# Je vais vous expliquer…

## Informer les patients?
## Entre illusion romantique
## et mensonge romanesque

# Francois Eisinger

- Médecine interne
- HDR Santé publique
- Comité d'Ethique de l'INSERM
- Haut Conseil Santé Publique

- Ex-consultant pour Roche
- Consultant pour Genome Quebec

# Pourquoi communiquer

- Dans un monde où la décision est prise par la personne, elle est supposée être basée sur l'utilité attendue (et donc connue)

# Mais…je ne crois pas au fait que

- La communication neutre d'informations objectives permettrait des choix rationnels (au sens de l'homo economicus)

# Ainsi pourquoi communiquer

- Respect pour les personnes (position de principe)

# Communication sur le risque

- Prise de THS
- Réalisation de mammographie
- Choix de la contraception
- Chimiothérapie adjuvante
- …

1 Que faut-il communiquer ?

2 Comment faut-il communiquer ?

3 Comment est-ce compris ?

# 1 Que faut-il communiquer ?

# Qu’est ce qu’une connaissance légitime?

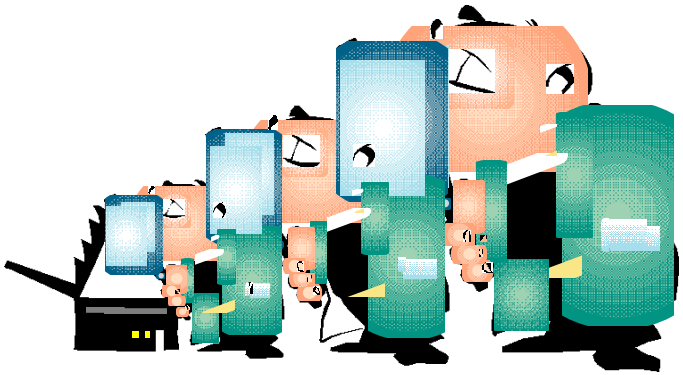
**Pré vérité**

**Post vérité**

# L’EXPERT

# L’EXPERIENCE

# L’EXPERIMENTATION



# SOUS QUELLE FORME ?

- **Habituellement: 3>2**

# MAIS…IL Y A TROIS TYPES D'HOMMES

# Quelques exemples de communication
# Problèmes de formes

- Le dépistage du cancer du sein
- L'espérance de vie sous traitement
- CO et embolie pulmonaire

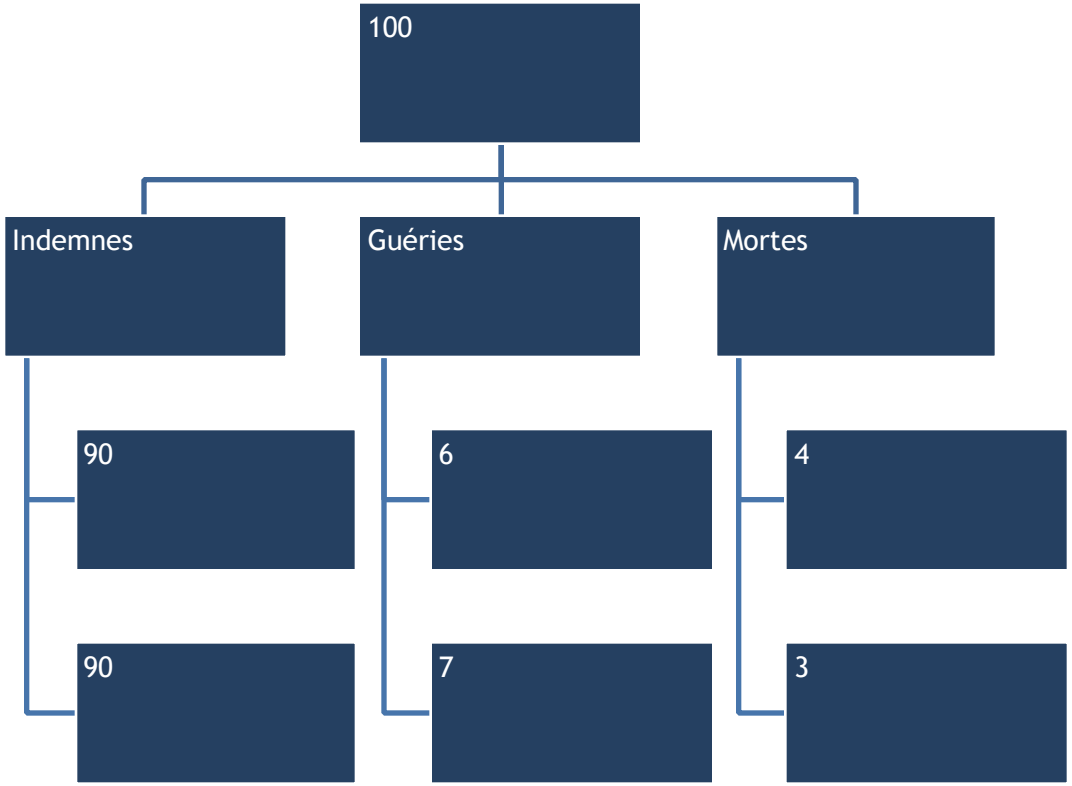
# Dépistage du cancer du sein
# Quel bénéfice ?

