient pas lu ou ils l'auraient lu en diagonale. Un des répondants a aussi remarqué que l'extrait suivant n'avait pas de sens : « la Flamme bleue, qui *sera remplacée* le 1er juillet 2002 par le sigle… ».

Lors de la relance, les répondants devaient expliquer ce que représente pour eux l'illustration de l'ampoule électrique. La plupart interprètent cette illustration comme signifiant « Allume! » ou encore « Notez bien… ». Un répondant considère, quant à lui, que les ampoules électriques étant normalement certifiées, il faut donc acheter un avertisseur de CO certifié.

Volet 6

Ce volet semble avoir plu à la plupart des répondants puisqu'ils n'avaient pratiquement que des points positifs à relever. Seulement, certains n'ont pas réalisé que les chiffres de 1 à 4 sous « Localisations possibles » servaient de légende aux mêmes chiffres présents sur l'illustration de la maison. Certains ont considéré qu'il s'agissait d'un ordre de priorité des endroits où disposer un avertisseur. À cet effet, deux répondants considèrent que les localisations 3 et 4 ne correspondent pas à de bons endroits pour placer un avertisseur.

La plupart ont apprécié la présence de l'illustration de la maison, un seul n'y a pas porté attention, et tous la considèrent comme représentative des maisons québécoises à quelques ramifications près.

Volet 7

Bien que la plupart aient été en mesure d'identifier ce symbole ⊘ et de donner comme signification « interdit », « à ne pas faire » ou « danger », trois des répondants ont quand même identifié, parmi la liste d'endroits à éviter, des endroits propices à l'installation d'un avertisseur à l'aide d'un *plus*. Un seul des répondants a commenté l'information se trouvant dans la bulle à gauche du personnage en disant qu'« elle aurait dû venir avant, mais que c'est rassurant de savoir qu'il existe d'autres moyens de prévenir l'intoxication au CO que celui d'acheter un avertisseur ». Un autre répondant a dit qu'il était très important de préciser de ne pas mettre d'avertisseur directement dans le garage puisque lui-même aurait eu le réflexe d'en mettre un justement à cet endroit.

Les questions posées aux répondants concernaient les illustrations, comme indiqué à propos de ce symbole ⊘. Un seul répondant a dit du personnage qu'il représentait un expert en entretien, tous les autres l'ont décrit comme Monsieur Tout-le-Monde qui fait son entretien lui-même. Ensuite, ces symboles > < devant les températures ont aussi fait l'objet d'une question à laquelle la plupart ont répondu que ces > < signifiaient « plus que, moins que », « plus grand que, plus petit que » ou encore « plus chaud que, plus froid que ». Un répondant a inversé la réponse, c'est-à-dire qu'il a dit « plus petit que, plus grand que » alors qu'un autre ignorait leur signification. Les répondants ont aussi eu à donner un synonyme du mot *outre*. Un seul répondant a donné un synonyme

valable, soit « en plus de ». Toutefois, l'emploi de ce mot dans la phrase étant fautif, la signification donnée dans la phrase est plutôt « mis à part », réponse fournie par deux personnes, les autres n'ayant pas fourni de réponse convenable. Enfin, il a été demandé aux répondants d'expliquer où se trouve l'espace mort des plafonds cathédrales. Toutes sortes de réponses, plus ou moins bonnes, ont été données à cette question. Une réponse toutefois était réellement mauvaise et elle a été donnée par deux personnes : pour elles « l'espace mort des plafonds cathédrales se trouve dans l'entretoit ».

Si une personne présente des symptômes d'intoxication (maux de tête, nausées, vomissements, étourdissements, etc.) évacuez-la du milieu contaminé et appelez immédiatement le

CENTRE ANTI-POISON DU QUÉBEC

1 800 463-5060

Pour de plus amples renseignements, consultez le dépliant intitulé *Le monoxyde de carbone tue, Y en a-t-il chez vous?*, que vous trouverez à la Direction de santé publique de votre région, ou au Centre antipoison du Québec.

Dépliant produit par:
le Comité provincial sur la prévention des intoxications au monoxyde de carbone. Ce comité est mandaté par le ministère de la Santé et des Services sociaux du Québec, l'Institut national de santé publique du Québec et la Conférence des régies régionales de la santé et des services sociaux du Québec.

En collaboration avec:
- l'Institut national de santé publique du Québec,
- le ministère de la Santé et des Services sociaux,
- le ministère de l'Environnement,
- le ministère de la Sécurité publique,
- la Commission de la santé et de la sécurité au travail,
- la Corporation des maîtres mécaniciens en tuyauterie du Québec.

Dépôt légal: 2e trimestre 2001
Bibliothèque nationale du Québec
Bibliothèque nationale du Canada

Québec

Volet 8

Mis à part la présence des symptômes et du numéro de téléphone du CAPQ, peu d'éléments ont retenu l'attention des répondants.

Sur ce dernier volet, lorsque la question suivante a été posée aux répondants : « Selon vous, quel serait votre réflexe dans la vraie vie si quelqu'un avait les symptômes décrits sur ce volet? », une seule personne a répondu le CAPQ; les autres ayant donné le 9-1-1, Urgence-Santé ou l'hôpital le plus près de chez eux. Aucun des répondants ne savait où se trouve la direction de santé publique de sa région. De plus, toutes les informations sur les rédacteurs sont jugées inutiles par la plupart des répondants qui disent que « dans la vraie vie, je ne lis jamais cette partie-là ».

6.4 LES QUESTIONS DE COMPRÉHENSION : L'APPROPRIATION

Tel qu'il a été indiqué précédemment, l'appropriation ne peut pas être mesurée à partir de l'analyse textuelle. C'est principalement à partir des réponses aux questions de compréhension qu'il est possible de la mesurer puisque les réponses fournies par les participants représentent le meilleur indicateur de leur compréhension du contenu du document.

Les questions de compréhension ont été construites à partir d'un guide qui permet de connaître le degré de difficulté que chaque question peut présenter pour des lecteurs de différents niveaux. Deux questions par niveau de littératie ont ainsi été formulées. Pour y répondre, les lecteurs pouvaient se référer au dépliant afin de s'assurer de donner les bonnes réponses. Pourtant, les lecteurs ne se sont référés que très rarement au dépliant pour répondre aux questions de compréhension. D'ailleurs, cela se reflète assez clairement dans les réponses fournies. En effet, plusieurs réponses à des questions de tous les niveaux ne sont pas exactes, même si elles ne sont pas complètement erronées. Toutefois, étant donné qu'ils avaient la possibilité de retourner dans le texte, le fait qu'ils n'y soient pas retournés indique simplement qu'ils n'en sentaient pas le besoin.

À la question 1, il était demandé : « Dans tous les cas, de quoi devrait être muni un avertisseur de monoxyde de carbone? », qui est une question de niveau 1, c'est-à-dire une question à laquelle tous les lecteurs, même ceux de niveau 1, peuvent répondre. La réponse à cette question est la suivante : la certification la plus récente et un principe de fonctionnement électrochimique, comme l'indique l'extrait du dépliant :

> *Comment choisir un avertisseur? Dans tous les cas, il est préférable de se munir d'un avertisseur ayant : la certification la plus récente (révision 1999 ou après); un principe de fonctionnement électrochimique.*

Bien que cette question soit cotée comme facile à répondre, l'hypothèse selon laquelle peu de lecteurs y répondraient correctement avait été émise pour deux raisons principales. D'abord, le fait que personne n'ait été en mesure d'expliquer ce qu'est un principe de fonctionnement électrochimique indique probablement que les répondants ont occulté cette information. L'autre raison tient au fait que l'information concernant la certification était présente sur deux volets, tel qu'il a été vu précédemment dans la partie du rapport sur l'interprétation - regroupement des informations. Cela peut faire en sorte que la première mention concernant la certification soit occultée puisque l'essentiel du propos à cet effet figure au volet suivant. Une seule personne a fourni la moitié de la réponse à cette question en donnant : « la certification ». Tous les autres répondants ont nommé des caractéristiques de l'appareil ayant trait surtout au type d'alimentation et au type d'alarme. Ces éléments de réponse figurant à trois endroits dans le dépliant, il n'est pas surprenant que les lecteurs se souviennent davantage de ceux-ci même si ce sont la certification et le principe de fonctionnement électrochimique qui constituent les deux caractéristiques à rechercher sur tout avertisseur de CO.

À la question 2, qui est aussi une question de niveau 1, il était demandé : « Où est-il recommandé d'installer au moins un avertisseur de monoxyde de carbone dans la maison? ». Un seul des sept répondants a fourni la bonne réponse à cette question, soit : « près des chambres à coucher ». Un seul répondant a donné une réponse complètement erronée à cette question; il a inscrit : « dans le garage », ce qui est clairement contre-indiqué dans le dépliant. Les cinq autres répondants ont indiqué comme réponse : « près de la porte du garage attenant à la maison », ce qui n'est pas une réponse complètement erronée. Voici ce qui se trouvait dans le dépliant :

> *Nous vous recommandons d'installer au moins un avertisseur de CO près des chambres à coucher afin d'entendre l'alarme de l'avertisseur pendant votre sommeil.*

De plus, la réponse « près des chambres à coucher » figure aussi au sixième volet, dans la légende reliée au dessin de la maison, au numéro 1 des localisations possibles. L'hypothèse à l'égard de cette question était qu'elle serait sans doute réussie par tous. Ce qui peut expliquer la non-réussite de cette question est en lien avec les connaissances préalables des lecteurs en matière de CO. La plupart des répondants, au cours des entretiens, ont mentionné que le garage, ainsi que tout ce qu'il peut contenir (voiture, outils à moteur à combustion, chaufferette au combustible, etc.) représentent la source de CO dont le risque est le plus imminent. Il va de soi que les répondants pensent plutôt à répondre « près de la porte donnant sur le garage » à cause de leurs connaissances préalables, mais aussi parce

que cet endroit fait aussi partie des localisations possibles (numéro 2 de la légende) dans le dépliant. Cet état de choses montre que le dépliant n'a pas réussi à amener le lecteur à ajouter la connaissance nouvelle qui est d'installer un avertisseur près des chambres à coucher à celles qu'il détenait déjà, soit d'installer un avertisseur près de la porte donnant sur le garage.

La troisième question en est une de niveau 2, donc un peu plus complexe que les deux précédentes. La complexité de cette question réside dans le fait que des informations semblables sur l'emplacement de l'avertisseur figurent à la fois du côté des localisations possibles et des endroits à éviter dans le dépliant. On a demandé aux lecteurs : « L'idée de placer un avertisseur de monoxyde de carbone dans la cuisine est-elle une bonne ou une mauvaise idée? ». Dans le dépliant, il est indiqué d'installer un avertisseur *près* de la cuisine et d'éviter d'en installer un *dans* la cuisine ou à tout point situé à moins de deux mètres de tout appareil de cuisson. Seulement quatre répondants sur sept ont dit que c'était une mauvaise idée. Ceux n'ayant pas réussi cette question se sont aperçus, alors qu'on les questionnait sur ce volet, qu'ils avaient mal lu, c'est-à-dire qu'ils n'avaient pas réalisé que la seconde liste contenait des endroits à éviter.

