



National Collaborating Centre  
for Determinants of Health

Centre de collaboration nationale  
des déterminants de la santé

**LA SANTÉ  
PUBLIQUE A  
LA PAROLE**

## **LA SANTÉ PUBLIQUE A LA PAROLE : LES MÉDIAS SOCIAUX, QU'EST-CE QUE C'EST ET COMMENT PEUVENT-ILS FAVORISER L'ÉCHANGE DES CONNAISSANCES SUR LES DÉTERMINANTS SOCIAUX DE LA SANTÉ?**

Les médias sociaux constituent un retour aux sources en matière de promotion de la santé. Ils contribuent à changer le visage des communications sur la santé. Les outils qui s'y rattachent pourraient servir les efforts déployés par la santé publique pour obtenir la participation de la population, favoriser la collaboration entre les secteurs et exercer une influence.

(Traduction libre) (<http://nccdh.ca/blog/entry/SDH-social-media-blog3>)

Le Centre de collaboration nationale des déterminants de la santé a dirigé une conversation en ligne dans la communauté en ligne Cliquez pour l'équité en santé (<http://nccdh.ca/fr/community>) afin d'examiner la question : Comment les organismes se servent-ils des médias sociaux pour échanger des connaissances sur les déterminants sociaux de la santé et l'équité en santé?

La conversation a eu lieu en novembre 2013. Pemma Muzumdar, spécialiste du transfert des connaissances, s'est chargée de l'animation et Cameron Norman a agi comme contributeur invité.



**PEMMA MUZUMDAR**

*Courticière des connaissances*  
Centre de collaboration nationale des  
déterminants de la santé



**CAMERON NORMAN**

*Principal, CENSE Research + Design*  
Chercheur principal, Ivey International Centre  
for Health Innovation, Université Western

## Grandes lignes

**Les personnes participantes ont déclaré que leur organisme utilise les médias sociaux pour échanger des connaissances sur les déterminants sociaux de la santé et l'équité en santé dans l'un ou l'autre des buts suivants :**

- Accroître la visibilité, l'intelligibilité et la transparence des enjeux et des pratiques se rapportant aux déterminants sociaux de la santé.
- Fournir de l'information et des hyperliens vers des ressources en ligne, dont des rapports et autres documents d'intérêt.
- Moyennant un coût négligeable, élargir sa portée afin de couvrir un auditoire mondial au-delà des « personnes habituelles » et du réseau plus formel de la santé publique dans leur contexte local.
- Passer par l'externalisation ouverte (crowdsourcing) pour répondre aux questions émanant de la santé publique.
- Adopter une démarche centrée sur l'utilisateur afin de mieux comprendre les processus de planification, les politiques et les services.
- Participer aux conversations (p. ex. en clavardant sur Twitter), rehausser sa crédibilité comme spécialiste dans une matière donnée et nouer des liens indispensables au travail en santé publique à l'échelle locale, soit :
  - mobiliser les commerces, les décideurs et les politiciens de la région qui participent aussi aux discussions dans les médias sociaux;
  - établir des relations avec les journalistes qui se servent souvent des médias sociaux pour trouver des sujets, des idées et des personnes avec qui communiquer.
- Constituer un réservoir de fidèles de qualité et encourager un engagement plus intensif comme suit :
  - continuer d'alimenter le même message le plus longtemps possible;
  - surveiller les activités des utilisateurs et saisir les occasions intéressantes de donner suite à

l'information ou aux appels à l'action;

- identifier les individus à rencontrer en personne ou qui pourraient contribuer à d'autres activités et communiquer avec eux;
  - entrer en contact avec les utilisateurs des médias sociaux afin d'approfondir certaines questions ou de leur donner l'occasion de faire partie de la solution.
- À partir de son expérience, formuler des observations qui remettent en question les comportements qui font obstacle aux initiatives en matière de politiques publiques liées aux déterminants sociaux de la santé.
  - Continuer de prendre le pouls de ce qui se passe en matière de déterminants sociaux de la santé sur les plans local, provincial, territorial, national et international (p. ex. en surveillant le mot-clic #SDOH et ce qui se passe ailleurs dans les organismes voués à la justice sociale et les groupes et les réseaux de lutte contre la pauvreté).

