

Santé et médias

Mesure et démesure

influence



Le poids de la santé dans nos médias

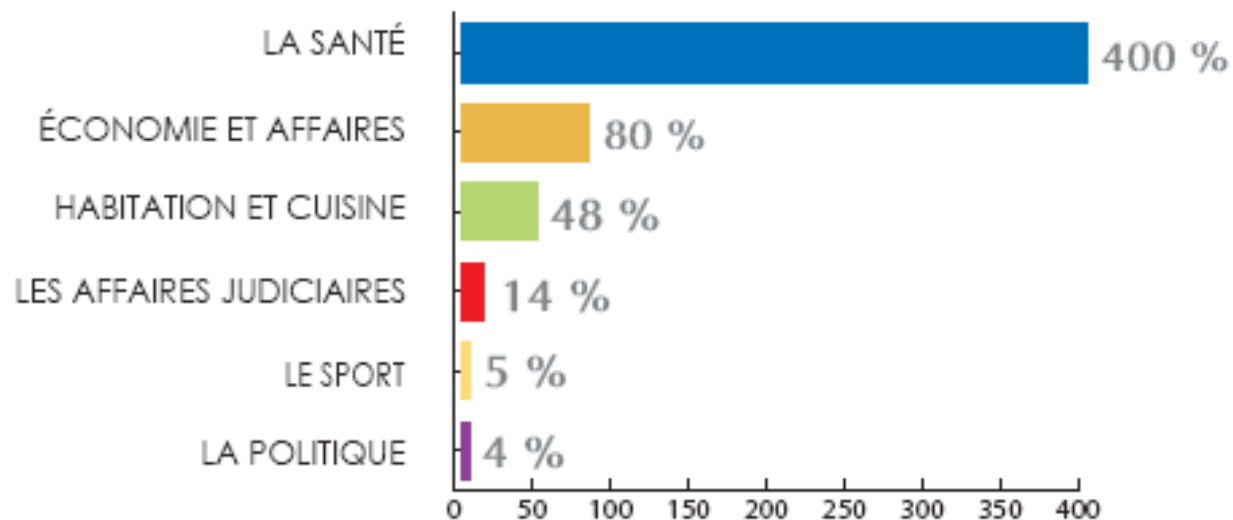
Poids médias				
Thèmes	Québec	Moyenne	Canada	Monde
Sports	19,48 %	15,42 %	12,84 %	10,42 %
Faits divers et affaires judiciaires	12,33 %	12,29 %	9,23 %	9,06 %
Politique provinciale ou régionale	10,16 %	8,45 %	5,89 %	6,81 %
Nouvelles locales	9,41 %	9,20 %	7,31 %	6,62 %
International	8,42 %	0,61 %	9,73 %	10,68 %
Politique fédérale ou nationale	7,79 %	6,27 %	11,44 %	13,42 %
Économie et affaires	6,37 %	8,43 %	10,17 %	13,75 %
Technologies	4,45 %	3,61 %	4,32 %	5,43 %
Arts, spectacles et médias	4,08 %	4,49 %	4,42 %	7,54 %
Cuisine	3,64 %	3,06 %	3,07 %	3,21 %
Automobile	3,36 %	3,72 %	3,28 %	3,86 %
Santé	1,63 %	1,88 %	2,05 %	2,01 %
Environnement	1,62 %	3,01 %	1,58 %	1,95 %
Habitation	1,17 %	1,70 %	1,72 %	1,33 %
Météo	1,19 %	1,19 %	0,48 %	0,26 %
Prix de l'essence	1,14 %	1,16 %	1,11 %	1,02 %
Insolite	0,81 %	1,45 %	1,56 %	0,88 %
Nouvelles pancanadiennes	0,56 %	0,83 %	7,47 %	0,00 %

- 7 000 éléments de nouvelles par jour
- 85 % des nouvelles disparaissent en 24 heures ou moins
- Une polarisation importante
- Une des presses les moins tabloïds au monde
- Une des régions les moins intéressées par les nouvelles internationales
 - 4 émissions de TLMEP = 1 année sur l'Afrique
 - 82 % du contenu international = SRC + La Presse