Dans l'autre question de niveau 2, la quatrième des questions de compréhension, il était demandé : « Qu'indiquent les logos de certification en général? ». Cette question a été réussie par six des sept répondants, la personne qui ne l'a pas réussie a donné un sigle de certification comme réponse. Elle a probablement mal compris la question.

La première des deux questions de niveau 3 allait comme suit : « Que devez-vous faire si vous soupçonnez une intoxication ou la présence de monoxyde de carbone? ». À cette question correspondent deux éléments de réponse : quitter le milieu contaminé et téléphoner au Centre antipoison du Québec (CAPQ). La plupart des répondants ont indiqué l'un ou l'autre, ce qui ne représente pas une réponse complète. Trois répondants ont indiqué qu'il fallait téléphoner au 9-1-1, bien qu'à aucun endroit dans le dépliant le 9-1-1 ne soit mentionné. Ce genre de réponse était attendu puisqu'en cas d'urgence, il est bien ancré dans les réflexes de la population québécoise de téléphoner au 9-1-1. D'ailleurs, il est discutable d'indiquer dans le dépliant de téléphoner au CAPQ puisque les symptômes d'une intoxication peuvent aussi s'apparenter aux symptômes d'une grippe, d'une gastro-entérite et de nombreuses autres affections.

La deuxième question de niveau 3 était la suivante : « Avec quel appareil est-il possible de confondre l'avertisseur de monoxyde de carbone? ». Tous les répondants l'ont réussie. La difficulté de cette question résidait dans le fait que la réponse ne se trouvait pas facilement dans le dépliant. Au tout début seulement, il est précisé « Un détecteur de fumée ne vous protège pas contre le CO. ».

La prochaine question, celle-là de niveau 4-5, a aussi a été réussie par tous les répondants. Il s'agissait pour eux de dire si « […] l'utilisation d'un système de chauffage électrique présente[ait] des risques d'intoxication au monoxyde de carbone? ». Cette question exigeait une inférence de la part des lecteurs puisqu'il n'en est question à aucun endroit dans le dépliant. En analysant les réponses fournies et en ayant discuté avec plusieurs personnes, nous regrettons de ne pas avoir demandé si un système de chauffage bi-énergie (huile-

électricité) présentait des risques d'intoxication au CO. En effet, nous doutons quelque peu de la compréhension des lecteurs en ce qui concerne le fait que la fournaise à l'huile produise du CO. Plusieurs semblent croire qu'un problème avec une fournaise à l'huile se détecte par la présence d'odeurs. Cette perception s'applique aussi aux appareils fonctionnant au propane.

Enfin, à la dernière question de niveau 4-5, il fallait aussi inférer la réponse. La question était : « De façon générale, qu'est-ce que sont censés indiquer les signaux d'alarme lumineux et sonore sur l'avertisseur de monoxyde de carbone? ». Deux éléments de réponse étaient requis pour réussir cette question, soit : la présence de CO et la défaillance de l'avertisseur. Une seule personne a fourni les deux éléments de réponse, les autres s'étant contentées de donner le premier élément de réponse, ce qui n'est pas négligeable.

6.5 CONCLUSION DES RENCONTRES AVEC LES LECTEURS

Sur le plan des connaissances acquises mesurées après que les lecteurs ont lu le dépliant, fait l'exercice des *plus* et des *moins* et répondu aux questions de compréhension, deux des sept répondants croient toujours que le CO a une odeur, un répondant croit toujours que le CO a une couleur et un autre croit que le CO est absent de la plupart des domiciles. Les connaissances/croyances à propos du CO lui-même n'ont donc pas été modifiées après la lecture du dépliant. De plus, bien que tous les répondants se soient dits plus concernés par le CO après la lecture du dépliant, seulement deux ont manifesté l'intention d'acquérir un avertisseur.

Par les résultats de l'exercice des *plus-minus*, on constate davantage de signes *plus* que de signes *moins* apposés dans l'outil sur l'avertisseur. Cependant, tel qu'il a été indiqué précédemment, ces signes à eux seuls ne peuvent témoigner de la bonne compréhension des lecteurs puisque ces derniers peuvent être à même d'apprécier certains éléments sans nécessairement en saisir toute la portée. Par contre, les signes + et - sont des indices de la perception qu'ont les lecteurs du texte. Par exemple, le fait que certains lecteurs indiquent un *moins* vis-à-vis de certaines informations en disant que celles-ci sont fausses témoigne peut-être du degré de crédibilité qu'ils accordent au document, mais cela témoigne certainement du fait que ces lecteurs persistent à considérer leurs connaissances ou leurs croyances comme étant supérieures (plus vraies, plus pertinentes) aux informations divulguées dans le document.

Environ la moitié des réponses fournies aux questions de compréhension indiquent des problèmes de compréhension de la part des lecteurs; problèmes que nous sommes en mesure de justifier. Par exemple, les lecteurs n'ont pas su nommer les deux caractéristiques principales (certification et principe de fonctionnement électrochimique) à repérer sur un avertisseur. Nous jugeons qu'ils n'ont pas pu le faire à cause de la présence d'un terme inconnu comme caractéristique principale et d'un problème de regroupement des informations concernant la certification. Un autre exemple, les lecteurs n'ont pas pu nommer le premier endroit où il est recommandé d'installer un avertisseur de CO (près des chambres à coucher). Nous justifions cette situation par un problème de choix de l'information qui n'est pas en lien avec les connaissances préalables des gens. Enfin, trois répondants ont indiqué que l'installation d'un avertisseur de CO dans la cuisine était une bonne idée, alors que c'est

l'inverse qui est recommandé. Nous croyons qu'un regroupement différent des informations à ce sujet aurait permis d'éviter cette confusion. Il est à noter que lorsque plus d'un élément de réponse devait être donné, plusieurs se sont contentés de n'en fournir qu'un seul.

Malgré cela, les lecteurs semblent avoir saisi la signification des logos de certification, le fait que l'avertisseur de CO soit facile à confondre avec le détecteur de fumée et qu'un système de chauffage électrique ne présente pas de risque d'intoxication au CO.

En somme, les réponses des participants aux questions de compréhension, ainsi que leurs réactions et commentaires lors des rencontres, amènent à déduire les points suivants :

- Le fait que le CO soit produit lorsqu'un appareil brûle un combustible est une information importante qui ne figure pas dans le dépliant et qui devrait y être pour assurer la compréhension. Elle figure dans le dépliant *Le monoxyde de carbone tue* et rien n'explique pourquoi cette information n'a pas été insérée dans le dépliant sur l'avertisseur[14].
- Le fait que du CO soit toujours produit, mais en petite quantité, est aussi une information manquante dans le dépliant sur l'avertisseur; cette information figure pourtant dans l'autre dépliant.
- L'information sur l'entretien des appareils et systèmes à combustion pour éviter l'intoxication au CO ne semble pas avoir été saisie de tous. Il est en effet peu clair dans ce dépliant que l'entretien permet de diminuer, voire d'éviter l'intoxication, ce qui représente une lacune considérable dans l'optique d'amener les gens à changer de comportement.
- À partir des réponses fournies, il n'est pas clair que les répondants ont saisi l'idée que la fournaise à l'huile est une source de CO, pas plus qu'ils ont saisi que le CO est inodore.

Le dépliant sur l'avertisseur présente certaines faiblesses qui font en sorte que sa compréhension peut être mise en péril. Ce dépliant ne peut pas être jugé indubitablement efficace pour un lecteur moyen puisque les lecteurs n'ont pas démontré un degré de compréhension suffisant pour leur permettre de remettre en cause certaines de leurs (fausses) perceptions liées à des connaissances qu'ils détiennent. Ainsi, ces lecteurs ne peuvent pas être convaincus du bien-fondé de se protéger contre le CO puisque, d'après plusieurs de leurs réponses et commentaires, le risque d'intoxication au CO dans leur domicile n'est pas été perçu comme imminent. Pourtant, plusieurs d'entre eux possèdent des appareils produisant du CO.

[14] Lors des rencontres avec les rédacteurs, l'un d'entre eux a indiqué que cette information sur la propagation du CO avait été omise de manière délibérée dans les outils ayant été produits après le dépliant *Le monoxyde de carbone tue* pour éviter de répéter le contenu d'un dépliant déjà existant. Du point de vue de l'efficacité communicationnelle, on ne peut pas prendre pour acquis que les gens auront lu un dépliant précédent. Il aurait donc fallu s'assurer de l'autonomie des documents, c'est-à-dire que toute l'information nécessaire à la bonne compréhension du contenu se trouve dans chacun des outils.

7 RÉSULTATS DES ENTRETIENS AVEC LES RÉDACTEURS

La rencontre avec les rédacteurs des outils a permis de recueillir les motifs justifiant certains choix du contenu. Parmi les objectifs à atteindre au cours de ces entretiens individuels il s'agissait d'identifier l'intention de communication poursuivie par les rédacteurs, de relever les représentations et les préoccupations liées à leur tâche et de documenter la façon dont ils se représentent le grand public québécois (le lecteur moyen).

7.1 LE MANDAT D'ÉCRITURE DES OUTILS

Dans la production d'un outil de communication comme le dépliant d'information, il faut d'abord connaître la nature du mandat qui a été confié aux rédacteurs pour bien comprendre tout le processus qui en découle.

La décision de produire le dépliant *Le monoxyde de carbone tue* a été prise par le Comité provincial à la suite de la publication des résultats d'une étude qui attestait une augmentation des cas d'intoxications au CO. Deux des experts membres du Comité provincial se sont donné le mandat d'informer les gens de l'existence du CO et de réaliser un dépliant pour y arriver : l'un a agi comme chargé de projet, même si ce titre ne lui a jamais été officiellement désigné; l'autre s'est concentré sur l'élaboration du document. Ils ont travaillé en équipe tout au long du processus de production et ont fait valider le document par le Comité provincial, qui, rappelons-le, est un comité intersectoriel. Bien qu'il s'agissait d'une initiative du Comité provincial, et non d'une commande du ministère de la Santé et des Services sociaux, le dépliant a tout de même été présenté par les autorités de santé publique lors du lancement de la campagne de sensibilisation.

Même processus pour le signet *Vacanciers soyez vigilants!*, la décision a été prise par le Comité provincial à la suite de la constatation que de nombreux décès ont lieu dans des endroits où les gens sont généralement en vacances (roulotte et tente de camping, camp de chasse, etc.). Les deux mêmes personnes se sont désignées pour informer ce sous-groupe de la population et ont choisi de produire ce signet à partir du contenu du dépliant *Le monoxyde de carbone tue*.