25%

14%

1%

# Un calcul simplifié




SANS

AVEC

# Dépistage du cancer du sein
# Quel bénéfice ?

25%
Réduction mortalité
1/4

14%
Augmentation guérison

1%
Personne qui en bénéficie

# Dépistage du cancer du sein
# Quel bénéfice ?

25%
Réduction mortalité
1/4

14%
Augmentation guérison
1/7

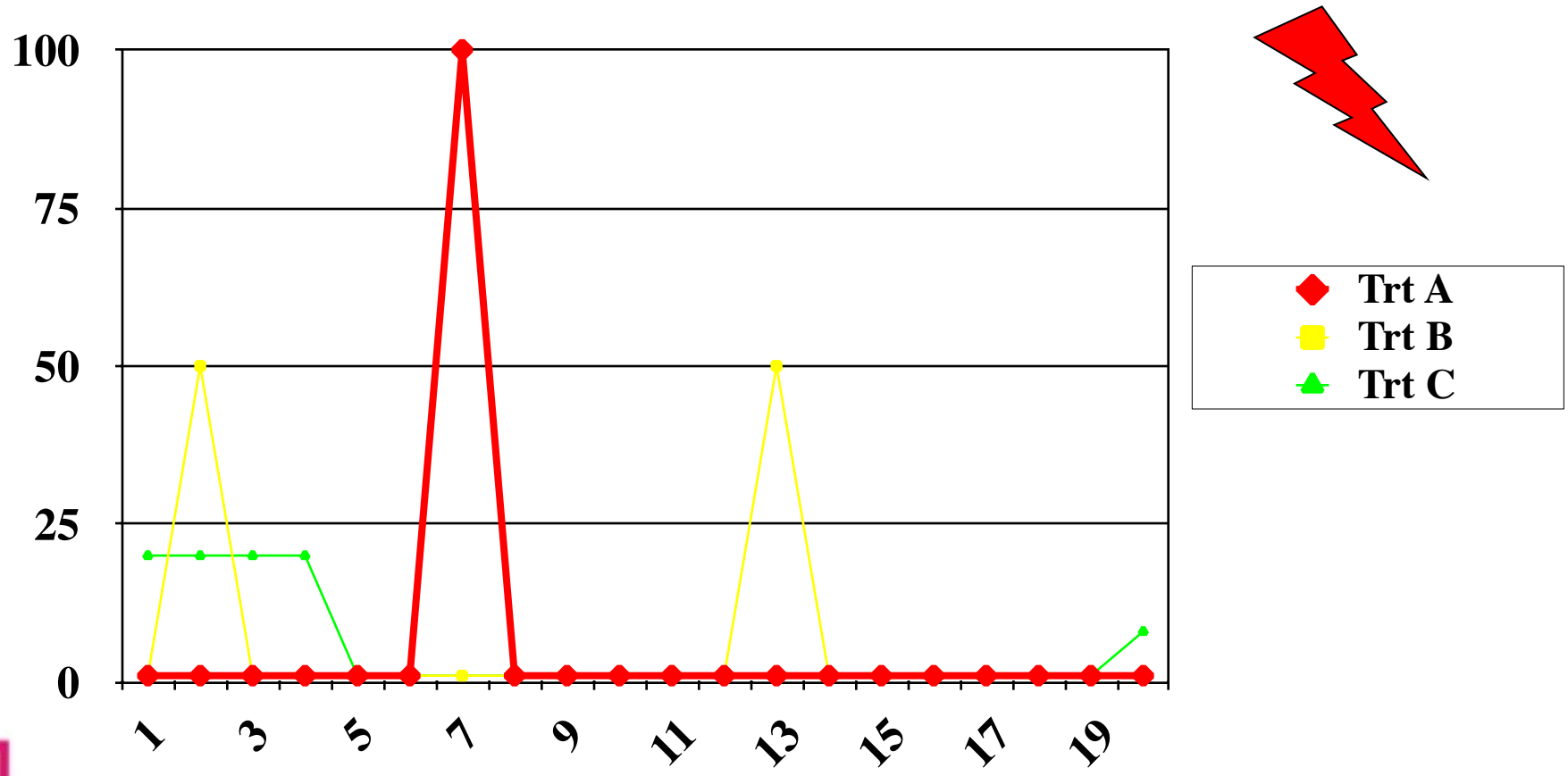
1%
Personne qui en bénéficie
