

Cette présentation a été effectuée le 11 mars 2010, au cours de la journée « Le développement de "l'Internet-santé" : quels sont les enjeux pour la santé publique? » dans le cadre des Journées annuelles de santé publique (JASP) 2010. L'ensemble des présentations est disponible sur le site Web des JASP, à l'adresse <http://www.inspq.qc.ca/archives/>.

L'utilisation d'Internet dans les campagnes de promotion de la santé du MSSS

Claude Giroux doctorant U Laval
Responsable de la recherche en communication
Direction des communications



Avant-propos

Une réflexion personnelle ...

... d'un professionnel de la santé ...

... bénéficiant d'un point d'observation privilégié...



Avant-propos

Une réflexion personnelle ...

... d'un professionnel de la santé ...

... bénéficiant d'un point d'observation privilégié...

... pour mener une démarche de recherche en communication.

« Quand bien même nous n'apprendrions ainsi qu'à connaître la faible étendue de notre savoir, j'estime qu'il est intéressant de tenter d'acquérir des connaissances sur le monde. Cet état de docte ignorance pourrait aplanir bien des difficultés. Il serait alors salutaire de ne pas oublier que si les diverses parcelles de savoir que nous possédons nous rendent assez dissemblables, dans notre infinie ignorance nous sommes tous égaux. »

Popper, K. R. (2006). *Conjectures et réfutations: la croissance du savoir scientifique* (M.-I. De Launay & M. B. De Launay, trad.). Paris: Payot, p.55

Contexte

- Internet constitue un des multiples instruments déployés dans les campagnes de publicité sociale.
- Au Québec, une composante Internet existe dans plusieurs campagnes gouvernementales en santé.
- L'ajout de stratégies web aux composantes traditionnelles des campagnes sociales (imprimé, télévision, radio) comporte des avantages ... mais soulève certaines questions.

- Pour les citoyens, la quête d'informations relatives à la santé est un des motifs les plus fréquents d'utilisation de l'Internet, d'où l'intérêt de ce vecteur pour diffuser de l'information relative à la prévention et la promotion de la santé.

L'État : acteur de la santé

- Plusieurs acteurs sociaux agissent dans les sphères de la promotion de la santé et de l'éducation sanitaire, mais l'État y occupe un rôle majeur.
- Pour les milliers d'internautes cherchant des informations, l'État représente en effet, une source d'information crédible, fiable et objective en matière de santé.

Les campagnes : un instrument à gérer

- Les campagnes sociales pèsent lourd pour les finances publiques, mais l'État occupe une position privilégiée et essentielle parmi les promoteurs de la santé publique, dont il ne peut (et ne doit) se désister.
- Dans la perspective d'une utilisation optimale des fonds publics, le gestionnaire public doit aussi chercher à accroître la portée des interventions gouvernementale et explorer des moyens d'action offrant une efficacité identique voire supérieure aux pratiques usuelles, à des coûts moindres.

Les attraits du web

- Internet est un outil moins exigeant que l'imprimé, coûteux à produire et à diffuser.
- Les documents électroniques sont plus faciles à archiver, plus rapides à expédier, exigent moins de papier pour le diffuseur (puisque c'est souvent le lecteur qui procède à l'impression).
- L'information diffusée par Internet est souvent plus facile à obtenir pour le citoyen que sa contrepartie imprimée, notamment lorsque celui-ci réside loin des grands centres urbains.
- Ces avantages ont séduit les organisations publiques ou privées, faisant de l'Internet un moyen de communication contemporain incontournable pour plusieurs institutions publiques

La publicité sociale ... plus qu'une nuance publicitaire

Les campagnes de publicité sociale sont des instruments d'intervention en santé publique, conçus pour atteindre des buts précis, selon des stratégies construites pour contrer des situations préjudiciables à la santé ou au bien-être d'une partie de la population

Une distinction souvent négligée

Publicité commerciale:

cherche le plus souvent à séduire, à vendre, à créer un capital de sympathie pour une marque.