En ce qui concerne le dépliant *Un avertisseur de monoxyde de carbone peut sauver des vies*, la décision a aussi été prise par le Comité provincial. Cette fois-ci, par contre, ce ne sont pas des résultats d'étude qui l'ont amené à produire ce dépliant, mais plutôt des demandes de la part des citoyens et des différents intervenants (pompiers, DSP et CAPQ) pour en savoir davantage sur l'avertisseur. Le chargé de projet responsable de la production des deux autres documents a ainsi embauché un assistant de recherche pour produire un guide destiné aux intervenants qui répondrait à leurs interrogations à propos des avertisseurs de CO et un dépliant. Le dépliant a d'abord été validé par le chargé de projet et, ensuite, par les membres du Comité provincial ainsi que par des experts qui étudiaient à ce moment-là le lien entre les explosifs et les intoxications au CO. L'assistant de recherche résume son mandat dans l'extrait ci-dessous :

> On m'a demandé de produire un guide pour les intervenants et un dépliant, donc des outils pratiques […] J'ai mené la production des deux en même temps. Je me disais : bien former les intervenants c'est s'assurer que la bonne information sera passée à la

> population. Je ne pense pas m'être demandé, en arrêtant de penser au guide : qu'est-ce que la population veut savoir sur l'avertisseur. C'était le dépliant complémentaire que tu glisses dans la pochette [accompagnant le guide].

7.2 L'INTENTION DE COMMUNICATION

L'intention de communication poursuivie dans le dépliant sur l'avertisseur est différente selon la personne interviewée. Pour l'une d'elles, l'intention de communication était de répondre aux questions reçues au Centre antipoison du Québec (CAPQ); pour deux autres, l'intention était plutôt d'amener les gens à connaître l'existence de l'avertisseur; et pour une autre personne, l'intention était d'amener les gens à se procurer un avertisseur de CO. Avec le dépliant sur le CO, les rédacteurs concernés s'entendent pour dire qu'ils cherchaient à informer le public en général de l'existence du CO et de ses sources. En ce qui concerne le signet pour vacanciers, un seul interviewé a décrit l'intention de communication comme étant de rappeler aux gens qu'ils peuvent être exposés au risque d'intoxication au CO même lorsqu'ils sont en vacances.

7.3 LES REPRÉSENTATIONS DES RÉDACTEURS

7.3.1 Les outils

Pour tous les rédacteurs, un bon dépliant est un dépliant concis et attrayant, voire accrocheur. Un bon dépliant doit aussi permettre une lecture rapide à partir de laquelle il est possible de se faire une idée de la problématique. Pour eux, le dépliant est un outil très important et efficace pour rejoindre la population en général, à condition qu'il soit bien distribué et qu'il s'inscrive dans une stratégie globale de communication. Le dépliant présente aussi un avantage considérable : celui d'être un outil durable. En ce sens, le dépliant n'est pas aussi ponctuel qu'une conférence de presse ou un article de journal ou de magazine puisqu'on peut se le procurer longtemps après sa sortie.

Les rédacteurs ayant participé à la conception des dépliants plus particulièrement sont d'accord autant sur les points positifs que négatifs des dépliants. D'abord, ils sont unanimes sur le fait que ces dépliants contiennent beaucoup trop de texte et s'entendent pour dire que les couleurs et les personnages illustrés sont inadéquats. Par contre, ils sont aussi d'accord pour dire que l'information contenue dans les outils est exacte; certains parmi eux la considèrent comme claire. Enfin, ces outils sont convenables aux yeux des rédacteurs, bien que plusieurs croient que certains éléments mériteraient d'être modifiés.

Les rédacteurs ont fait part, au cours de chacun des entretiens, de certaines préoccupations en lien avec les outils. Les préoccupations récurrentes dans le discours des différents rédacteurs ont été regroupées sous des thèmes plus généraux présentés ci-dessous.

7.3.2 La stratégie de communication

Aux dires des rédacteurs, plusieurs éléments dépendent de la stratégie de communication qui a été mise en place. L'objectif de communication, auquel correspond le contenu de chacun des outils, mais plus spécifiquement la distribution de ces derniers sont, à leurs yeux, des éléments qui sont liés de très près à la stratégie. Certains rédacteurs n'étaient pas au

fait de la stratégie de communication sur laquelle reposait chacun des outils, ni de l'objectif précisément poursuivi par chacun d'eux puisque leur degré d'implication n'était pas le même pour tous les outils. Cela a eu pour effet que certains d'entre eux n'ont pas pu répondre à des questions portant, par exemple, sur le choix de certaines informations dans le contenu, sur l'aspect convenable ou non des outils, sur la réception des outils chez le grand public. Par contre, ils ont été à même de déduire les objectifs en regardant simplement les outils. En somme, tous sont d'accord pour dire qu'un dépliant n'est qu'un des moyens de communication qu'il est possible d'utiliser pour informer la population et que ce moyen ne suffit pas, à lui seul, à sensibiliser le grand public.

7.3.3 La distribution des outils

Les rédacteurs sont tous d'accord pour dire que la distribution du matériel, quel qu'il soit, est un élément d'une importance majeure. Plusieurs mentionnent que c'est bien de produire un outil visant à informer ou à sensibiliser le grand public, mais encore faut-il rejoindre la cible, c'est-à-dire que les outils soient disponibles et qu'ils soient accessibles au public visé. À plusieurs reprises au cours des entretiens, les rédacteurs ont indiqué que l'atteinte de l'objectif de communication, poursuivi par chacun des outils, était directement tributaire de la distribution dont chacun des outils faisait l'objet. Les rédacteurs ont trouvé des moyens de distribuer les outils produits pour qu'il y ait le moins de gaspillage possible étant donné les coûts[15] engendrés par la production de ces outils. Tel que le fait remarquer un des rédacteurs :

> [La distribution] c'est majeur dans le cas du dépliant, si ça reste dans les boîtes, c'est clair que ce n'est pas efficace du tout.

La distribution du premier dépliant a bénéficié de la collaboration de partenaires tels l'Association québécoise du propane inc. et Gaz Métropolitain. Ces deux organismes ont distribué des exemplaires du dépliant à tous leurs clients en province. D'autres exemplaires du dépliant ont été envoyés aux DSP pour être distribués[16] dans toutes les régions et à l'Association des chefs de service d'incendie du Québec pour être donnés aux pompiers afin qu'eux aussi participent à la distribution. L'extrait suivant explique ce qui a motivé la recherche de partenaires pour procéder à la distribution :

> La question qui se pose c'est "comment réussir à atteindre notre public cible?" C'est pour ça qu'on voulait passer par les distributeurs de gaz, de mazout parce que comme ça, on atteint vraiment la cible. Ceux qui habitent en appartement et qui chauffent à l'électricité, ça ne les concerne pas, à part s'ils ont un foyer, admettons. On ne voulait pas perdre des exemplaires, c'est-à-dire qu'ils se ramassent à la poubelle.

[15] Les coûts seront abordés au point 7.2.6 puisqu'ils constituent une préoccupation à part entière des rédacteurs.

[16] Les DSP ont l'habitude de distribuer du matériel à travers leur réseau. Toutefois, bien que les représentants des DSP qui siègent au Comité provincial s'entendent parfois pour procéder à une certaine forme de distribution du matériel, chaque DSP est libre de distribuer le matériel comme elle le souhaite.

Le signet *Vacanciers soyez vigilants!* a aussi été distribué par les DSP, malgré plusieurs tentatives pour repérer un regroupement de campeurs. L'extrait suivant contient les explications :

> Ce n'était pas comme avec les chefs pompiers : il y a une association, donc de passer par eux, c'est simple. Alors qu'avec les campings, il y avait de nombreux regroupements de campings et de location de chalets. On a donc demandé aux DSP : "vous savez quels sont les campings sur votre territoire, envoyez-leur des dépliants!"

En mars 2000, le Comité provincial a envoyé des questionnaires à toutes les DSP pour connaître les interventions qu'elles avaient réalisées au cours des dernières années et prévoir les besoins futurs en lien avec la problématique du CO. Une partie du questionnaire portait entre autres sur l'utilisation du dépliant *Le monoxyde de carbone tue* et du signet *Vacanciers soyez vigilants!*. Dans le document affichant les résultats du sondage, fourni par un des rédacteurs, on apprend que le dépliant a principalement été envoyé dans les CLSC. Certaines DSP en ont envoyé des exemplaires dans des établissements scolaires, d'autres ministères, des pourvoiries, chez les scouts, à des détaillants de propane et à la CSST. D'autres dépliants ont aussi été distribués lors d'activités spéciales.

Le signet pour sa part a été moins largement distribué que le dépliant. Sa distribution a été concentrée dans les CLSC, les campings et les pourvoiries, même si d'autres lieux de pratique d'activités de plein air ont aussi fait partie de la distribution.

La distribution du dépliant *Un avertisseur de monoxyde de carbone peut sauver des vies* a davantage été assurée par les DSP puisque la recherche de partenaires n'a pas été aussi fructueuse que l'avait été celle pour distribuer le tout premier dépliant *Le monoxyde de carbone tue*. Seule l'Association des chefs de service d'incendie a contribué à la distribution par le biais des pompiers. Les rédacteurs avaient sollicité la collaboration des quincailliers et des grands magasins qui vendent des avertisseurs de CO. Selon leur dire, il s'est avéré très compliqué d'entrer en contact avec eux. Les quincailleries et les grands magasins sont majoritairement des détaillants faisant partie de grandes chaînes dont le siège social prend toutes les décisions. Cette avenue a ainsi été abandonnée, et la distribution entièrement relayée aux DSP et aux chefs de service d'incendie.

7.3.4 Un outil « à conserver »

Un des éléments souvent évoqués par les rédacteurs est la conservation de l'outil. La plupart des rédacteurs mentionnent, à un moment ou un autre au cours de l'entretien, qu'il est important de produire un outil qui se conserve bien, d'amener les gens à le conserver pour ensuite, dans le cas du dépliant, le consulter soit lors de l'entretien de leur système de chauffage, soit avant l'achat d'un avertisseur. Dans le cas du signet pour les vacanciers, l'idée de faire un trou dans le haut du signet est aussi motivée par la conservation. Les rédacteurs ont pensé que les gens (individus, propriétaires de pourvoirie ou de chalets) accrocheraient le signet à un clou à l'intérieur de leur chalet, camp de chasse ou de pêche, roulotte, etc., dans le but qu'il soit visible. D'après leurs propos, tous avaient en tête de produire un outil à conserver.

7.3.5 Un outil porteur d'un sujet complexe

Les rédacteurs ont tous parlé de la complexité de la problématique du monoxyde de carbone. Certains en ont parlé en la comparant à d'autres problématiques de santé environnementale comme le virus du Nil occidental (VNO). Le CO est plus difficile à aborder que le VNO, selon eux, parce qu'on ne voit pas et on ne sent pas le CO, alors que le VNO est transmis par un moustique bien visible. De plus, tous, peu importe leur âge ou leur condition physique, peuvent potentiellement être exposés au CO et en mourir, alors que le VNO risque d'entraîner le décès davantage chez des populations spécifiques. D'autres rédacteurs ont abordé la complexité de la problématique du CO du point de vue de la quantité de CO, en ce sens que les appareils à combustion produisent tous du CO, mais en petite quantité. Il est alors difficile de faire comprendre à la population que c'est seulement s'il y a combustion incomplète du combustible par leurs appareils ou encore s'il y a un manque de ventilation ou une obstruction des voies d'échappement de l'appareil que la quantité de CO produite peut être néfaste pour la santé.