1/100

0,005%
**<u>Par examen</u>**
1 / 20 000

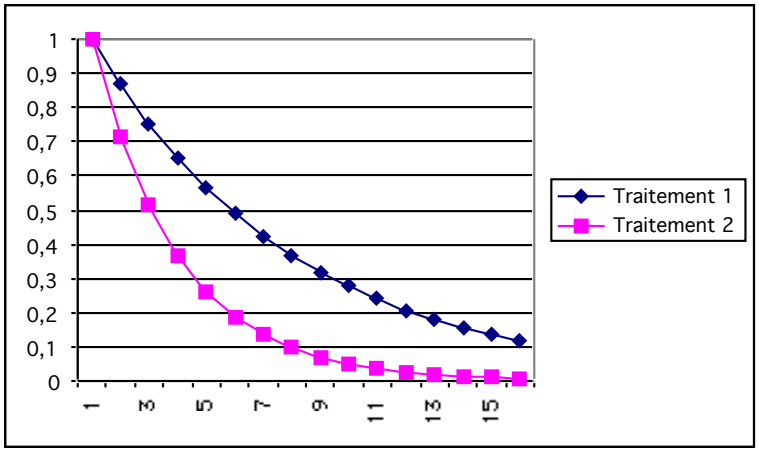
# UN CHOIX

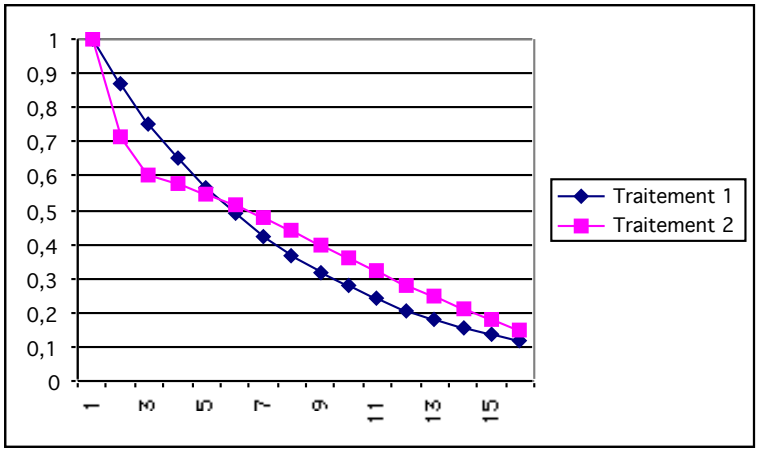
Traitement A espérance moyenne de vie 7 ans
Traitement B espérance moyenne de vie 7 ans
Traitement C espérance moyenne de vie 7 ans

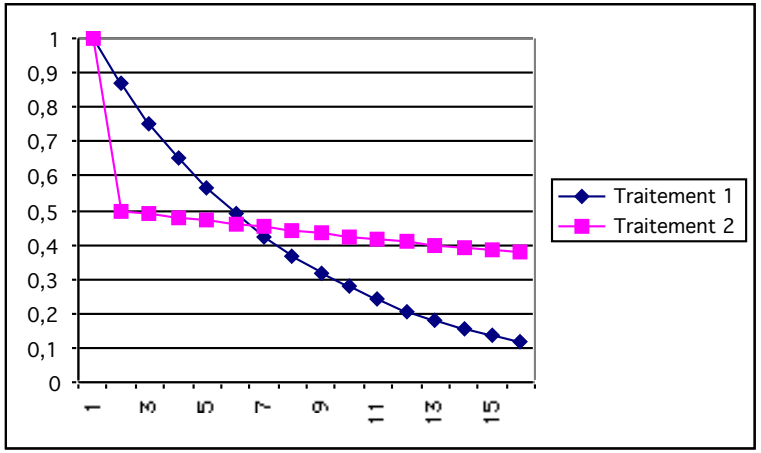
# Oui mais ...
# Question centrale la répartition !