Publicité sociale:

prétend changer des habitudes, confronter des opinions, modifier des perceptions pour induire des transformations.

Elle traite généralement de sujets graves, de menaces et de risques. À des comportements ancrés dans les habitudes et la gratification immédiate, elle proposera une alternative parfois associée à un inconfort à court terme en échange de bénéfices à moyen et long termes.

Une campagne, des moyens

- Une campagne s'appuie sur des stratégies et des instruments variés, et pouvant s'étaler sur des périodes prolongées.
- Dans une campagne, l'effet global est tributaire de la synergie des moyens mis en place, qui ne se limitent pas aux médias de masse.
- Internet est identifié depuis plusieurs années comme l'un de ces instruments.

Les pratiques récentes au MSSS

- Des sites temporaires créés dans le cadre des campagnes,
- Un site web permanent (msss.gouv.qc.ca) offrant différentes pages qui couvrent de multiples enjeux sociosanitaires.
- Les professionnels et intervenants, les médias, les chercheurs ou le public peuvent aussi accéder aux publications.

Quelques observations ...

- La simple mention de coordonnées URL à l'intérieur d'un message publicitaire ne suffit pas à générer des visites ;
- Les contraintes de la communication institutionnelle s'accroissent mal de sites ouverts (communautés virtuelles ou des blogues) permettant à des visiteurs de contribuer au contenu en laissant des commentaires ou des critiques ;

The screenshot shows a blog post on the website 'Le patrouilleur du net'. The post is titled 'Une campagne virale... pour la chlamydia!' and is published by Dominique Arpin on February 19, 2010. The main content is a video player showing a woman in a white lab coat talking to a group of young people in a cafe. Below the video, there is a short paragraph of text and a list of 37 comments. The right sidebar contains social media icons for Vlog, YouTube, Facebook, and Twitter, along with an advertisement for a Dell laptop and a list of blogs the author follows.

Le patrouilleur du net

Accueil | Biographie | Contact

Une campagne virale... pour la chlamydia!
publié par Dominique Arpin à 16:35

Chlamydia au menu

Sans doute inspiré par les comédies musicales spontanées de la gang d'improv Everywhere (Je pense à celle-ci et celle-ci), le Ministère québécois de la Santé et des Services sociaux (MSSS) vient de lancer une campagne virale pour inciter les jeunes à se protéger en matière de sexe.

Dans ce premier clip, tourné au Cégep Marie-Victorin à Longueuil Montréal, une fille et son chum se chichanent en pleine cafétéria avant d'entamer un tour de chant sur le thème de la chlamydia devant les yeux étonnés des étudiants présents. Plus de détails sur LCI.

Reste maintenant à savoir si le clip se propagera aussi vite que la chlamydia! La vidéo a été visionnée seulement 3500 fois en trois jours et n'a reçu que quatre commentaires (positifs) jusqu'à maintenant.

37 Commentaires »

1 Guillaume 19 février 2010 à 16:50
La technique choisie p-e originale, certes, mais le résultat final est plutôt maladroit et plutôt inefficace dans un médium électronique.

Selon moi, le résultat (de conscientisation) a plus de chance d'être atteint pour ceux qui étaient sur le site qu'en envoyant ça à l'aveuglette sur les interwebs.

Publicité

PROFITEZ DE CETTE OFFRE INCROYABLE MAINTENANT.
Le portable Vostro™ 1520
Montrez-moi
599\$
Moyennant le paiement anticipé de 200\$.
L'offre se termine le 11 mars 2010.

intel | MAGASINEZ

Surveillez l'avis juridique

Les blogues que je lis

- Carl Charest
- Cédric Essiminy
- Chroniques Blondes
- Éric Baillargeon
- Fagstein
- Futbiz
- Gérant d'estrade
- Ginx Desjardins
- Guy Delisle
- ispb.ca
- Jean-François Codère

Quelques observations ...