7.3.6 Les coûts de production

Plusieurs rédacteurs semblent juger importante la question des coûts de production. Cette préoccupation pour les coûts est marquée dans le cas des outils sur le CO spécialement parce que ces outils n'ont pas fait l'objet d'une commande du MSSS. Il a donc fallu trouver des partenaires prêts à collaborer à l'opération principalement par un apport financier ou une implication concrète dans la distribution. Aux dires des rédacteurs, la recherche de partenariat précédant la campagne de sensibilisation sur le CO a été ardue et, malgré tous les efforts investis, le nombre d'exemplaires qu'il était prévu d'imprimer a dû être coupé de moitié à cause du manque de fonds. À ce moment précis, la distribution de ce dépliant en 1997 est devenue un enjeu de premier ordre puisqu'il fallait le plus possible éviter de cibler des gens qui n'étaient pas directement concernés par le risque d'intoxication au CO. C'est ainsi que la distribution du premier dépliant a bénéficié de la collaboration de partenaires comme l'Association québécoise du propane inc. et Gaz Métropolitain qui ont assuré une partie de la distribution en donnant à tous leurs clients un exemplaire du dépliant *Le monoxyde de carbone tue*. Tel que l'indique un des rédacteurs, la préoccupation à l'égard du financement a aussi été ressentie lors de la production des autres outils :

> Ah oui, la question d'argent a toujours été problématique. On avait les idées, mais comme on n'avait pas de commande du ministère, ça été problématique, oui.

7.3.7 La tâche

Les rédacteurs semblent concevoir la tâche de production d'un outil de communication tel que le dépliant de différentes façons. Certains trouvent que la production d'un dépliant alimente l'esprit créatif, d'autres, à l'inverse, jugent que ce n'est pas une tâche spécialement stimulante. Certains mentionnent la lourdeur de la tâche (trouver le consensus parmi les gens du comité, publier, mettre à jour, faire les envois) et la difficulté de cette tâche (en lien avec la complexité de la problématique) pour des spécialistes de contenu comme eux. D'autres encore se questionnent sur la façon dont les gens vont percevoir les informations.

Toutefois, tous s'entendent sur l'importance de cette tâche en santé publique et la plupart signalent la satisfaction ressentie une fois le travail terminé. La plupart vont même jusqu'à dire que l'on ne peut pas passer à côté du dépliant. Ce dernier commentaire corrobore effectivement la tendance à utiliser le dépliant pour faire de la prévention dans le domaine de la santé.

7.4 LA REPRÉSENTATION DU DESTINATAIRE

Au cours des entretiens avec les rédacteurs, plusieurs questions en lien avec les destinataires des outils ont été posées, parfois de manière directe, parfois de manière indirecte. L'objectif poursuivi était alors d'amener les rédacteurs à exprimer les caractéristiques ou l'image, s'ils en ont une, des gens à qui ils s'adressent lorsqu'ils rédigent des outils pour le grand public. Les rédacteurs se sont prononcés sur différentes caractéristiques que nous avons regroupées sous quatre grands thèmes : le bagage de connaissances du destinataire, les attitudes et comportements de ce dernier, sa compréhension et, enfin, le rédacteur comme représentant du grand public.

7.4.1 Son bagage de connaissances

Certains rédacteurs, sans avoir été questionnés sur le sujet, se sont prononcés sur les connaissances du grand public ou encore sur ce que les gens risquent de penser dans une situation spécifique. Voici quelques extraits montrant ce que certains rédacteurs expriment à propos des connaissances de leurs destinataires sur la problématique du CO après la publication des outils :

> Ce que je ne sais pas c'est si les gens qui ont une source de CO savent que c'est une source de CO. Je n'ai pas l'impression que les gens savent grand-chose à ce sujet […]
>
> […] pour un certain pourcentage de la population, les gens n'étaient pas conscients du danger du CO, ça leur a appris que le CO peut tuer, qu'il y a plusieurs sources différentes.
>
> […] peut-être que ça a eu l'effet de sensibiliser les gens parce que maintenant, quand j'en parle, souvent les gens sont au courant. Comment ils ont été mis au courant? Souvent ils ne s'en souviennent pas, mais ils le sont, beaucoup plus qu'avant.
>
> Pendant le verglas, les gens utilisaient n'importe quoi pour se chauffer ou s'éclairer et là, on en a eu des cas d'intoxications au CO. Les gens apprennent ces choses-là lorsqu'ils sont malades souvent.

En somme, les rédacteurs sont d'avis qu'il existe des lacunes dans les connaissances de la population à l'égard du CO. Ils croient que les activités de communication auxquelles ils ont contribué ont pu avoir un effet positif sans toutefois être en mesure de l'affirmer. La plupart justifient leur réponse par le fait que le nombre de cas d'intoxication au CO est en diminution depuis quelque temps. Ils croient par ailleurs que des événements malheureux tels que la crise du verglas ont pu jouer un rôle positif dans la sensibilisation du grand public.

7.4.2 Ses attitudes et ses comportements

Parmi les caractéristiques des destinataires mentionnées par les rédacteurs, il y a les attitudes et les comportements que les destinataires adoptent ou non, ou sont susceptibles d'adopter ou non, en général et par rapport à la lecture plus spécifiquement. Les extraits ci-dessous reprennent principalement les commentaires de deux rédacteurs :

> Je pense qu'il y a trop d'information pour arriver à faire évoluer les gens dans leur comportement, pour les amener à acquérir un avertisseur de CO ou leur faire installer l'avertisseur qui est dans un tiroir, je ne suis pas sûr que ça prend autant d'info.
>
> Si c'est un pompier qui donne le dépliant, c'est un bénévole, là il [le dépliant] va être lu parce qu'il vient du pompier. Il faut que la personne ait la volonté de le lire et c'est sûrement pas la majorité.
>
> Souvent, les gens vont prendre le temps de l'ouvrir [le dépliant], de lire quelques phrases, prendre connaissance de la problématique, on pense entre autres aux dépliants qu'on retrouve dans les cliniques médicales : un sur le diabète, un sur ci, un sur ça.
>
> On se disait que les gens qui sont à risque c'est en général des gens qui ont des propriétés privées, c'est des gens qui vont lire aussi. Tu sais, les gens qui ont une maison unifamiliale. Le Québécois moyen, en général, il s'informe. Des gens qui ont quand même tendance à s'informer, mais pas de façon excessive, tu sais.
>
> […] souvent les gens vont s'informer de ce qui les concerne. Tu as ceux plus marginaux, je dirais, qui ne s'informent pas du tout, c'est une proportion peut-être plus faible, de façon générale. […]

Certains des extraits portent à penser que le rédacteur ne croit pas que les gens soient enclins à lire. D'abord, parce qu'il faut que le lecteur ait la volonté de lire le document, et ensuite, parce que le document en question devrait comporter moins d'information que ceux analysés ici selon le rédacteur. Un autre rédacteur est plutôt d'avis contraire, c'est-à-dire qu'il croit que la moyenne des gens est portée à s'informer, à lire des documents comme les dépliants ou du moins à en prendre connaissance.

7.4.3 Sa compréhension

Les rédacteurs ont eu à s'exprimer sur la compréhension du dépliant. La question qui leur a été posée se lit comme suit : « Selon vous, les lecteurs ont-ils rencontré des difficultés de compréhension? » Voici ce que deux des rédacteurs avaient à répondre à cette question.

> Avec toute l'info qu'il y a là-dedans [dans les dépliants], […] on perd [les destinataires] avec ça.
>
> Je penserais pas, je pense que l'information est suffisamment claire pour que les gens saisissent l'essentiel de ça [les risques liés au CO].

Pour l'un, il y a trop d'information; alors que pour l'autre, l'information est suffisamment claire pour que les gens saisissent l'essentiel du message. Les autres rédacteurs ont dit ne pas être en mesure de répondre à cette question, qu'ils n'en avaient aucune idée, qu'ils n'avaient jamais eu de feedback à ce sujet. Toutefois, ils ont quand même tous abordé la question de

la compréhension à un moment ou un autre au cours de l'entretien. Les deux commentaires suivants ont été émis par des rédacteurs avant qu'on ne leur pose la question sur la compréhension de leurs destinataires. Dans le premier extrait, le rédacteur répond à une question sur les critères d'un bon dépliant, d'un dépliant convenable. Dans le second, le rédacteur explique le dilemme vécu en production pour choisir entre les termes *hibachi* et *barbecue* :

> D'abord, est-ce que tout ce que l'on voulait dire était là? Nos messages étaient-ils tous là? Est-ce que c'était compréhensible pour le commun des mortels?
>
> Pour le commun des mortels, un hibachi ça dit plus quelque chose, ça représente [davantage], qu'un barbecue, [qui] peut vouloir dire quelque chose en particulier. Peut-être que pour une personne un hibachi il n'y aura pas de risques, et pourtant…

Ces deux extraits indiquent que les rédacteurs se soucient quand même de la compréhension du destinataire, même s'ils disent ne pas savoir si les gens ont éprouvé des difficultés de compréhension.

7.4.4 Mon semblable

Les rédacteurs ont parfois tendance à se projeter dans la cible, c'est-à-dire à se mettre dans la peau du lecteur et à se considérer comme un représentant du public. Cette tendance peut refléter la représentation qu'ils se font de leurs destinataires, c'est-à-dire, des gens semblables à eux. Les extraits ci-dessous illustrent cet aspect :

> Par rapport aux dépliants, moi j'en prends des dépliants […]
>
> Moi, personnellement, disons que je vais dans une clinique par exemple et je vois une affaire, une problématique qui serait susceptible de me toucher, je vais avoir le réflexe de le prendre le dépliant, je le regarde.

En général, les rédacteurs ne semblent pas se percevoir comme étant vraiment différents du grand public. Ils ont plutôt la perception que si eux ont tendance à prendre des dépliants, ce comportement est reproduit et généralisable à l'ensemble de la population.

Conscients qu'ils s'adressaient au grand public, les rédacteurs ont presque tous dit ne pas avoir segmenté le public en fonction du niveau de scolarité, du revenu ou de l'âge. Ils avaient tous en tête qu'ils s'adressaient « au commun des mortels », « au grand public », « à Monsieur, Madame Tout-le-Monde », « au Québécois moyen ». Toutefois, certains extraits portent à croire que le grand public, tel que le conçoivent certains rédacteurs, ne présente pas les caractéristiques réelles du grand public comme dans l'extrait suivant :

> Le Québécois moyen c'est quelqu'un qui a une certaine éducation, au moins un niveau collégial, professionnel […] C'est la moyenne de la population, pas le Québécois moyen en termes de revenus, mais en termes de réflexe pour s'informer ou pas sur une situation.