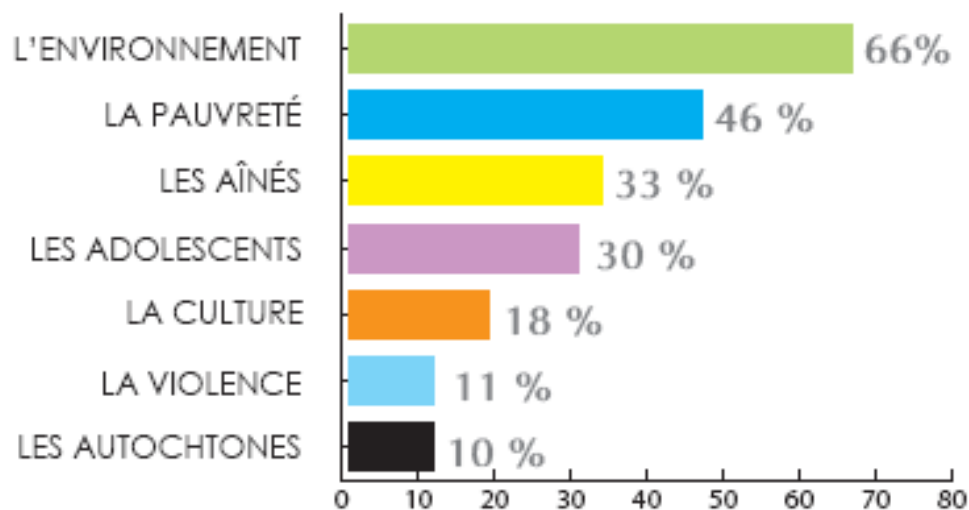
- **Télévision**
Impact : perception
- **Quotidien**
Réflexion : changement d'attitude
- **Radio**
Alerte : savoir ce qui se passe
- **Hebdomadaire**
Moteur de micro-changement
- **Cybermédia**
Alerte : savoir ce qui se passe
- **Média social**
Perron d'église moderne : accélération, amplificateur et multiplicateur

Média	Source des médias le matin	Source des médias le reste de la journée
Télévision	3%	55%
Cybermédia	3%	16%
Média social	-1%	13%
Radio	13%	12%
Quotidien	80%	4%
Hebdomadaire	-1%	-1%

Les grands thèmes en hausse sur 24 mois



Les grands thèmes en baisse sur 24 mois



Pauvreté, aînés et Autochtones = cuisine et recettes

Rang	Nom	%
1	Jaroslav Halak	3,96 %
2	Jean Charest	3,39 %
3	Michael Cammalleri	2,80 %
4	Carey Price	2,56 %
5	Stephen Harper	2,40 %
6	Brian Gionta	2,19 %
7	Tomas Plekanec	2,12 %
8	Barack Obama	2,10 %
9	Andrei Markov	1,76 %
10	Jacques Martin	1,66 %

- Une croissance constante du volume de nouvelles (20 % en 10 ans)
- Espérance décroissante (69 % - 85 %)
- Polarisation et clonage
- Désintérêt des enjeux sociaux à faible rendement

- Une connaissance horizontale (surfer sur l'info)
- Une mémoire à court terme
- Une opinion-minute
- Un scepticisme croissant à l'égard du monde médiatique
- Une baisse de la fidélisation
- Une émergence du vedettariat (individualisme)
- Une montée des médias non conventionnels
- Une formation de collectivités d'individualistes

Plus importantes causes de décès au Canada selon le taux de mortalité et l'occupation relative d'espace dans les médias

Maladie ou Cause de décès	Espace occupé dans les médias	Taux de mortalité normalisé par 100 000 habitants ¹ (rang)
Suicide	26,69 %	11,3 (12)
VIH / SIDA	16,59 %	1,3 (22)
Maladies du cœur et cérébrovasculaire	10,80 %	171,0 (1/3) 133,3 / 37,7
Cancer du sein	8,75 %	24,1 ² (6)
Diabète	7,23 %	20,5 (8)
Alzheimer	6,85 %	13,1 (10)
Cancer du poumon	2,04 %	47,0 (2)
Cancer colon / colorectal	1,77 %	18,3 (9)
Cancer de la prostate	1,75 %	24,1 ³ (6)
Maladies chroniques des voies respiratoires et accidents	(non mesurés)	25,8 / 25,5 (4/5)

1. Selon Statistique Canada, données de 2003

2. Taux associé aux personnes de sexe féminin seulement

3. Taux associé aux personnes de sexe masculin seulement

Nos médias savent apprendre de leurs erreurs

influence

Le Quotidien (22-09-2006)

Grippe aviaire

Les thanatologues se
préparent au pire

Nos médias savent apprendre de leurs erreurs

influence

Le Journal de Montréal

Nouvelles, vendredi 21 août 2009, p. 5

En cas de pandémie, les thanatologues pourraient reporter des funérailles

Prêts à recevoir plus de morts

Nos médias savent apprendre de leurs erreurs

influence

Le poids médias global de la grippe A(H1N1) et de l'ensemble de ses composantes en 2009



Santé des femmes **88 %**

Santé des hommes **12 %**

Intérêt pour la santé selon l'âge

influence

- **Adultes** **54 %**
- **Enfants** **23 %**
- **Aînés** **12 %**
- **Ados** **11 %**