- le maintien et les mises à jour imposent des contraintes humaines ou économiques souvent sous-estimées au moment de la décision ;
- Plusieurs visites sur le site d'une campagne proviennent de spécialistes, praticiens et collaborateurs qui ne forment pas le public ciblé.

Mesurer le succès

- La notoriété d'un site web est davantage un indice de l'efficacité de sa promotion que de sa notoriété et de son importance pour l'internaute;
- L'utilisation de moteurs de recherche a rendu l'importance du nom des sites relative puisqu'ils constituent la principale entrée sur les sites (dont le nom est souvent peu mémorisé voire noté *a posteriori*);

Mesurer le succès

- Si l'achat de mots-clés, la publicité ciblée, les bannières ou les boîtes promotionnelles, constituent des stratégies de promotion de sites jugées intéressantes dans le domaine publicitaire, peut-on les transposer à la promotion de la santé ?

L'illusion du *clic*

- Le *clic* ne constitue pas un indicateur de la lecture ou de la compréhension du matériel présenté.
- Les problèmes de littératie et de numératie rencontrés avec la diffusion de documents imprimés subsistent voire sont augmentés avec la communication sur le web.
- Même pour les publics jeunes – que l'on considère généralement plus à l'aise avec l'Internet que les générations précédentes - la lecture d'informations relatives à la santé peut poser des défis n'ayant rien à voir avec la technologie.

Un constat ...

À l'heure actuelle, au Québec et ailleurs, plusieurs pages web de campagnes sociales ne sont encore souvent que la version électronique d'un dépliant imprimé.



PRENEZ VOS MÉDICAMENTS AU SÉRIEUX...

Parce qu'il s'agit de votre santé, l'usage des médicaments ne doit jamais être pris à la légère. Pour traiter ou prévenir la maladie, les médicaments prescrits, en vente libre et les produits de santé naturels provoquent tous des changements dans votre organisme.

Soyez vigilant et mettez en pratique quelques conseils pour un usage efficace et sécuritaire des médicaments.

5 conseils de bon usage des médicaments

... en adaptant de votre habitude de vie

Avoir une alimentation équilibrée, se bien laver, faire de l'exercice, consommer de l'alcool avec modération, ça aide aussi à protéger la maladie.

EN SAVOIR PLUS

... en respectant les recommandations de vos professionnels de la santé

Pour que vos médicaments, soient pleinement efficaces, il est très important de en prendre à la bonne dose et au bon moment, selon les directives de votre médecin ou de votre pharmacien.

EN SAVOIR PLUS

... en les prenant régulièrement

Devoir prendre des médicaments pour une durée prolongée peut occasionner parfois tout ou parti, mais c'est souvent nécessaire. Suivez scrupuleusement les conseils de plusieurs médecins, infirmières ou pharmaciens de votre ville à vos professionnels de la santé.

EN SAVOIR PLUS

... en conservant la liste de tous vos médicaments

La liste complète et à jour de vos médicaments est un outil essentiel à vos professionnels de la santé pour mieux vous soigner.

EN SAVOIR PLUS

... en sachant pourquoi et comment votre traitement a été modifié

Des changements dans votre traitement et des changements de vos habitudes de vie peuvent modifier votre traitement. La consultation de vos professionnels de la santé est d'ailleurs plus.

EN SAVOIR PLUS



1-877-645-4643
Québec
 © Gouvernement du Québec 2014

TASJUSTE
1VIE
.COM

ALCOOL
DROGUE

Quel est ton profil de consommation?

As-tu un problème?

Comment t'en sortir?

Comment aider quelqu'un?

Les drogues et leurs effets

La liste des drogues

La Loi de l'effet

Tu n'es pas seul

ITS

JEU

ZONE **1/2** SOUS-SOL

QUEL EST TON PROFIL DE CONSOMMATION?