Selon les données de 2001 de l'Institut de la statistique du Québec[17], 42,5 % des gens sont détenteurs d'un diplôme professionnel, collégial ou universitaire. Cela dit, il ne va pas de soi que ces diplômés se classent tous au niveau 3 dans l'échelle de littératie en ce qui concerne la compréhension de textes suivis en matière de santé.

7.5 CONCLUSION DES RENCONTRES AVEC LES RÉDACTEURS

En somme, les rencontres avec les rédacteurs fournissent quelques éléments d'explication quant à la faible efficacité des documents analysés. Les préoccupations des rédacteurs ne sont pas tellement d'ordre textuel, mais plutôt en lien avec la gestion de projet. En ce sens, une fois que l'information à diffuser a été choisie et qu'elle est selon eux claire et valide, les rédacteurs se concentrent sur d'autres aspects de la tâche de production, comme la distribution et le financement (coûts de production). Ces préoccupations ne sont pas en lien avec le texte, non plus avec la façon de présenter les informations, ni avec la façon dont elles seront reçues. Et pourtant, elles arrivent en tête de liste des préoccupations des rédacteurs.

De plus, le texte n'est pas adapté aux besoins, aux attentes, aux motivations et aux capacités du lecteur moyen puisque les rédacteurs ont tendance à se prendre comme lecteur modèle, tout comme les personnes qui valident le contenu, ici les membres du Comité provincial. Il semble que certains rédacteurs aient souhaité prendre en compte le lecteur lors de la production des documents. Toutefois, leur manque de distanciation et de connaissances du public, jumelé au fait qu'ils se considèrent comme faisant partie du grand public, ne leur permet pas de produire un texte adapté au lecteur moyen. Dans les faits, l'adéquation entre leur lecteur modèle, une sorte d'alter ego, et le lecteur réel, qui est de niveau 2-3 et qui possède peu de connaissances ou des connaissances inexactes sur le CO, est déficiente.

[17] Information trouvée le 22 novembre 2006 sur le site Internet officiel de l'Institut de la statistique du Québec à l'adresse suivante : http://www.stat.gouv.qc.ca/donstat/societe/education/etat_scolr/(4)gr_age_scol_qc.htm.

PARTIE 3

8 DISCUSSION

L'objectif général à atteindre lors de cette étude était de connaître l'efficacité communicationnelle de trois outils de communication grand public sur le monoxyde de carbone. La discussion portera dans un premier temps sur l'atteinte des objectifs concernant l'efficacité communicationnelle des dépliants sur le CO à partir des analyses réalisées et la vérification des hypothèses de recherche. Par la suite, les limites méthodologiques des résultats seront identifiées. Enfin, des pistes seront dégagées dans le but d'améliorer le processus de production d'outils de communication en santé environnementale.

8.1 ATTEINTE DES OBJECTIFS

8.1.1 Adéquation entre l'intention de communication et la réponse du public

Le premier objectif spécifique consistait à mesurer l'adéquation entre l'intention de communication et la réponse du public. Nos résultats montrent que cette adéquation n'est pas uniforme d'un outil à l'autre. Par exemple, pour le dépliant *Un avertisseur de monoxyde de carbone peut sauver des vies*, trois intentions de communication différentes ont été divulguées lors des entretiens avec les rédacteurs et seulement une d'entre elles est rencontrée par le public, soit celle concernant la prise de conscience de l'existence de l'avertisseur de CO. L'intention de conduire le lecteur à se procurer un avertisseur de CO n'a pas été atteinte, ce qui confirme les enseignements tirés des théories de changements de comportement selon lesquelles l'information, à elle seule, conduit rarement à un changement de comportement (Glanz *et al*., 2002). Enfin, si l'intention de communication était de répondre aux questions reçues au CAPQ, peut-être a-t-elle été rencontrée, mais nous ne pouvons en juger puisque nous n'avons pas cherché à répondre à cette question. Par ailleurs, de nombreuses réponses aux questions de compréhension laissent présager que les connaissances (inexactes) des gens n'ont pas été modifiées après lecture du dépliant.

En ce qui concerne le dépliant *Le monoxyde de carbone tue* et le signet préparé à l'intention des vacanciers, il est malheureusement impossible de se prononcer sur l'adéquation entre cette intention et la réponse du public puisque cette réponse face à ces deux outils n'a pas été mesurée. Par contre, si nous nous fions aux résultats de l'analyse textuelle, certains indicateurs laissent présager des difficultés de compréhension. En effet, un score de 13,9 à l'indice de Gunning (indiquant que le texte est à la limite du besoin de réécriture complète), la présence de nombreux mots potentiellement inconnus et les maladresses sur le plan de la cohésion laissent entrevoir des difficultés de lecture importantes, donc un fort risque d'incompréhension.

8.1.2 Rôle et vision des rédacteurs d'outils de communication

Le deuxième objectif spécifique consistait à documenter le rôle et la vision des rédacteurs chargés de produire les outils de communication sur le CO. Pour résumer les résultats à ce propos, disons que le rôle des rédacteurs ne se résume pas seulement à l'écriture du document. En effet, dans le cas des outils de communication sur le CO, non seulement ces

rédacteurs ont-ils eu à produire les outils et à en valider le contenu scientifique; ils ont aussi dû chercher du financement pour les produire et des partenaires pour assurer leur distribution. Bien qu'ils se soient partagé le travail, l'un plutôt axé sur la production et l'autre davantage sur la gestion de projet, il n'en demeure pas moins que deux personnes pour réaliser un mandat de la sorte c'est très peu. En ce qui concerne les représentations des rédacteurs à propos du dépliant, en général, ils le perçoivent comme un incontournable, bien que sa réalisation et sa distribution soient parfois lourdes. Du côté des représentations que se font les rédacteurs du grand public, résumons en disant qu'ils se considèrent comme étant un lecteur modèle, ce qui n'est pas sans conséquence.

8.1.3 Éléments en jeu lors de la réception

Le troisième objectif consistait à repérer les éléments ayant un effet (nuisible ou facilitant) sur la compréhension du lecteur. Nos analyses ont démontré l'importance de considérer de nombreux facteurs affectant le fonctionnement psychocognitif de la lecture c'est-à-dire la reconnaissance, le décodage, l'interprétation et l'appropriation du message[18]. Nos résultats montrent que plusieurs de ces éléments n'ont pas été considérés dans la réalisation des dépliants sur le CO, ce qui ne permet qu'une compréhension partielle du dépliant.

8.2 VÉRIFICATION DES HYPOTHÈSES DE RECHERCHE

L'hypothèse principale reposait sur l'énoncé suivant : quand le rédacteur prend en compte le lecteur et quand il y a adéquation entre l'image qu'il se fait du lecteur (lecteur modèle) et les caractéristiques réelles du destinataire en tant que lecteur (lecteur réel), le rédacteur rédige un texte lisible et intelligible. Les résultats obtenus indiquent que les rédacteurs engagés dans la réalisation des outils de communication ne prennent pas suffisamment en considération le lecteur dans leurs décisions et, lorsqu'ils le font, leur lecteur modèle ne correspond pas au lecteur réel, qui, implicitement, est une sorte d'alter ego. Cette propension à s'identifier au public, qui conduit à la rédaction de texte exigeant des compétences de lecture supérieures à celles retrouvées en moyenne au sein de la population de lecture, est couramment observée dans le matériel éducatif sanitaire (Gal et Prigat, 2005), mais aussi en santé environnementale (Endres, 2002). Dans le cas présent, il est donc impossible de confirmer l'hypothèse principale puisque les conditions de celle-ci ne sont pas respectées.

L'hypothèse secondaire indiquait que lorsque les textes produits dans les conditions énumérées dans l'hypothèse principale sont lisibles et intelligibles, ils sont davantage compris par le lecteur que des textes produits dans d'autres conditions. Étant donné que le dépliant n'a pas été produit dans les conditions énumérées dans l'hypothèse principale, le texte ne peut pas être considéré comme lisible et intelligible. Par conséquent, le lecteur moyen n'a pas été en mesure de bien comprendre ce texte, tel qu'il a été révélé à partir des rencontres avec les lecteurs. L'hypothèse de recherche est donc infirmée.

[18] Les lecteurs intéressés par un aide-mémoire portant sur les éléments à surveiller dans la réalisation d'un outil de communication écrit pourront consulter l'annexe 8.

8.3 LIMITES DE L'ÉTUDE

De nombreuses études ont fait état du manque de lisibilité des dépliants produits en santé publique. Toutefois, l'analyse des textes est souvent limitée. En ce qui concerne le contenu, on vérifie la justesse et l'exactitude de l'information et non sa pertinence; en ce qui a trait à la forme, on s'attarde surtout à la lisibilité lexico-syntaxique que l'on vérifie à l'aide de formules automatisées. Il est en effet plus rare de trouver des études qui prennent comme appui les quatre niveaux de traitement psychocognitif de la lecture et qui procèdent à l'analyse de manière systématique telle que nous l'avons fait. De plus, à notre connaissance, seuls Gal et Prigat (2005) se sont intéressés, comme nous, aux causes en amont des problèmes de lisibilité dans les dépliants de santé publique en allant interviewer des rédacteurs fonctionnels.

Toutefois, nous reconnaissons que cette étude a ses limites. D'abord, nous convenons que le nombre de répondants est bien restreint pour évaluer la compréhensibilité du matériel. Malgré le fait que nous soyons arrivées à nous prononcer après avoir rencontré seulement sept personnes, il n'en demeure pas moins qu'un plus grand échantillon aurait certes renforcé nos dires.

Le choix de nous concentrer sur la compréhensibilité d'un seul outil, le dépliant *Un avertisseur de monoxyde de carbone peut sauver des vies*, est également discutable. Bien que nous ayons justifié ce choix par les résultats de l'analyse textuelle, il aurait pu être intéressant de comparer les réponses à des questions de compréhension qu'on aurait posées à propos de l'autre dépliant *Le monoxyde de carbone tue*. En effet, ces deux dépliants ne présentaient pas les mêmes forces et faiblesses à l'analyse textuelle, ils auraient donc probablement présenté des résultats de compréhension différents.

8.4 PISTES SUGGÉRÉES POUR AMÉLIORER L'EFFICACITÉ COMMUNICATIONNELLE

Si l'un des objectifs du *Programme national de santé publique 2003-2012* est de réduire de 25 % le nombre d'intoxications d'origine environnementale, intoxications dont font partie celles au monoxyde de carbone, les professionnels et les intervenants de la santé concernés par la prévention en matière de CO, et ce, à tous les paliers décisionnels, devraient respecter un certain nombre de conditions afin de mener à bien la production d'un outil de communication et son actualisation.

