

# Forcé.e à se faire vacciner : conséquences sur l'adoption de comportements de santé

## Introduction

La crise du Covid-19 a accru l'intérêt pour la communication motivationnelle en particulier dans le cadre de la vaccination.

Selon la théorie de l'autodétermination (Deci & Ryan, 2017), une communication contrôlante augmente la motivation contrôlée et réduit la motivation autonome. Seule la motivation autonome prédit positivement le respect des règles et l'adhésion durable aux mesures Covid-19 (Guay et al., 2021 ; Morbée et al., 2020). Une communication qui soutient l'autonomie accroît la motivation autonome et peut avoir un effet favorable sur l'adhésion à la vaccination (Moon et al., 2021).

L'obligation vaccinale peut provoquer de la réactance réduisant ainsi l'intention de se vacciner contre le Covid-19. Cette obligation a aussi un effet de débordement négatif (*spillover effect*) sur d'autres comportements : vaccination contre la grippe et adhésion à des comportements de réduction de transmission du virus (Sprengholz et al., 2021).

## Vue d'ensemble

Une première étude expérimentale teste des communications pour inciter à la vaccination contre le Covid-19. Une communication contrôlante devrait moins favoriser l'intention de se faire vacciner et la motivation autonome à lutter contre le virus. Un effet de débordement négatif devait survenir sur d'autres comportements (santé/prosociaux).

Une deuxième étude corrélacionnelle cherche à montrer que les individus qui se sont vaccinés deux fois contre le Covid-19 pour des raisons internes (motivation autonome) sont plus susceptibles de se vacciner une troisième fois et d'adopter d'autres comportements (santé/prosociaux) que les individus qui l'ont fait pour des raisons externes (motivation contrôlée).

## Etude 1 : Méthode

L'étude a impliqué 412 participants non-vaccinés contre le Covid-19 (43% de femmes) recrutés de mai à juin 2021.

Suite au consentement éclairé, les participants étaient répartis aléatoirement dans trois communications encourageant à la vaccination :

- **Efficacité des vaccins** avec un texte argumentatif sur le Covid-19 qui renseigne sur l'efficacité contre les formes symptomatiques et les formes graves des vaccins ARNm (Pfizer et Moderna)
- **Autonomie et norme** avec le texte argumentatif + soutien à l'autonomie (langage non contrôlant, appel au choix et motif prosocial expliquant que le vaccin protège les autres) + norme descriptive en faveur du vaccin
- **Contrôlante** avec le texte argumentatif + un langage contrôlant et un motif contrôlant qui mentionne le passeport vaccinal

Les intentions de se vacciner contre le Covid-19 et de réaliser des comportements prosociaux (4 items) et de réduction de transmission du virus (3 items) étaient mesurées ainsi que la motivation autonome à lutter contre le Covid-19 (TSRQ ; Denman et al., 2016). Le soutien à l'autonomie et le contrôle perçus étaient mesurés.

## Etude 1 : Résultats

La communication contrôlante a diminué le soutien à l'autonomie perçue et augmenté le contrôle perçue ( $p < .001$ ). La communication autonomie et norme a accru aussi le contrôle perçue ( $p < .001$ ).

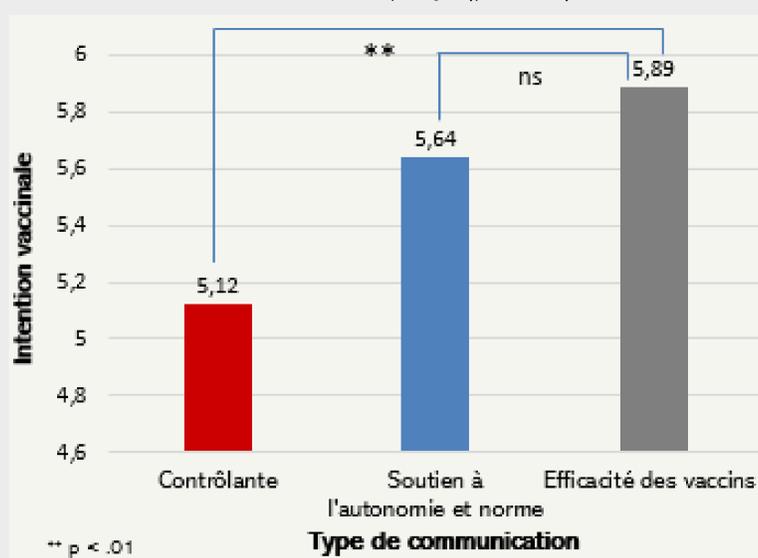


Figure 1. Niveau d'intention vaccinale en fonction du type de communication



## Mots clés

Vaccination, autodétermination, motivation autonome, effet de débordement

La communication contrôlante a réduit l'intention de faire des sacrifices personnels pour empêcher la propagation du Covid-19 ( $p = .012$ ), d'aider des français.es souffrants du Covid-19 ( $p = .051$ ) et d'éviter les endroits bondés pour réduire la transmission du Covid-19 ( $p = .049$ ).