# Et en plus…

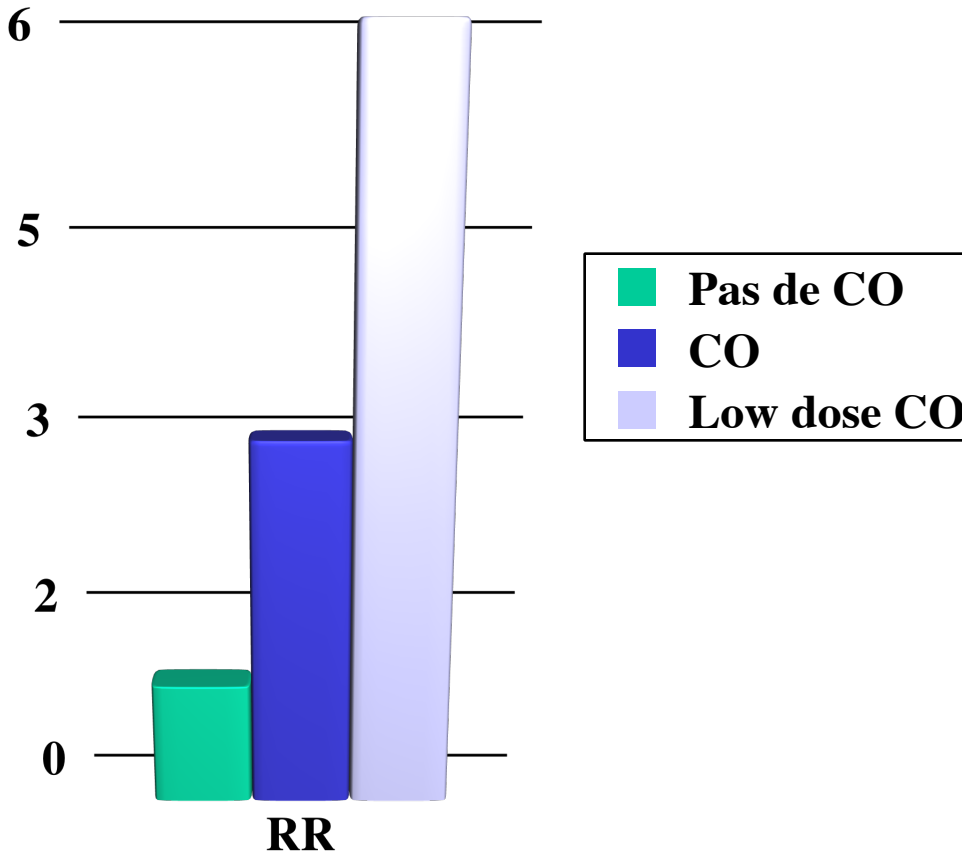

1
0,9
0,8
0,7
0,6
0,5
0,4
0,3
0,2
0,1
0
1
3
5
7
9
11
13
15
Traitement 1
Traitement 2


1
0,9
0,8
0,7
0,6
0,5
0,4
0,3
0,2
0,1
0
1
3
5
7
9
11
13
15
Traitement 1
Traitement 2


1
0,9
0,8
0,7
0,6
0,5
0,4
0,3
0,2
0,1
0
1
3
5
7
9
11
13
15
Traitement 1
Traitement 2