8.4.1 Circonscrire les rôles

À la base, on ne saurait revenir sur l'importance de définir les rôles et les responsabilités de chacune des parties impliquées. Dans le cas étudié ici, la réalisation du mandat est sous l'entière responsabilité du seul Comité provincial sur la prévention des intoxications, celui-là même qui a initié la démarche, donc le promoteur. C'est aussi au sein de ce groupe que sont désignés les rédacteurs. Les autres membres du Comité provincial se voient donc assignés à la tâche de valider le contenu. Lors de litiges sur les positions des membres, qui proviennent d'horizons différents, ce sont les rédacteurs qui doivent trancher. Une équipe composée de plus d'acteurs ayant des tâches prédéfinies aurait certes allégé le travail des

rédacteurs impliqués. À cet effet, Caron-Bouchard et Renaud (2001) proposent une grille de partage des responsabilités lors de projets de communication de la sorte.

8.4.2 Déterminer les objectifs

Autre condition essentielle à la production d'outils de communication efficace : déterminer un objectif de communication, c'est-à-dire circonscrire le message important à véhiculer et viser une pénétration de ce message qui soit réaliste. La formulation claire, dès le départ, de tous les objectifs liés à la production d'un document, que ce soit l'objectif de santé publique qui sous-tend la communication, l'objectif de communication lui-même ou encore l'objectif de distribution/diffusion, évite aux rédacteurs de créer des outils à partir de leur intuition, ce qui ne peut qu'augmenter l'efficacité communicationnelle.

8.4.3 Définir la cible

La définition du public visé par l'activité de communication demeure la condition fondamentale à respecter pour produire un outil de communication efficace. Selon la décision prise en fonction de la cible, il faudra adapter le document au bagage de connaissances du destinataire, ce qui implique de faire de la recherche sur le public et de rencontrer des gens représentatifs du groupe ciblé. L'adaptation doit être opérée selon les quatre niveaux de traitement psychocognitif utilisés dans cette étude, soit la reconnaissance, le décodage, l'interprétation et l'appropriation. Ce travail de recherche devrait être la responsabilité d'une personne qui y soit principalement consacrée. Pour éviter que cette tâche ne devienne trop lourde, il serait préférable qu'elle soit confiée à un spécialiste de la communication.

8.4.4 Prétester et posttester le matériel

Finalement, lorsque le produit est mis en forme, il faut le tester auprès d'utilisateurs représentatifs du public visé, et ce, même si la documentation du public cible a été accomplie avec soin. Ce test peut prendre la forme de quelques *focus groups* au cours desquels les gens sont amenés, dans un premier temps, à se prononcer sur la perception qu'ils ont du produit, leur appréciation générale. Dans un deuxième temps, il est impératif de leur poser des questions sur :

- la compréhension qu'ils ont du phénomène exposé;
- le lien entre ce qu'ils croyaient ou savaient du phénomène et ce qu'ils constatent maintenant;
- ce qu'ils retiennent de l'information lue ou entendue;
- l'importance qu'ils accordent au phénomène exposé;
- ce qu'ils comptent faire à l'avenir lorsqu'ils se trouveront face à ce phénomène;
- etc.

Les réponses des utilisateurs à ces questions devraient fournir suffisamment d'informations sur leur compréhension et leur perception du phénomène, ainsi que sur la pertinence du phénomène à leurs yeux et l'attitude qu'ils adopteront à l'avenir. Ces informations

permettront de déterminer si le produit est adapté au public ou non, donc s'il est efficace ou non.

Si les utilisateurs ne semblent pas comprendre l'essentiel du message, s'ils persistent dans leurs croyances inexactes ou encore s'ils retiennent des informations peu importantes et ignorent l'essentiel, il faut revoir le contenu du document en fonction du bagage de connaissances des utilisateurs. Si les utilisateurs ne manifestent pas d'intérêt pour le phénomène exposé ou s'ils ne comptent apporter aucun changement dans leur attitude ou leur comportement, il faut chercher à savoir pourquoi. Les raisons justifiant le manque d'intérêt ou une attitude ou un comportement opposé à ce qui est souhaitable peuvent être l'indicateur, soit d'une incompréhension du contenu, auquel cas il faut revoir l'information et sa mise en forme, soit d'une croyance fausse, mais très forte, ce qui implique de la déconstruire[19] (si elle est généralisée) pour pouvoir reconstruire la représentation du phénomène. Bref, il faut s'adapter au lecteur sur tous les plans si l'on cherche à être efficace.

De plus, il ne faut pas négliger l'importance des posttests, c'est-à-dire la nécessité de mesurer les changements sur le plan des connaissances, de l'attitude ou du comportement des gens après une opération de communication. Ces évaluations représentent souvent un bon indicateur de compréhension du public et elles permettent d'ajuster le tir pour les prochaines communications.

8.4.5 Choisir le moyen de communication

Le choix du moyen de communication approprié au public à rejoindre et en fonction de la pénétration potentielle de chacun et des ressources financières disponibles constitue une autre condition à considérer. Lorsque le moyen de communication est choisi, il faut se demander combien il faudra en produire pour arriver à atteindre l'objectif de communication. Si plusieurs moyens sont mis en place, comme ce fut le cas avec le CO, il faut s'assurer de l'autonomie de chacun d'eux, ce qui implique de répéter une certaine partie de l'information d'un produit à l'autre. Ensuite, il faut constituer un plan de distribution ou de diffusion qui permettra d'optimiser l'efficacité du réseau de distribution.

8.5 CONCLUSION

Les résultats de la présente étude révèlent que la réalisation de produits de communication efficaces – dans notre cas les dépliants – s'adressant à la population générale exige des compétences intellectuelles et des techniques à ne pas négliger : il ne s'agit pas simplement d'écrire sur ce que l'on veut que les gens sachent, telle une courroie de transmission apportant les messages à destination. Nous avons vu, à partir de l'analyse textuelle, que de nombreux facteurs liés au texte et à sa présentation peuvent avoir un effet sur le récepteur. La connaissance de ces facteurs s'avère donc essentielle. Il apparaît aussi clairement que la seule utilisation des formules de lisibilité, comme celle de Gunning utilisée ici, ne suffit pas pour déterminer la compréhensibilité du matériel.

[19] Pour déconstruire, il faut exposer les éléments qui sont inexacts, les croyances ou les idées fausses, et expliquer ou exposer ce qu'il faut plutôt croire ou penser. Les gens peuvent ainsi constater qu'ils étaient dans l'erreur et rectifier leur croyance ou leur idée.

Pour être efficace, il faut connaître son public. Cela implique de savoir ce qu'il sait, ce qu'il craint, ce qu'il croit, et ce, dans le seul objectif de mieux l'informer, de mieux le guider. Rappelons donc l'importance pour des rédacteurs fonctionnels de rencontrer des lecteurs représentatifs du public cible. Sachant que ces rédacteurs ont tendance à se prendre comme lecteur modèle, il est impératif de les renseigner sur ce qui les distingue des lecteurs réels. Ainsi, les messages de santé seront mieux adaptés et davantage compris, donc plus efficaces.

De plus, il ne faudrait pas négliger l'importance d'évaluer la tâche et les conditions de production dans lesquelles les rédacteurs fonctionnels se trouvent lors de la production d'un outil de communication destiné au grand public. D'après nos résultats et ceux de Gal et Prigat (2005), les facteurs influençant la production d'un écrit de santé sont très nombreux, très diversifiés et très peu liés au texte et à sa réception.

Malgré toutes les activités de communication réalisées par le MSSS et les DSP, conjointement avec l'INSPQ, pour promouvoir des comportements responsables lors de l'utilisation ou de l'entretien d'appareils domestiques et pour sensibiliser la population à l'utilisation d'un avertisseur de monoxyde de carbone comme mesure de protection efficace, seulement 30 % des Québécois possèdent un avertisseur de CO. Nous croyons qu'en adaptant mieux les communications au grand public, ce faible pourcentage pourrait être modifié.

RÉFÉRENCES

ADAM, Jean-Michel (2001) *Les textes, types et prototypes : récit, description, argumentation, explication et dialogue*, Paris : Nathan, 223 p.

ASSOCIATION CANADIENNE DE SANTÉ PUBLIQUE (2001) Première conférence canadienne sur l'alphabétisation et la santé : *Cap sur l'alphabétisation et la santé pendant le nouveau millénaire*, Rapport final, janvier 2001, Ottawa, Ontario. [En ligne] URL : http://www.nlhp.cpha.ca/conference/c_log_f.pdf.

BEAUDET, Céline (2005) *Stratégies d'argumentation et impact social : le cas des textes utilitaires,* Québec : Éditions Nota Bene, 155 p.

BEAUDET, Céline (1998) « Littératie et rédaction : vers la définition d'une pratique professionnelle », *L'intervention : usages et méthodes*, Éditions CGC, p. 69-88.

BERNÈCHE, Francine et Bertrand PERRON (dir.) (2006) *Développer nos compétences en littératie : un défi porteur d'avenir. Rapport québécois de l'Enquête internationale sur l'alphabétisation et les compétences des adultes (EIACA), 2003,* Québec : Institut de la statistique du Québec, 256 p.

CARON-BOUCHARD, Monique et Lise RENAUD (2001) *Guide pratique pour mieux réussir vos communications médiatiques en promotion de la santé (2e éd)*, Régie régionale de la santé et des services sociaux de Montréal-Centre, Institut national de santé publique du Québec, 160 p.

CENTRE ANTIPOISON DU QUÉBEC (2006) *Statistiques d'intoxications par monoxyde de carbone 2005*.

CHEVALIER, Jean et Alain GHEERBRANT (1982 [1969]) *Dictionnaire des symboles : mythes, rêves, coutumes, gestes, formes, figures, couleurs, nombres*, Paris : Éditions Robert Laffont et Éditions Jupiter, 1060 p.

CLERC, Isabelle (2000) *La démarche de rédaction*, Québec : Éditions Nota Bene, 179 p.

CLERC, Isabelle (1998) « L'enseignement de la rédaction professionnelle en milieu universitaire » in Préfontaine, Godard et Fortier, *Pour mieux comprendre la lecture et l'écriture,* p. 345-370.

COSSETTE, Claude et Nicolas MASSEY (2002) *Comment faire sa publicité soi-même*, Montréal : Éditions Transcontinental, 345 p.

ENDRES. J., J. MONTGOMERY et P. WELCH (2002) « Lead Poison Prevention: A Comparative Review of Brochures », *Journal of Environmental Health,* 64(6): 20-25.

EVETTS, Julian et Michel GAUTHIER (2005) *Literacy task assessment guide*, Calgary : National Literacy Secretariat, 137 p.

FAYOL, Michel (1997) *Des idées au texte : psychologie cognitive de la production verbale, orale et écrite*, Paris : Presses Universitaires de France, 288 p.

FREDA, M.C., K.H. DAMUS et I.R. MERKATZ (2004) « An evaluation of the readability of ACOG's patient education pamphlets », *Obstetrics and Gynecology,* 93 : 771-774.

GAL, Iddo et Ayelet PRIGAT (2005) *Why organizations continue to create patient information leaflets with readability and usability problems: an exploratory study*, Health Education Research, Theory and Practice, 20 (4) L 485-493.

GÉLINAS-CHEBAT, Claire, Clémence PRÉFONTAINE, Jacques LECAVALIER et Jean Charles CHEBAT (1993) « Lisibilité - Intelligibilité de documents d'information » *Cahier de recherche*, n° 3, Centre ATO-CI, UQAM : 19-35.

