

Bernard Seytre

LA communication en **Santé** publique



ellipses

Table des matières

1	Qu'est-ce que la communication en santé publique ?	3
1.	Qu'est-ce que la santé publique ?	3
2.	Objectifs de la communication en santé publique	7
3.	La communication et les déterminants des comportements	8
4.	Définition de la communication en santé publique	10
5.	Marketing social	10
6.	Communication des Risques et Engagement Communautaire (CREC)	12
7.	Place de la communication dans les interventions de santé publique	13
2	Théories du comportement	17
1.	Modèle des croyances relatives à la santé	17
2.	Théorie sociale cognitive	18
3.	Théorie de l'action raisonnée	18
4.	Théorie du comportement planifié	19
5.	Théorie des comportements interpersonnels	19
6.	Théorie de l'autodétermination	20
3	Health literacy	21
1.	Définition	21
2.	Health literacy et santé	22
3.	Une traduction impossible	23
4.	Deux conceptions de la health literacy	24
5.	Utilité et limites de la health literacy	26

4	Théorie de la culture en santé	27
1.	Déterminants de l'adhésion à des campagnes de santé publique	28
a	– Les connaissances	28
b	– Les représentations	31
c	– La culture	34
d	– Le vécu du parcours de soin	35
e	– Perception des promoteurs des mesures de santé publique	36
f	– ... et bien d'autres déterminants	38
2.	Communication en santé comparée à information en santé	39
3.	Définition de la théorie de la culture en santé	44
5	Comment étudier la culture en santé ?	47
1.	Recherches bibliographiques	47
	Enquêtes CAP	48
	Fiabilité des résultats	49
2.	Écouter les acteurs de terrain	50
	Le personnel de santé	51
	Organisations de la société civile et leaders communautaires	52
3.	Écouter la population	53
	Enquêtes qualitatives et quantitatives	53
	Neutralité des interviewers	54
	Bonnes pratiques des entretiens	55
	Rigueur des analyses	55
4.	Le genre et l'âge	56
5.	S'appuyer sur les sciences sociales	57
6	Communication en santé publique et politique	59
1.	Pouvoir et santé	59
2.	Enjeux politiques	60
	Un ministre de la Santé qui écarte les données épidémiologiques	61
	Un président qui confond la guerre et une pandémie	62
	Un président qui propage des fausses informations	63
3.	Une communication santé démocratique	65
4.	Biopouvoir et « bioopposition »	66

7	La psychologie à l'appui de la communication en santé publique	67
1.	Réactance psychologique	67
	Théorie de la réactance psychologique	68
	Un défi pour la communication	69
	Réactance psychologique et contenu des messages	70
2.	Effet boomerang	72
	Pourquoi l'effet boomerang?	73
	Utilisation de la peur et effet boomerang	74
3.	Vérité illusoire	75
8	Communiquer à l'heure d'internet et des réseaux sociaux	77
1.	Idées fausses et rapport à la vérité	77
2.	Les informations sur la santé en ligne	79
3.	Recherches sur internet	80
4.	Réseaux sociaux	82
	Fiabilité des informations	82
	Les réseaux sociaux comme soutien	86
5.	En qui les internautes ont-ils confiance?	87
6.	« L'infodémie » du Covid-19	90
	Une notion mal définie	90
	Qualité de l'information en ligne sur le Covid-19	91
7.	Gestion des fausses informations	94
	Ne pas surestimer l'impact	95
	Les risques de la réfutation	96
9	Stratégies, plans et outils de communication	99
1.	Informations à acquérir	100
	Étude de la thématique de santé	100
	Étude de la culture en santé	103
2.	Stratégie	104
	Choix des axes	104
	Communication factuelle	104
	Communication émotionnelle	107
	Segmentation des cibles	109
	Communication de crise	110
3.	Plans de communication	112
	Messages	114

Test des messages.....	116
Communication sur internet.....	117
S'appuyer sur des personnes influentes et des organisations de la société civile.....	118
S'appuyer sur les médias.....	119
4. Outils de communication.....	120
Outils imprimés.....	120
Vidéos.....	121
Outils numériques.....	122
5. Pénétration et efficacité de la communication.....	123
Pénétration.....	123
Efficacité.....	125
10 Communiquer sur la vaccination.....	127
1. Le paradoxe vaccinal.....	127
2. Échecs de campagnes de vaccination et accidents vaccinaux.....	129
3. Impact des informations fausses sur des vaccinations.....	131
4. Les résistances à la vaccination.....	133
L'hésitation.....	134
La résistance.....	135
Les antivax.....	135
5. Culture en santé de la vaccination.....	136
ÉTUDES DE CAS.....	139
11 Étude de cas 1 : Gestion de la pandémie de grippe A(H1N1), 2009.....	141
1. Évolution des connaissances sur l'épidémie.....	141
2. Riposte mise en place par le gouvernement français.....	143
3. Une population bien informée.....	145
4. Des messages contraires à la réalité.....	147
5. Discrédit et rumeurs.....	150
6. Des conséquences à long terme.....	150
7. La place de la communication en période de crise.....	151