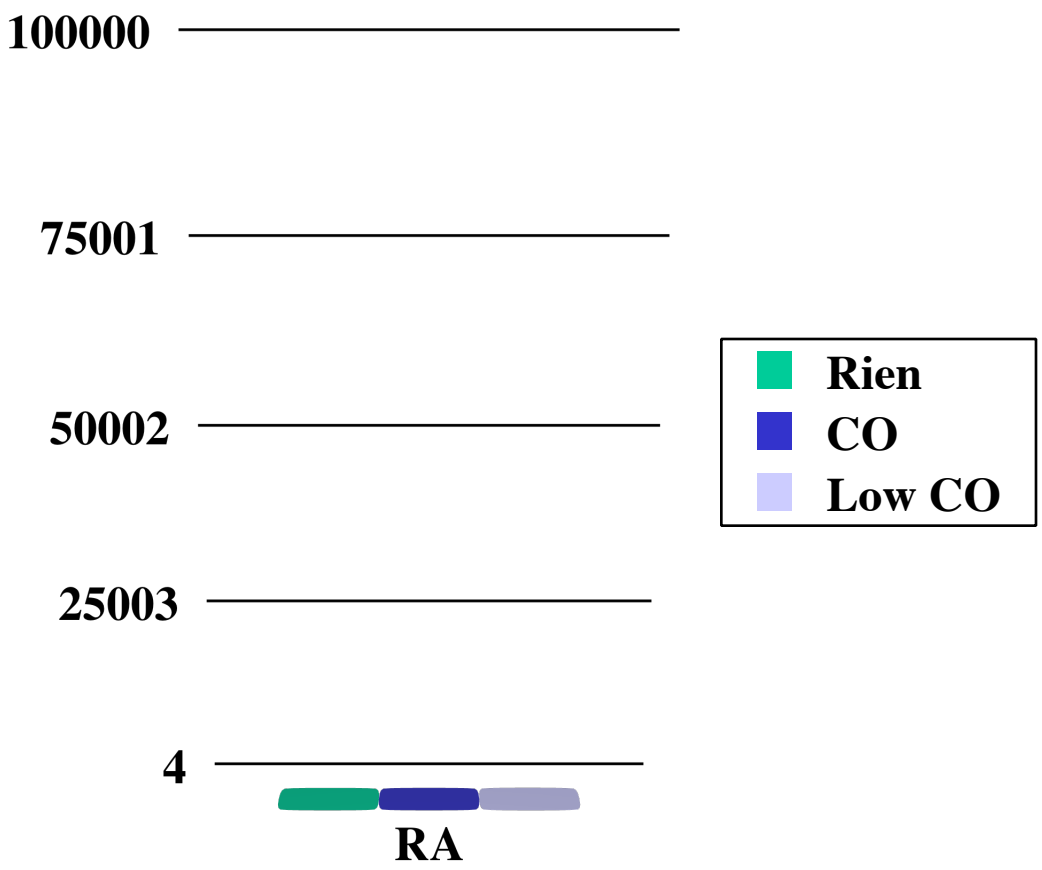
# CO et thrombose
# Risque relatif

- CO 3
- CO « low dose » 6



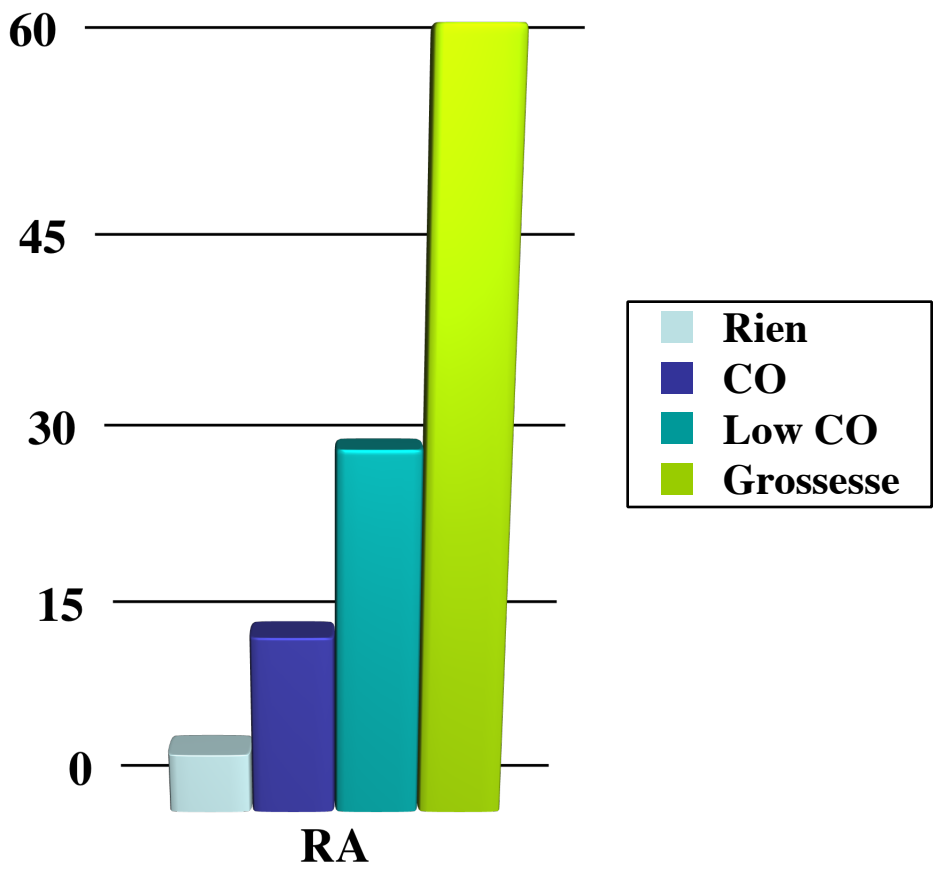
# CO et thrombose
# Risque absolu

- Rien 5/100 000
- CO 15/100 000
- LD 30/100 000

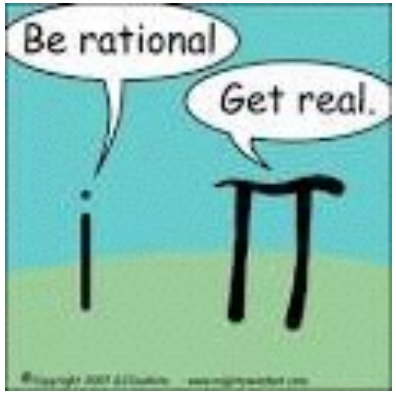


# CO et thrombose
# Risque absolu

- Rien 5/100 000
- CO 15/100 000
- LD 30/100 000
- Grossesse 60/100 000



# Distorsion dans la communication : Problèmes de fond



# Appropriation
## (Behavioral decision theory)

Ancrage (inertie autour d'un point de départ souvent implicitement indiqué)