GLANZ, K., B.K. RIMER et F.M. Lewis (2002) *Health behavior and Health Education, Theory, research, and Practice*, 3rd ed, San Francisco : Jossey-Bass, 583 p.

GREGORY, M. et E. C. POULTON (1970) « Even versus uneven right-margins and the rate of comprehension in reading », *Ergonomics,* 13 : 427-434.

GRONDIN, J., R. CORRIVEAU, D. BOLDUC et M. BRUNEL (2004) *Virus du Nil occidental - Évaluation des attitudes, comportements et connaissances populaires,* Direction des risques biologiques, environnementaux et occupationnels, Institut national de santé publique du Québec, 91 p.

GRONDIN, J., LALIBERTÉ, C. et F. GAGNON (2002) *Évaluation d'un outil de communication du risque : le dépliant sur le mercure au réservoir Robertson*, Direction des risques biologiques, environnementaux et occupationnels, 70p. + annexes.

GROUPE RÉDIGER (sous la direction d'Isabelle Clerc) (2006) *Simplification des réponses du Protecteur des usagers en matière de santé et de services sociaux adressées au grand public.* Rapport de recommandations. Québec : Université Laval, 95 p.

GUÉRY, Louis (1995) *Le secrétariat de rédaction : De la copie à la maquette de mise en page*, Paris : Éditions du CFPJ, 443 p.

HARWOOD A. et J.E. HARRISON (2004) « How readable are orthodontic patient information leaflets? », *Journal of Orthodontics,* 31 : 210-219.

JONG, Menno de (1998) *Reader feedback in text design: validity of the plus-minus for the pretesting of public information brochures*, Amsterdam: Rodopi, 160 p.

LABASSE, Bertrand (1999a) « La lisibilité rédactionnelle : fondements et perspectives », *Communication et langages,* 121 : 86-103.

LABASSE, Bertrand (1999b) « La lisibilité » in M. COMBIER et Y. PESEZ (Eds) *La chose imprimée*, Paris : Retz, p. 276-277.

LARUE, R., C. LALIBERTÉ et J. GRONDIN (1997) *Guide de consommation du poisson de pêche sportive en eau douce : une évaluation*, Centre de santé publique de Québec, Beauport.

LETERRIER, Alain (1988) *La plaquette publicitaire : conception réalisation*, Paris : Éditions d'organisation, 232 p.

MINISTÈRE DE LA SANTÉ ET DES SERVICES SOCIAUX DU QUÉBEC (2003) *Programme national de santé publique 2003-2012, Le domaine de la santé environnementale*, Québec, p.60.

MUMFORD, M. E. (1997) « A descriptive study of the readability of patient information leaflets designed by nurses. » *J Adv Nurs,* 26 (5), p. 985-991.

NOËL, André (2005) *Le style : conseils pour écrire de façon claire et vivante*, Sainte-Foy : Éditions La Presse, 203 p.

PAASCHE-ORLOW, M.K., H.A. TAYLOR et F.L. BRANCATI (2003) « Readability standards for informed-consent forms as compared with actual readability », *New England Journal of Medicine,* 348 : 721-726.

PAYNE, S., S. LARGE, N. JARRETT et P. TURNER (2000) Written information given to patients and families by palliative care units: a national survey. *Lancet*, 355.

PÉPIN, Lorraine (1998) *La cohérence textuelle : l'évaluer et l'enseigner*, Laval : Beauchemin, 128 p.

PERELMAN, Chaïm et Lucie OLBRECHTS-TYTECA (1992 [1988]) *Traité de l'argumentation : La nouvelle rhétorique*, Bruxelles : Éditions de l'Université de Bruxelles, 734 p.

PRÉVOST, Claude et Louis JACQUES (2005) *Décès par intoxication involontaire au monoxyde de carbone au Québec non liés à des incendies de 1989 à 2001*, Direction de santé publique de la Montérégie, 45 p.

RICHAUDEAU, François (1992) *Sur la lecture*, Paris : A. Michel, 207 p.

ROOTMAN, Irving et Barbara RONSON (2003) « La littératie et la santé au Canada : Ce que nous avons appris et ce qui pourrait aider dans l'avenir », IRSC, 23 p.

RUDD Rima E., Barbara A. MOEYKENS et Taylan C. COLTON (2000) « Health and literacy: A review of medical and public health literature », *NCSALL : The Annual Review of Adult Learning and Literacy*, 1 : 158-199.

SAMARA, Timoty (2005) *Publication design workbook: a graphic designer's handbook for real-world guide to designing complex texts – newsletters, magazines, annual reports and newspapers*, Gloucesters, MASS : Rockport Publishers, 228 p.

SCHRIVER, Karen A. (1997) *Dynamics in document design: creating text for readers*, New York, Toronto : John Wiley & Sons, 559 p.

SPERBER, Dan et Deirdre WILSON (1995 [1989]) *Relevance: Communication and cognition,* Oxford : Blackwell, 326 p.

ST-HILAIRE, Luc (1997) *Comment faire des images qui parlent*, Montréal : Éditions Transcontinental, 135 p.

STATISTIQUE CANADA et ORGANISATION DE COOPÉRATION ET DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUES (OCDE) (2005) *Apprentissage et réussite : Premiers résultats de l'enquête sur la littératie et les compétences des adultes*, Ottawa : Statistique Canada et OCDE, 338 p.
[En ligne] URL : http://www.statcan.ca/francais/freepub/89-603-XIF/2005001/pdf_f.htm.

ZORN, M. et S. RATZAN (2000) *Health risk communication* (Current Bibliographies in Medicine 2000-7). National Library of Medicine, Bethesda, MD.

ANNEXE 1

QUESTIONNAIRE UTILISATEURS – DONNÉES SOCIODÉMOGRAPHIQUES

QUESTIONNAIRE UTILISATEURS - DONNÉES SOCIODÉMOGRAPHIQUES

(REMPLI PAR L'INTERVIEWEUR)

La personne est :
- un homme ☐
- une femme ☐

Quel est le plus haut niveau de scolarité que vous avez complété?

- Aucun ☐
- Primaire ☐
- Secondaire ☐
- Collégial ☐
- Universitaire ☐

Quel est votre revenu familial total avant les impôts (revenu brut)?

- moins de 20 000 $ ☐
- de 20 000 à 29 999 $ ☐
- de 30 000 à 39 999 $ ☐
- de 40 000 à 49 999 $ ☐
- de 50 000 à 59 999 $ ☐
- 70 000 $ et plus ☐
- préfère ne pas répondre ☐

En vous incluant, combien y a-t-il de personnes qui vivent habituellement à votre domicile?

nb. : _____

Pouvez-vous nous dire votre âge et celui des personnes qui vivent avec vous?

vous : _____

autres personnes : _____

Quel énoncé décrit le mieux votre situation résidentielle principale?

- Propriétaire ☐
- Copropriétaire ☐
- Locataire ☐

Situation de résidence secondaire : _____

Quel énoncé décrit le mieux le domicile dans lequel vous habitez?

- Maison unifamiliale détachée ☐
- Maison unifamiliale semi-détachée/jumelée ou maison de ville ☐
- Duplex, triplex ☐
- Immeuble/bloc de plus de 3 logements ☐
- Maison mobile ☐

Avez-vous un avertisseur de monoxyde de carbone installé chez vous?

- oui ☐
- non ☐

À votre connaissance, parmi les familles de votre entourage, combien ont un avertisseur de monoxyde de carbone?

nb. : _____

- aucune ☐
- nsp ☐

ANNEXE 2

QUESTIONNAIRE UTILISATEURS – CONNAISSANCES PRÉALABLES ET ATTITUDE À L'ÉGARD DU MONOXYDE DE CARBONE 1

QUESTIONNAIRE UTILISATEURS – CONNAISSANCES PRÉALABLES ET ATTITUDE À L'ÉGARD DU MONOXYDE DE CARBONE 1

1. Savez-vous ce qu'est le monoxyde de carbone?

   Oui ☐

   Non ☐

2. Décrivez en quelques mots ce qu'est le monoxyde de carbone selon vous :

   _____

   _____

   _____

3. Répondez au meilleur de vos connaissances par vrai, faux ou ne sais pas aux énoncés suivants :

Énoncé	Vrai	Faux	Ne sais pas
Le monoxyde de carbone a une odeur.			
Le monoxyde de carbone a une couleur.			
Le monoxyde de carbone est présent dans la plupart des domiciles.			
Il existe un moyen de détecter le monoxyde de carbone.			
Le monoxyde de carbone peut être mortel.			

4. Dites si vous êtes d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou en désaccord avec les énoncés suivants :

Énoncé	D'accord	Plutôt d'accord	Plutôt en désaccord	En désaccord
Je me sens concerné par le monoxyde de carbone.				
Je suis préoccupé des effets que le monoxyde de carbone peut avoir sur la santé.				

Si vous aimeriez en savoir plus sur le monoxyde carbone, veuillez cocher ici ☐

ANNEXE 3

MÉTHODE DU *PLUS-MINUS*

MÉTHODE DU *PLUS-MINUS*

Les + et les –

Les **+** indiquent que votre jugement est **positif** :

- c'est lisible, joli, facile à lire;
- c'est compréhensible, bien écrit, facile à saisir;
- c'est intéressant, logique, je suis capable de bien suivre;
- c'est bien représenté dans ma tête, je vois parfaitement de quoi on parle.

Les **–** indiquent que votre jugement est **négatif** :

- c'est illisible, difficile à lire, laid;
- c'est incompréhensible, fatigant à lire, ce terme m'est inconnu;
- c'est confus, je suis incapable de bien suivre, je ne vois pas le rapport;
- aucune image ne me vient en tête, je ne vois pas de quoi on parle.

ANNEXE 4

APPRÉCIATION GÉNÉRALE DU DÉPLIANT

APPRÉCIATION GÉNÉRALE DU DÉPLIANT

Notes sur l'appréciation générale du document :

- À qui croyez-vous que ce dépliant s'adresse?
- Vous sentez-vous concerné?
- Manque-t-il quelque chose?
- Y a-t-il des éléments en trop?
- Auriez-vous aimé savoir combien coûte un avertisseur?