12	Étude de cas 2 : Covid-19, gestes barrières et vaccins.....	153
1.	Gestes barrières : enquête.....	153
	Protocole.....	154
	Connaissances sur le Covid-19.....	154
	Prévention du Covid-19.....	155
	Facteurs de risque.....	157
	Confiance dans les sources d'information.....	158
	Réalité du Covid-19.....	159
2.	Gestes barrières : Stratégie de communication.....	159
3.	Vaccination : Enquête.....	161
	Protocole.....	161
	Connaissances et opinion sur les vaccins.....	162
	Connaissances et opinion sur le Covid-19.....	163
	Représentations des vaccins contre le Covid-19.....	163
4.	Vaccination : Stratégie de communication.....	165
13	Étude de cas 3 : Covid-19, fausses informations et vaccination.....	167
1.	Les premiers vaccins.....	168
2.	Méthode.....	168
3.	Évolution entre intention vaccinale et vaccination.....	171
4.	L'évolution entre intention vaccinale et vaccination est indépendante de l'exposition aux fausses informations.....	173
5.	Le niveau de vaccination est indépendant de l'exposition aux fausses informations.....	174
6.	Comment expliquer les divergences géographiques?.....	176
	Les pays où la vaccination a dépassé l'intention.....	177
	... et ceux où la vaccination est inférieure à l'intention.....	178
14	Étude de cas 4 : Dépistage de la tuberculose.....	181
1.	Protocole.....	182
2.	Connaissances et représentations de la tuberculose.....	182
3.	Recours aux soins en cas de suspicion de tuberculose.....	184
4.	Lien entre tuberculose et infection à VIH.....	186
5.	Des résultats inattendus.....	187
6.	Axes de communication.....	188

15	Étude de cas 5 : Allaitement maternel exclusif	189
1.	Protocole	189
2.	Influence de l'entourage	190
3.	Représentations sur les comportements clés	190
	Mise au sein dans la première heure	190
	Ne pas donner d'aliments avant six mois	191
	Ne pas donner d'eau avant six mois	191
	Allaiter fréquemment, autant que nécessaire	192
	Allaiter pendant une maladie	192
	Vider un sein avant de donner le second	192
4.	Stratégie de communication	192
16	Étude de cas 6 : Soutien aux femmes enceintes	195
1.	Protocole	195
2.	Influence de l'entourage	196
3.	Représentations sur les recommandations clés	196
	Prendre un repas supplémentaire pendant la grossesse	196
	Diminuer la charge de travail	197
	Se rendre à la visite prénatale dès le 1 ^{er} trimestre de grossesse	197
	Prévention du paludisme	197
4.	Stratégie de communication	198
17	Étude de cas 7 : Promotion des tests de dépistage du VIH	201
1.	Protocole	201
2.	Perception des tests de dépistage du VIH	202
3.	Connaissances et représentations du VIH, du sida et des traitements	203
4.	Les perceptions des jeunes	204
5.	Les perceptions et attitudes des hommes	205
6.	Analyse des résultats	205
7.	Stratégie de communication	207
18	Étude de cas 8 : Épidémies de maladie à virus Ébola	209
1.	Protocole	210
2.	Pénétration et mémorisation des messages	210
3.	Des messages erronés	210

4. ... qui nuisent à la prévention de la MVE.....	212
5. Une communication indiscriminée et anxiogène.....	213
6. Stratégie de communication.....	215
19 Étude de cas 9 : Vaccins du Programme Élargi de Vaccination.....	217
1. Protocole.....	218
2. Connaissances et opinion sur les vaccins.....	218
3. Croyance dans des rumeurs.....	219
4. Obstacles à la vaccination.....	220
5. Stratégie de communication.....	220
20 Étude de cas 10 : Échec de la campagne d'éradication de la poliomyélite.....	223
1. Une stratégie qui ne correspondait pas aux réalités locales....	224
2. ... et qui a suscité des résistances.....	225
3. Des poches de population non immunisées.....	227
4. Des réponses tardives.....	229
5. Une autre stratégie de vaccination était-elle possible?.....	231
6. L'échec.....	232
21 Étude de cas 11 : Épidémie de choléra.....	235
1. Représentations, connaissances, attitudes et pratiques.....	235
Dénier de la maladie.....	235
Connaissances sur le choléra et les gestes de prévention.....	236
Comportements à risque.....	237
Attitudes en cas de maladie.....	237
Stigmatisation.....	238
2. Axes de communication.....	238
Lutter contre le déni.....	238
Renforcer les connaissances sur le choléra.....	238
Sensibiliser aux mesures de prévention.....	239
Informar sur la conduite à tenir face à un cas de choléra.....	240
Lutter contre la stigmatisation.....	240
3. Plans de communication.....	240
Références	241
Du même auteur.....	259