2*3*4*5*6*7*8
8*7*6*5*4*3*2

# Appropriation
## (Behavioral decision theory)

Certitude ou incertitude

| | Situation 1 | Situation 2 |
|---|---|---|
| Victimes (base) | 600 | 600 |
| Intervention A | 200 personnes sauvées | |
| Intervention B | 1 fois sur 3 Tous sauvés<br>2 fois sur 3 Tous mort | |
| | | |
| Choix | A (72) vs B (28) | |

# Appropriation
# (Behavioral decision theory)

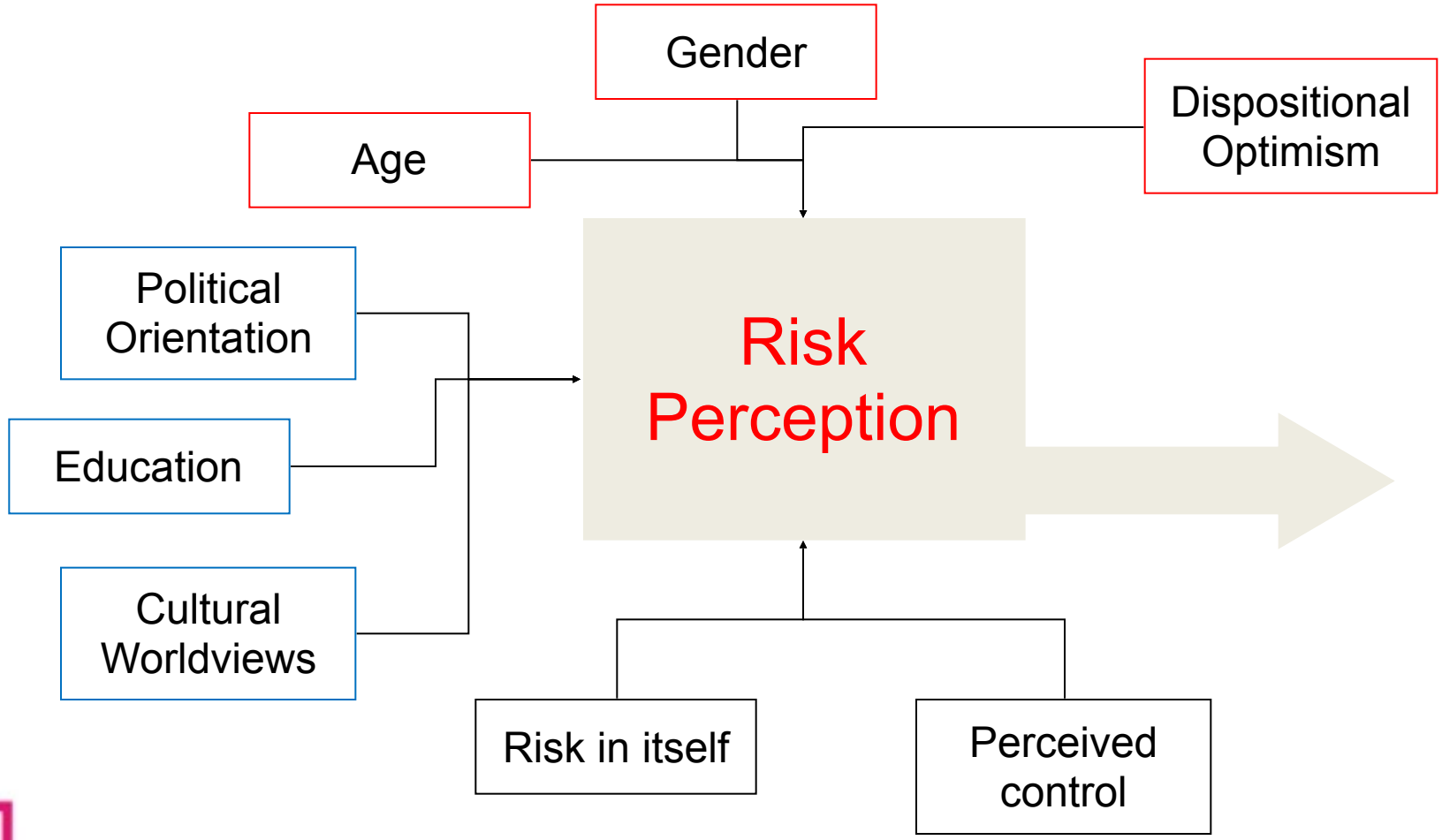
Mais surtout…Asymétrie perte/gain

| | Situation 1 | Situation 2 |
|---|---|---|
| Victimes (base) | 600 | 600 |
| Intervention A | **200 personnes sauvées** | **400 victimes** |
| Intervention B | 1 fois sur 3 Tous sauvés<br>2 fois sur 3 Tous mort | 1 fois sur 3 Tous sauvés<br>2 fois sur 3 Tous mort |
| | | |
| Choix | **A (72) vs B (28)** | **B (78) vs A (22)** |