Autre :

Relance Volet 1
Pouvez-vous m'expliquer ce que les dessins représentent? (en pointant) - l'avertisseur :
- les deux « bibittes » près de l'avertisseur :
- la « bibitte » à trois bulles :
- le drapeau du Québec :
- Que pensez-vous du style d'écriture utilisé dans les titres (voyelles tourbillonnées, consonnes avec un côté en dents de scie)?
Relance Volet 2
Partie 1 - Pouvez-vous me lire à voix haute ce qu'il y a entre les < > dans le titre? - co ☐ - C. O. ☐
- Et qu'est-ce que représentent ces deux lettres selon vous?
Partie 2 - Les trois dernières puces présentent des catégories comprenant chacune quelques exemples. Ces exemples : ☐ vous ont-ils aidé à mieux comprendre quelles pouvaient être les sources de monoxyde de carbone à la maison ou; ☐ vous n'auriez pas eu besoin des exemples pour savoir quels appareils peuvent être des sources de monoxyde de carbone à la maison
- Que veut dire le mot *attenant*?
Relance Volet 3
- Pouvez-vous me résumer (m'expliquer brièvement) le texte de ce volet?
- Qu'est-ce que c'est qu'une *fiche*?
Relance Volet 4
- Que pensez-vous de la diagonale créée par le changement de couleur qui traverse le texte?
- Pourriez-vous expliquer ce qu'est un *principe de fonctionnement électrochimique*?
- Pourriez-vous expliquer ce qu'est un *dispositif de branchement (plug in)*?
- Ce volet est-il surchargé d'informations à votre avis ou ça va?
Relance Volet 5
- Que pensez-vous de la présence des logos? En reconnaissez-vous?
- Comment interprétez-vous le dessin de l'ampoule électrique?
- Dans la vraie vie, pensez-vous que vous auriez lu le texte à gauche des logos?
Relance Volet 6
- Que pensez-vous du dessin de la maison?
- Comment interprétez-vous les chiffres 1 à 4?
- Cette maison est-elle représentative des maisons québécoises selon vous?

Relance Volet 7
- Que pensez-vous des dessins dans ce volet?
- Que veulent dire ces symboles > < ?
- Pourriez-vous me donner un synonyme, un mot qui veut dire la même chose que « *outre* »?
- Selon vous, où se trouve *l'espace mort* des plafonds cathédrales?
Relance Volet 8
- Selon vous, quel serait votre réflexe dans la vraie vie si quelqu'un avait les symptômes décrits sur ce volet?
- Savez-vous où se trouve la direction de santé publique de votre région?
- Normalement, lisez-vous la partie où on décrit qui a fait quoi dans un dépliant?
- Est-ce que ces informations sont utiles pour vous?

ANNEXE 5

QUESTIONS DE COMPRÉHENSION

QUESTIONS DE COMPRÉHENSION

1. Dans tous les cas, de quoi devrait être muni un avertisseur de monoxyde de carbone?

2. Où est-il recommandé d'installer au moins un avertisseur de monoxyde de carbone dans la maison?

3. L'idée de placer un avertisseur de monoxyde de carbone dans la cuisine est-elle une bonne ou une mauvaise idée?

4. Qu'indiquent les logos de certification en général?

5. Que devez-vous faire si vous soupçonnez une intoxication ou la présence de monoxyde de carbone?

6. Avec quel appareil est-il possible de confondre l'avertisseur de monoxyde de carbone?

7. Est-ce que l'utilisation d'un système de chauffage électrique présente des risques d'intoxication au monoxyde de carbone?

8. De façon générale, qu'est-ce que sont censés indiquer les signaux d'alarme lumineux et sonore sur l'avertisseur de monoxyde de carbone?

ANNEXE 6

QUESTIONNAIRE UTILISATEURS – CONNAISSANCES ACQUISES ET ATTITUDE À L'ÉGARD DU MONOXYDE DE CARBONE 2

QUESTIONNAIRE UTILISATEURS – CONNAISSANCES ACQUISES ET ATTITUDE À L'ÉGARD DU MONOXYDE DE CARBONE 2

1. Maintenant que vous avez lu le dépliant, que retenez-vous?

_____

_____

_____

_____

2. Répondez au meilleur de vos connaissances par vrai, faux ou ne sais pas aux énoncés suivants :

Énoncé	Vrai	Faux	Ne sais pas
Le monoxyde de carbone a une odeur.			
Le monoxyde de carbone a une couleur.			
Le monoxyde de carbone est présent dans la plupart des domiciles.			
Il existe un moyen de détecter le monoxyde de carbone.			
Le monoxyde de carbone peut être mortel.			

3. Répondez par plus, moins ou égal aux énoncés suivants :

Énoncé	+	-	=
Je me sens **+ / - / =** concerné par le monoxyde de carbone après avoir lu le dépliant.			
Je suis **+ / - / =** préoccupé des effets que le monoxyde de carbone peut avoir sur la santé après avoir lu le dépliant.			
J'ai envie d'en savoir **+ / - / =** sur le monoxyde de carbone après avoir lu le dépliant.			

ANNEXE 7

SCHÉMA D’ENTRETIEN INDIVIDUEL AVEC LES RÉDACTEURS DES OUTILS ANALYSÉS

SCHÉMA D'ENTRETIEN INDIVIDUEL AVEC LES RÉDACTEURS DES OUTILS ANALYSÉS

Avant de débuter l'entretien à proprement parler, j'aimerais que vous me disiez si vous avez participé à la production de certains de ces outils liés à la problématique du CO et si oui, lesquels?

- « Le CO tue. Y en a-t-il chez vous? »
  - produit par :
  - commande provenant de :

- « Un avertisseur de CO peut sauver des vies. Protégez-vous! »
  - produit par :
  - commande provenant de :

- « Vacanciers, soyez vigilants! »
  - produit par :
  - commande provenant de :

- « Les intoxications au CO »
  - produit par :
  - commande provenant de :

Questions d'introduction sur le dépliant comme outil de communication Objectif : ouvrir sur le sujet et connaître la représentation du dépliant

1. Quelle est votre définition d'un dépliant? (de quoi ça a l'air, à quoi ça sert, etc.)

2. Selon vous, quels sont les éléments essentiels d'un bon dépliant?

Questions sur le dépliant CO produit auquel l'interviewé a participé Objectif : connaître la participation (et le pouvoir) de l'interviewé

3. Quel a été votre rôle dans la production de ce dépliant?

   a) Quel est le mandat qui vous a été confié et dans quel contexte vous a-t-il été confié?

   b) Quelles décisions relevaient de vous dans la production de ce dépliant?

   c) Comment vous êtes-vous assuré que le produit fini était convenable? Quels sont les critères sur lesquels vous avez basé votre jugement?

   d) Comment la production de ce dépliant s'est-elle déroulée dans votre souvenir?

   e) Avez-vous travaillé en collaboration avec d'autres personnes?

Questions sur le dépliant CO produit auquel l'interviewé a participé
Objectif : connaître l'intention poursuivie par le dépliant

4. Quel était l'objectif visé par ce dépliant?

5. Est-ce que, selon vous, ce dépliant a atteint l'objectif visé et pourquoi?

Questions sur le dépliant CO produit auquel l'interviewé a participé
Objectif : connaître la perception de la pertinence du dépliant et sa distribution

6. À votre connaissance, a-t-il déjà été question de produire un type d'outil autre que le dépliant ou d'élaborer d'autres stratégies de communication pour aborder la problématique du monoxyde de carbone?

7. Comment qualifieriez-vous le choix d'un dépliant pour aborder la problématique du monoxyde de carbone auprès du grand public?

8. Comment ce dépliant a-t-il été distribué sur le territoire québécois?

9. Ce dépliant a-t-il été révisé par un réviseur linguistique?

Questions sur le dépliant CO produit auquel l'interviewé a participé
Objectif : connaître la perception des communications avec le grand public

10. Selon vous, comment ce dépliant a-t-il été reçu par la population québécoise?

11. Quelles sont les caractéristiques principales du public auquel ce dépliant s'adresse?

12. Selon vous, les lecteurs ont-ils rencontré des difficultés de compréhension?

ANNEXE 8

AIDE-MÉMOIRE POUR LA PRODUCTION DE DOCUMENTS

AIDE-MÉMOIRE POUR LA PRODUCTION DE DOCUMENTS

Aspect scriptovisuel du document	Bon choix	Mauvais choix
Mise en page	assemblage logique des blocs typographiques qui respecte le parcours de l'œil (haut gauche à bas droit)	assemblage non structuré des blocs typographiques
Alignement du texte	fer à gauche sans lézardes	justifié avec lézardes
Longueur des lignes	entre 8 et 12 mots (40 à 60 caractères)	moins de 8 mots (40 caractères)
Police de caractères	caractères romains : Arial – Futura – Palatino - Times Privilégier un caractère ayant plus d'un modèle : Times normal *Italique* **Gras** ***Gras italique***	caractères fantaisistes : Curlz - variexbold - BRUSHED - 7TH SERVICE caractères gothiques : Argincourt Blackmoor
Taille des caractères	entre 10 et 14 points, selon la police choisie	moins de 10 points
Soulignements (**gras**, *italique*, souligné)	- dans un encadré - pour attirer l'attention sur un mot ou un groupe de mots	Attention! Il faut éviter de perdre l'effet recherché par les soulignements.
Couleurs	- les opposés du cercle chromatique - différents tons d'une même teinte - couleurs signifiantes et pertinentes avec le sujet	- aléatoire - couleurs qui contredisent le message véhiculé
Nombre de couleurs	limiter le choix à environ six couleurs différentes	plus de six couleurs différentes
Disposition des couleurs	de manière à ce qu'elle n'affecte pas la lecture	changement de couleur sous le texte
Contraste forme-fond	- 30 % de gris et moins pour le fond si la police est noire TTT - 70 % de gris et plus pour le fond si la police est blanche	- plus de 50 % de gris pour le fond si la police est noire TTT - moins de 50 % de gris pour le fond si la police est blanche
Illustrations	- supportant, illustrant ou complétant le texte - intuitives, concrètes	- nuisant ou contredisant le texte - superflues, décoratives

ASPECT LIÉ AU DÉCODAGE DU TEXTE	Bon choix	Mauvais choix
Vocabulaire	- familier, concret, précis, simple, monosémique - définir les mots complexes - donner des exemples	- inconnu, abstrait, termes techniques, jargon administratif, polysémique - abréviations confondantes
Phrase	- une idée = une phrase - à la forme active - expressions connues du lecteur - références culturelles appropriées	- plusieurs idées dans une phrase - à la forme passive - longues énumérations - cascades de compléments
Paragraphe	un paragraphe = un thème ou une idée principale	séparation aléatoire des paragraphes
ASPECT LIÉ À L'INTERPRÉTATION DU TEXTE	**Bon choix**	**Mauvais choix**
Choix de l'information	- en fonction des connaissances de la cible, de ses besoins, de ses attentes et de sa motivation - en fonction de l'intention de communication	- peu pertinent aux yeux du lecteur - informations contradictoires
Cohésion	utiliser les mots liens appropriés pour assurer le rapport entre les idées	utiliser des mots liens inappropriés au sens donné
Cohérence	- respecter le genre du document - regrouper les informations de même nature ou sur un même sujet - ordonnancer les informations du général au particulier, du connu vers l'inconnu - débuter par les informations les plus importantes → faites un plan!	- ne pas suivre le plan établi

N° de publication : 1076

EXPERTISE
CONSEIL

INFORMATION

FORMATION

www.**inspq**.qc.ca

RECHERCHE
ÉVALUATION
ET INNOVATION

COLLABORATION
INTERNATIONALE

LABORATOIRES
ET DÉPISTAGE

Institut national
de santé publique
Québec