**Les participants ont mentionné que le recours aux médias sociaux pour échanger des connaissances présente certains défis, par exemple :**

- Il faut savoir se servir des médias sociaux comme plate-forme pour favoriser la participation, la contemplation et la réflexion, et non pas seulement comme outil de diffusion.
- Il importe de comprendre le rôle que peuvent jouer les médias sociaux en matière de changement social et politique, c'est-à-dire comme moteur de changement par opposition à la simple fonction de permettre de mieux comprendre ce qui se passe en temps réel dans une région, un pays ou même ailleurs dans le monde en s'appuyant sur le point de vue de gens de divers horizons ([www.newyorker.com/reporting/2010/10/04/101004fa\\_fact\\_gladwell](http://www.newyorker.com/reporting/2010/10/04/101004fa_fact_gladwell) — en anglais).

## LA SANTÉ PUBLIQUE A LA PAROLE : LES MÉDIAS SOCIAUX, QU'EST-CE QUE C'EST ET COMMENT PEUVENT-ILS FAVORISER L'ÉCHANGE DES CONNAISSANCES SUR LES DÉTERMINANTS SOCIAUX DE LA SANTÉ?

- Il faut trouver comment utiliser le plus judicieusement possible les divers médias sociaux (p. ex. Twitter pour de courts messages spontanés et converser avec le reste du monde dans un système ouvert).
- Il est important d'élaborer des stratégies et des processus internes concernant l'usage des médias sociaux :
  - afin de faire la distinction entre les prises de position organisationnelles et les points de vue personnels [p. ex. « mes gazouillis ne reflètent que mon opinion » (traduction libre)].
- Il importe de trouver des données probantes sur l'usage adéquat des médias sociaux étant donné le rythme accéléré des communications dans les médias sociaux et la rapidité avec laquelle évoluent les outils.
- La D<sup>re</sup> Monica Dutt, médecin hygiéniste de Cape Breton, passe par Twitter (@Monika\_Dutt) pour parler de sujets liés à la justice sociale ou à l'orientation du système de soins de santé. Elle trouve cet outil utile pour entrer en contact avec les résidents locaux et gagner leur confiance, connaître le point de vue de spécialistes et diffuser rapidement des messages pendant des situations d'urgence mineures.
- Certains ont également cité Avaaz comme un exemple d'organisme utilisant avec astuce les médias sociaux de masse et les pétitions en ligne pour ses activités de revendication. Les clés de sa réussite reposent notamment sur des campagnes très nettement ciblées, des appels à l'action clairement énoncés, la diffusion des résultats de ses activités (ce qui a pour effet de galvaniser l'enthousiasme pour la campagne) et autres activités.

### Exemples

- Durant une présentation devant le conseil municipal sur les iniquités en santé observées dans la région, le Service de santé publique de Sudbury et du district (@equitysdhu) s'est joint aux journalistes locaux qui échangeaient des gazouillis en temps réel. Il a pu ainsi donner une liste de ressources, de l'information générale de même que des pistes de solution concernant les questions débattues.
- Upstream a surveillé la contribution des personnes en ligne afin d'en dégager les points qui intéressent particulièrement les gens et les questions qui, selon ceux-ci, méritent l'étiquette « j'aime » ou « transmettre » afin d'y donner suite par des mesures et des campagnes ciblées. Par exemple, si quelqu'un affichait des messages sur la nécessité de mettre en place de meilleures infrastructures pour les cyclistes, l'organisme l'invitait à participer à une prochaine campagne pour de meilleures pistes cyclables.

### Questions à débattre

- Comment les nouvelles formes de médias sociaux pourraient-elles s'inscrire dans les pratiques fondées sur les données probantes pour améliorer l'équité en santé?
- Comment utiliser avec ingéniosité les médias sociaux pour mieux éclairer le processus de planification (en particulier pour obtenir l'avis des personnes que l'on cherche à viser plus directement)?
- Comment se servir des médias sociaux comme outil rassembleur de toutes sortes de voix et de formes de données probantes (p. ex. récits et œuvres artistiques) afin de créer une plate-forme propice à la cocréation des connaissances?

## LA SANTÉ PUBLIQUE A LA PAROLE : LES MÉDIAS SOCIAUX, QU'EST-CE QUE C'EST ET COMMENT PEUVENT-ILS FAVORISER L'ÉCHANGE DES CONNAISSANCES SUR LES DÉTERMINANTS SOCIAUX DE LA SANTÉ?