# Ce qui compte…

[Rivers, 2010 #6199]

# Ce qui compte…



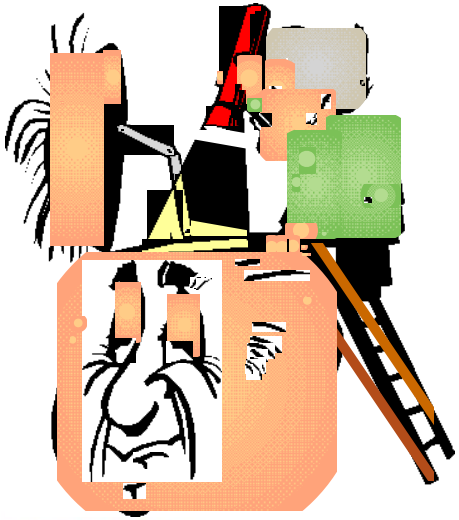
# C’est parti !

## It’s time to cry

# Perception…
## (Fréquence and probabilité)

20 sur 100 plus grave que 20%

Cliniciens sur risque de récidive

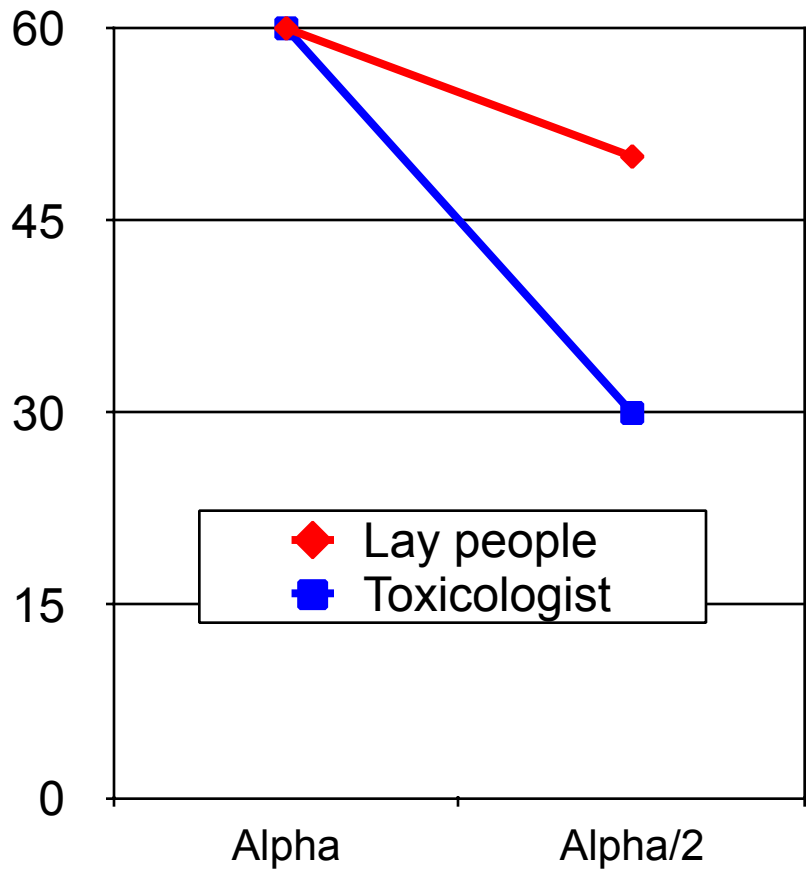


# SRA 2008

- Quand la toxicité d'un produit à la dose alpha est connue, quelle estimation peut on faire de la toxicité à la dose alpha/2

# SRA 2008

- Quand la toxicité d'un produit à la dose alpha est connue, quelle estimation peut on faire de la toxicité à la dose alpha/2