- Abstiné**
Tu n'as jamais touché à la drogue ou à l'alcool ou tu as complètement arrêté d'en consommer.
- Explorateur**
Tu consommes pour le plaisir ou par influence pour expérimenter les effets. Pour toi, le coût, l'effet, la crainte des conséquences et les torts pour ta santé sont suffisamment dissuasifs. Tu considères donc ta consommation comme passagère.
- Occasionnel**
Tu consommes de cinq à dix fois par année, et ta consommation est planifiée, sociale et surtout axée sur le plaisir.
- Régulier**
Tu consommes d'une à trois fois par semaine, tout comme la majorité de tes amis. Ta consommation provoque parfois des conflits dans ta famille, à l'école ou à ton travail. Mal à l'aise quand tu ne consommes pas, tu accordes une grande place à la consommation, tant dans tes pensées que dans tes activités.
- Abusif**
Ta consommation n'a pas lieu nécessairement plusieurs fois par semaine, mais elle implique de grandes quantités et des mélanges de substances. Tu consommes, entre autres, pour te changer les idées, oublier tes problèmes ou te connecter de la réalité.
- Surconsommateur**
Tu consommes une fois par semaine, au minimum, et ta consommation entraîne des problèmes avec ta famille et tes amis ainsi qu'à ton travail ou à l'école. Tu ne réalises plus la consommation. Des symptômes physiques se manifestent souvent quand tu ne consommes pas pendant un moment.

Life or Meth

TWO-THIRDS OF METH USERS USING THIS SITE ARE INSPIRED OR EMPOWERED TO QUIT!

BE CRYSTAL CLEAR

BECAUSE EVERYONE HAS THE RIGHT TO MAKE INFORMED CHOICES!

- LIFE OR METH INTRO
- WHAT IS CRYSTAL METH
- CRYSTAL AND AIDS
- CRYSTAL CULTURE
- YOUR EXPERIENCES
- HEALING ADDICTION
- AIDS INC. UNCOVERED
- AROUND THE GLOBE
- THE CRYSTAL HAZE
- POSTER CAMPAIGNS
- LINKS: NEWS

"The best website ever on crystal meth"
Positive Action, San Diego

TELLING IT LIKE IT IS TO

1837819

VISITORS
SINCE 1 NOVEMBER 2002

Just one night with Crystal Meth... can undo years of safe sex.

LIFE OR METH is a non-judgmental response to the meth scourge and antidote to the rigidly politically correct gay men's sexual health sector, whose unwavering failure to act swiftly and effectively enables devastating threats like HIV and meth to thrive unhindered and destroy lives. [Click here]

The freedom to make responsible choices is only possible if the hard facts are readily available. This site enables potential users to make informed choices based on all available evidence: anecdotal, intuitive and, when it finally catches up, scientific.

Meth is clinically more addictive and destructive than heroin and crack cocaine, and a key factor in today's soaring HIV rates among men who have sex with men. Unlike HIV, however, meth can be defeated right now: truthful knowledge is the vaccine; empowerment is the cure. Only truth can awaken the abuser himself to the futility of his destructive behaviour and unravel the underlying issues that define his addiction, thereby aiding him to break free and reclaim control of his life. By contrast, "harm reduction" can only sustain and perpetuate meth's degrading grip on the user and his environment. Don't be a victim. CHOOSE LIFE!

22 AUG '08 Hardhitting, shock meth campaign in Montana sees 45% fall in use in teens and 75% fall in adult users...

POSTER CAMPAIGN

MOST RECENT ADDITION

VISITOR TESTIMONIALS

MAKE A DONATION!

LIFE OR METH is a not-for-profit concern. We depend on private donations to fund our ongoing research and keep this lifesaving resource running and independently voiced (please click here). LIFE OR METH is proudly affiliated with CAAMA, Sydney.

CONTACT US!

Top Rehab Carribean
Maximum privacy, Curaçao Island 5 star resort customized treatment
www.jellinekerehab.nl/en

Residential Drug Rehab
Let us help stop the pain caused by drug addiction. Free Service!
4rehabilitation.com

Find Drug Rehab Centers
Get Professional Help Finding Drug Rehab Centers.
www.TheRehabAdvisor.com

Ads by Google

Pourtant ...

