

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	<i>Health literacy</i>	21
1.	Définition.....	21
2.	<i>Health literacy</i> et santé.....	22
3.	Une traduction impossible.....	23
4.	Deux conceptions de la <i>health literacy</i>	24
5.	Utilité et limites de la <i>health literacy</i>	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
Dénie 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
Informer 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