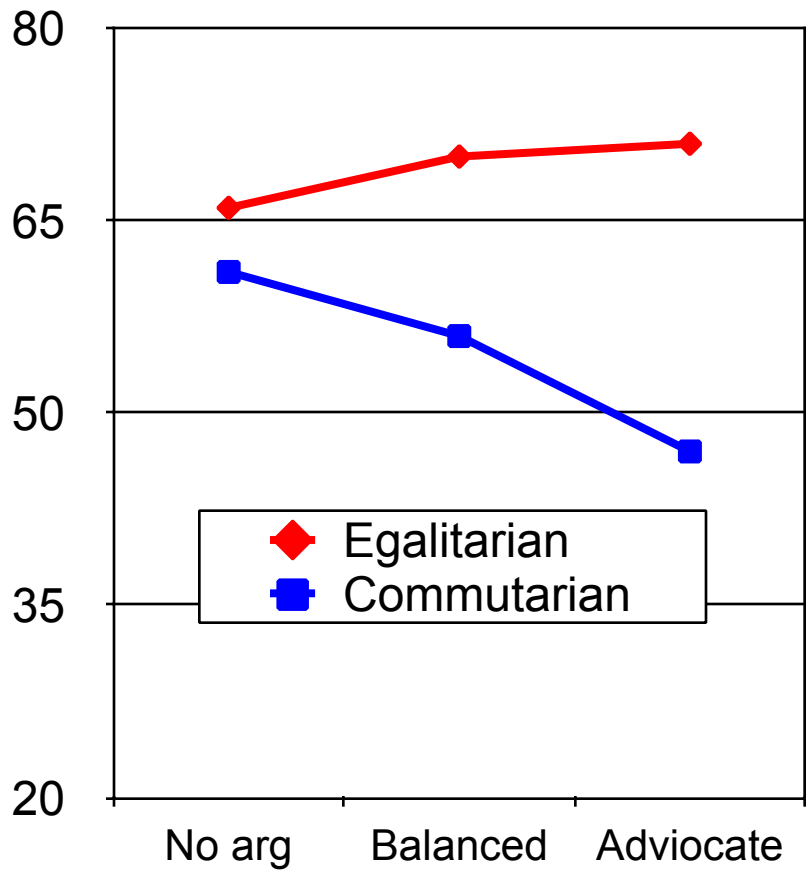


# Rational/Experiential

[Slovic, 2004 #3911]

# Rational/Experiential

- Who fears HPV Vaccine
- Cultural impact
- Arguments lead to polarization




[#5761]

# De pire en pire…

7/100 de gain préféré à 1/10 de gain
1286 morts /10 000 plus grave que 24,14%

(Nombre absolu plus prégnant que proportion et pourcentage)

# Au secours…

7/36 gagne 9$ 29/36 perd 5c.
préféré à
7/36 gagne 9$

La valorisation de la perte donne du sens et une perspective

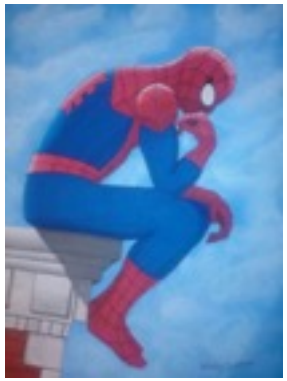
And the
Winner is...

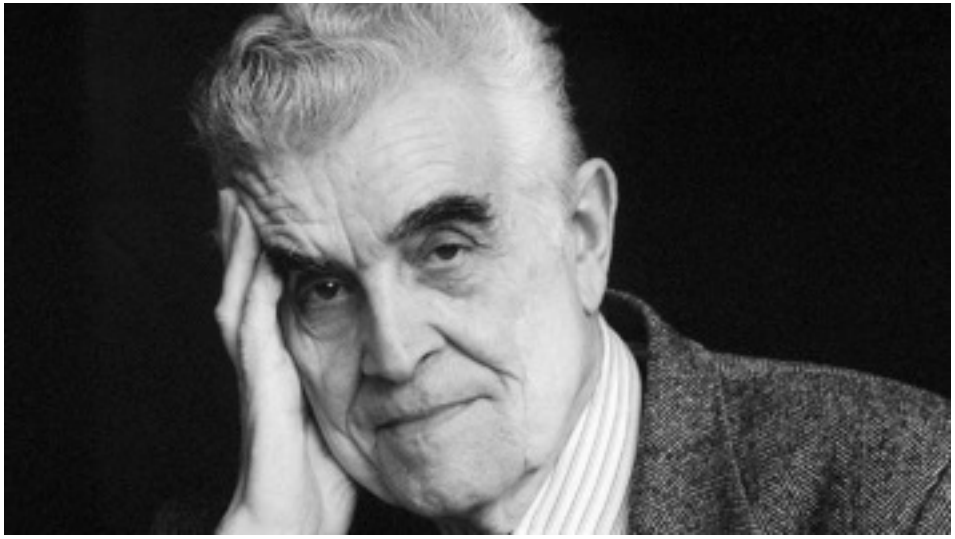
# 30% Probability of rain…

# Conclusion : Hamlet revisité

- **Knowing the chance or…the chance of knowing**
- 

**(Quel est notre espoir de savoir ?)**





INSTITUT PAOLI-CALMETTES
CRCM
Aix+Marseille université
SIRIC CANCÉROLOGIE MARSEILLE