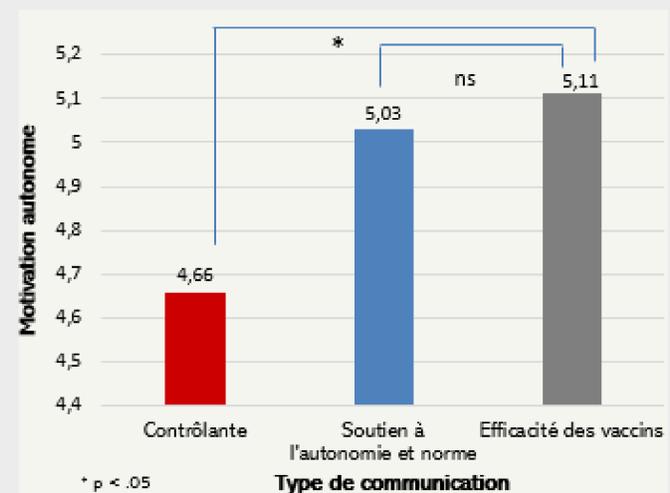


Figure 2. Niveau de motivation autonome en fonction du type de communication

## Etude 2 : Méthode

L'étude a porté sur 300 participants vaccinés deux fois contre le Covid-19 (49% de femmes) recrutés durant le mois de novembre 2021.

Les intentions de se vacciner une troisième fois contre le Covid-19 et de se vacciner contre la grippe étaient mesurées. Les raisons pour laquelle les participants se sont vaccinés contre le Covid-19 ont été mesurées (motivation autonome et motivation contrôlée). Les mêmes mesures de comportements prosociaux et de comportements de réduction de transmission du virus de l'étude 1 ont été faites.

## Etude 2 : Résultats

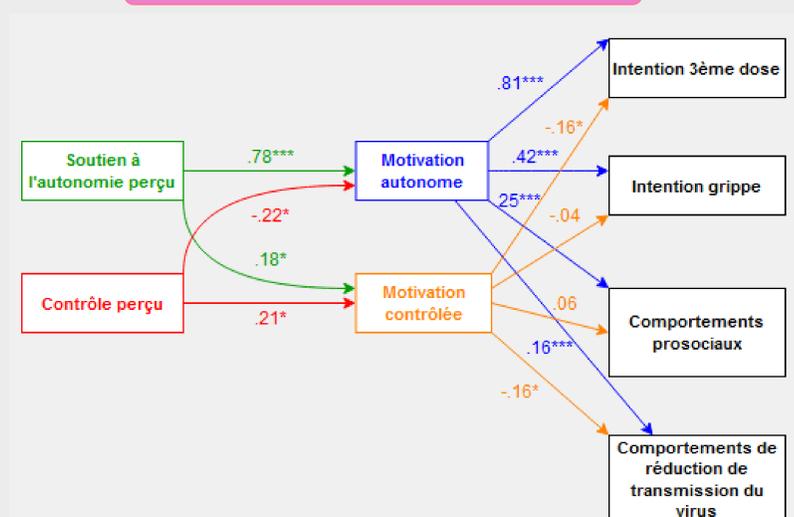


Figure 3. Relations entre les antécédents et les effets des motivations autonome et contrôlée

## Discussion

Un style contrôlant atténue l'effet d'une communication favorisant la vaccination sur l'intention vaccinale mais également sur l'adoption d'autres comportements (santé/prosociaux).

Une communication centrée sur l'autonomie et une norme descriptive ne semble pas avoir d'effet. La manipulation d'arguments rendant saillant la tentative de persuasion, les individus se sont sentis contrôlés.

Il semble bénéfique de promouvoir l'adhésion volontaire. Plus les individus ont une motivation autonome à se faire vacciner, plus ils sont susceptibles de continuer à respecter les mesures Covid-19 et à adopter des comportements prosociaux. Les modalités de communications dans le cadre de mesures imposées au bénéfice de la santé publique sont discutées.