- Les avantages liés à la facilité de la diffusion de masse ont été rapidement compris par les praticiens des communications. L'argument suffisait à intégrer le web au sein de l'arsenal utilisé dans les communications institutionnelles ;
- Le web peut cependant apporter davantage, offrant un véhicule complémentaire et distinct, aux caractéristiques avantageuses pour la communication persuasive et la santé ;

Des limites à identifier

- L'outil comporte des limites qui devront être mieux étudiées.
- Le recours à Internet pour des questions sanitaires pourrait surtout être le fait de bien-portants, concernés par un problème de santé, ou déjà préoccupée de préserver leur santé;
- À la lumière des travaux portant sur l'efficacité persuasive de messages de promotion de la santé, il est permis de croire que l'efficacité de l'outil auprès d'un public indifférent, réfractaire et peu concerné est peu probable. Il ne suffit pas de « publier l'information », il faut trouver une façon de toucher la population à rejoindre (Dutta-Bergman);



Santé et Services sociaux Québec

Accueil Plan du site Nous rejoindre Portail Québec English

Recherche [input type="text"] [button OK]

Lutte contre les ITSS > Campagnes d'information > Vidéos

Vidéos de la websérie « Sors ton condom »

- Accueil
- La lutte contre les ITSS
- Statistiques
- Foire aux questions
- Campagnes d'information**
 - Campagnes
 - Affiches
 - Journée mondiale sida
- Vidéos**
 - Sites promotionnels
 - Bandes illustrées
 - Prix reconnaissance
 - Documentation
 - Aide et ressources
 - Liens utiles
 - Pour nous rejoindre

Épisode 1: Bobo et Marjo dorment en cuillère.

Épisode 2: Mike et Loulou le font en 48 positions.

Épisode 3: Mitch et Titi s'envolent en l'air.

Épisode 4: Alex et Juju sautent la clôture.

Un instrument en émergence

- On connaît encore mal la façon dont l'internaute utilise le matériel qu'il reçoit en ligne ;
- Théoriquement, Internet pourrait permet d'envisager des interventions mieux adaptées aux caractéristiques de segments de la population moins touchés par les médiums « grand public » habituels. S'il est difficile d'adapter le niveau de discours d'un dépliant imprimé à divers groupes de lecteurs, il en va tout autrement d'une version électronique dont le propos et la forme pourraient être déclinés en fonctions des publics ;
- Le web offre aussi un accès anonyme à l'information et s'avère particulièrement pertinent pour des problématiques pouvant susciter la gêne, la peur, ou le jugement d'autrui .

- Plusieurs considérations importantes pour les acteurs de la santé publique ont moins d'importance pour les publicitaires et les professionnels du marketing qui œuvrent le plus souvent pour des clients du secteur commercial.
- L'évolution des pratiques web dans les campagnes ***repose donc sur l'intégration de savoirs issus de la santé publique au travail des concepteurs et sur une reconnaissance du caractère particulier des enjeux relatifs à la santé publique dans le milieu publicitaire.***

Pistes de recherche

- Le développement de modalités d'évaluation permettant d'apprécier l'impact d'actions sur Internet demeure prioritaire ;
- L'appréciation d'éventuelles retombées indésirables d'actions de communication est un enjeu crucial. La possibilité d'effets pervers, comme cela a été observé lors de campagnes sociales, devrait être une préoccupation constante pour les promoteurs de campagnes sociales en ligne.

- Les chercheurs œuvrant en santé publique doivent garder à l'esprit qu'Internet est un territoire encore vierge qui se développe principalement en fonction d'enjeux commerciaux.
- Les usages du web se construisent chaque jour, à partir des actions des pratiques des internautes.
- Le développement du potentiel d'Internet pour la santé publique est tributaire de l'implication des chercheurs et praticiens de cette discipline au sein de la cybersphère.
- L'avenir demeure prometteur ...