### Ressources connexes

1. Kansas University Working Group for Community Health and Development. *Community Tool Box*. Chapitre 33 : « Conducting a Direct Action Campaign », sous-titre 19 : « Using social media for digital advocacy » [Internet]. Lawrence (Kansas), Université du Kansas, date inconnue [cité le 14 juin 2014]. À récupérer à l'adresse <http://ctb.ku.edu/en/table-of-contents/advocacy/direct-action/electronic-advocacy/main>.
2. Gladwell, M. « Small change: Why the revolution will not be tweeted » [Internet]. *The New Yorker*, 4 octobre 2010. À récupérer à l'adresse [www.newyorker.com/reporting/2010/10/04/101004fa\\_fact\\_gladwell](http://www.newyorker.com/reporting/2010/10/04/101004fa_fact_gladwell).
3. Gouvernement du Canada. *Les médias sociaux – introduction* [Internet]. Mars 2010 [cité le 14 juin 2014]. À récupérer à l'adresse [www.parl.gc.ca/content/lop/researchpublications/2010-03-f.htm](http://www.parl.gc.ca/content/lop/researchpublications/2010-03-f.htm).
4. Herman, J. « Social media metrics for federal agencies » [Internet]. Howto.Gov (aujourd'hui DigitalGov.gov), 19 avril 2013. À récupérer à l'adresse [www.howto.gov/social-media/using-social-media-in-government/metrics-for-federal-agencies](http://www.howto.gov/social-media/using-social-media-in-government/metrics-for-federal-agencies).
5. Miller, J. « New era of social media pushes agencies toward data, away from platforms » [Internet]. 10 janvier 2013, *Federal News Radio*. À récupérer à l'adresse [www.federalnewsradio.com/526/3187404/New-era-of-social-media-pushes-agencies-toward-data-away-from-platforms](http://www.federalnewsradio.com/526/3187404/New-era-of-social-media-pushes-agencies-toward-data-away-from-platforms).
6. Norman, C.D. « Social media and health promotion ». *Global Health Promotion* [Internet]. Décembre 2012 [cité le 13 mai 2014], vol. 19, no 4, p. 3 à 6. À récupérer à l'adresse <http://ped.sagepub.com/content/19/4/3.refs>.
7. Standage, T. « Writing on the wall: Social media – the first 2000 years » [Internet]. *The Guardian*, 11 octobre 2013. À récupérer à l'adresse [www.theguardian.com/books/2013/oct/11/writing-wall-social-media-standage-review](http://www.theguardian.com/books/2013/oct/11/writing-wall-social-media-standage-review).
8. Centre for Global eHealth Innovation. *Journal of Medical Internet Research*. JMIR Publications Inc., Toronto (Ont.). À récupérer à l'adresse [www.jmir.org](http://www.jmir.org).

### Coordonnées

Centre de collaboration nationale  
des déterminants de la santé  
Université St. Francis Xavier  
Antigonish (N.-É.) B2G 2W5  
Courriel : [ccnds@stfx.ca](mailto:ccnds@stfx.ca)  
Téléphone : 902-867-5406  
Télécopieur : 902-867-6130  
Site Web : [www.ccnds.ca](http://www.ccnds.ca)  
Twitter : @NCCDH\_CCNDS

Rédaction : Aggie Mazzucco, experte-conseil indépendante, et Sume Ndumbe-Eyoh, spécialiste du transfert des connaissances (CCNDS), à la lumière des commentaires de Pemma Muzumdar (CCNDS).

Le Centre de collaboration nationale des déterminants de la santé est situé à l'Université St. Francis Xavier.

Veillez citer l'information contenue dans le présent document comme suit :

Centre de collaboration nationale des déterminants de la santé. (2014). *La santé publique a la parole : les médias sociaux, qu'est-ce que c'est et comment peuvent-ils favoriser l'échange des connaissances sur les déterminants sociaux de la santé?* Antigonish (N. É.), Centre de collaboration nationale des déterminants de la santé, Université St. Francis Xavier.

ISBN : 978-1-926823-89-8

La production du présent document est rendue possible grâce à un apport financier de l'Agence de la santé publique du Canada, qui finance le Centre de collaboration nationale des déterminants de la santé (CCNDS).

Les points de vue exprimés dans le présent document ne reflètent pas nécessairement ceux de l'Agence de la santé publique du Canada.

Une version électronique (en format PDF) du présent document est disponible dans le site Web du Centre de collaboration nationale des déterminants de la santé à l'adresse [www.ccnds.ca](http://www.ccnds.ca).

A PDF format of this publication is also available in English at [www.nccdh.ca](http://www.nccdh.ca) under the title *Public Health Speaks: What is social media, and how can it support knowledge exchange on the social determinants of health?*