Perspective humaine : 51,55 %

influence

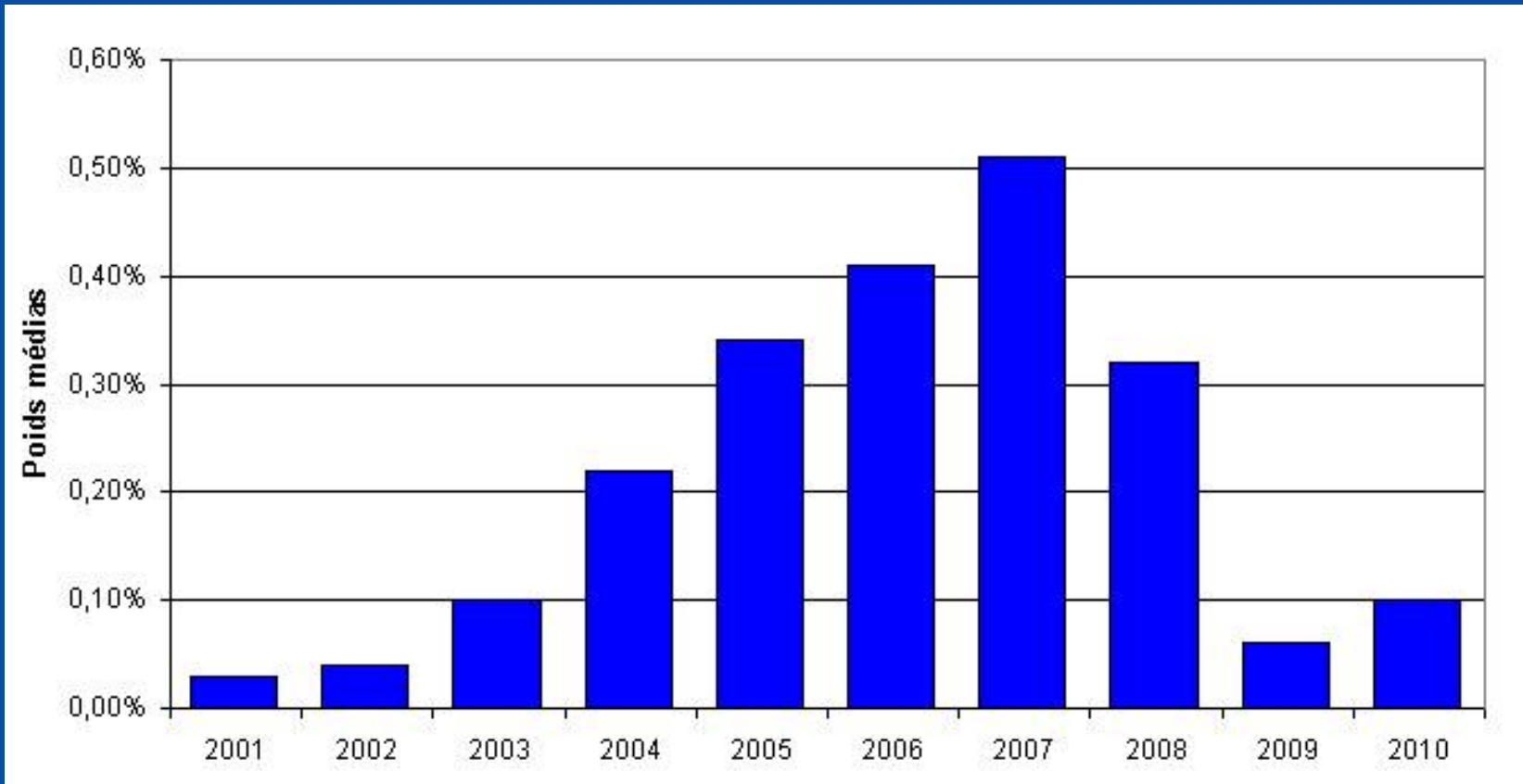
	% total	% humain
Maladies	16,84%	32,76%
Alimentation	9,15%	17,81%
Drogue, alcool et cigarette	7,16%	13,94%
Femmes	6,80%	13,23%
Santé mentale	1,66%	3,22%
Enfants	3,27%	6,35%
Aînés	1,69%	3,29%
Adolescents	1,54%	3,00%
Hommes	1,77%	1,77%
Autres	2,37%	4,62%

Perspective structurelle : 48,45 % influence

	% total	% Structurel
Financement / administration du système de santé	27,81%	57,81%
Engorgement des urgences	5,76%	11,97%
Ministre Bolduc	5,00%	10,40%
Travailleurs de la santé	4,74%	9,86%
CHUM	3,41%	7,09%
Autres	1,38%	2,87%

Le poids médias du cancer sur 10 ans

influence



- Hausse du poids médias sur 10 ans:
près de 700 %
- Poids médias moyen du cancer dans les médias:
0,20 %
- Équivalences :
 - **Une année = une partie du Canadien de Montréal**
 - **91 fois moins que le sport**
 - **30 % des recettes et trucs de cuisine**
 - **Pauvreté**

Les pôles d'intérêt à l'égard du cancer

influence

Témoignages	34,21%
Recherche et financement	21,31%
Soins structure	16,05%
Recherche et découvertes	14,28%
Soins humains	5,12%
Support familles/patients	3,14%
Prévention	1,31%
Autres	4,58%

Les archétypes médiatiques du cancer dans les médias

influence

- Une personne sur deux aura un cancer.
- C'est le fléau des temps modernes.
- La médecine semble encore démunie face à la maladie.
- Les personnes atteintes bénéficient de peu de support de l'État.

- Démystifier et miser sur la prévention
- Former des porte-paroles qui interviendront dans différents pôles d'intérêt
- Tirer profit des opportunités de communication telles que la basse saison.