

20^e
CONGRÈS
NATIONAL

CNGE COLLÈGE ACADÉMIQUE

Exercer et enseigner la médecine générale



16 - 18 JUIN **Bordeaux**
2021 **PARC**
DES EXPOSITIONS



Etude exploratoire des stratégies de recherche d'informations médicales sur internet par les patients

Dr HOICHEUX Celine
Dr MONTARIOL Yves

Absence de conflit d'intérêt



Contexte et objectifs

- Evolution de la recherche d'informations
- Evolution de la relation médecin-malade

De quelle façon le patient internaute réalise-t-il une recherche médicale en 2019 ?

Objectif principal: Identifier les techniques d'accès à l'information utilisées par le patient lorsqu'il réalisait une recherche internet sur un sujet médical

Objectifs secondaires: Percevoir le sentiment et la critique du patient vis-à-vis de l'information trouvée et établir un recueil des différents sites consultés par ce dernier



Matériel et méthode

- Recrutement dans des cabinets médicaux de médecine générale d'Aquitaine
- Échantillonnage de patients en variation maximale
- Etude en deux phases:
 - **1^e phase** : la recherche internet effectuée par le patient
Observation discrète de l'écran: logiciel OBS[®]
Retranscription sous Excel[®]
Analyse sous PowerBI[®]
 - **- 2^e phase** : l'entretien semi-structuré avec le patient
11 Questions ouvertes
Enregistrement audio
Retranscription sur Word[®]
Analyse sous Nvivo 12[®]

**Parallèle avec L'étude
réalisée par Eysenbach et
Köhler en 2002**



Résultats

Données socio-démographiques:

Recueil de données réalisé du 27 mai au 12 septembre
2019

Participation de 18 patients à l'étude:

Age moyen: 48 ans

11 femmes, 7 hommes

Saturation des données obtenue après 16 entretiens



Résultats principaux(1)

❖ **Le moteur de recherche:**

93% Google®, autocomplétion, position zéro et autres questions posées, durée moyenne de la recherche = 7 minutes

confusion entre navigateur et moteur de recherche

“si c’est Firefox®, c’est Firefox®, si c’est Google® c’est Google®” (P6)

mots personnels pour la requête

“boule au niveau de l’articulation du pouce” (P17)

❖ **Affichage de la page des résultats:**

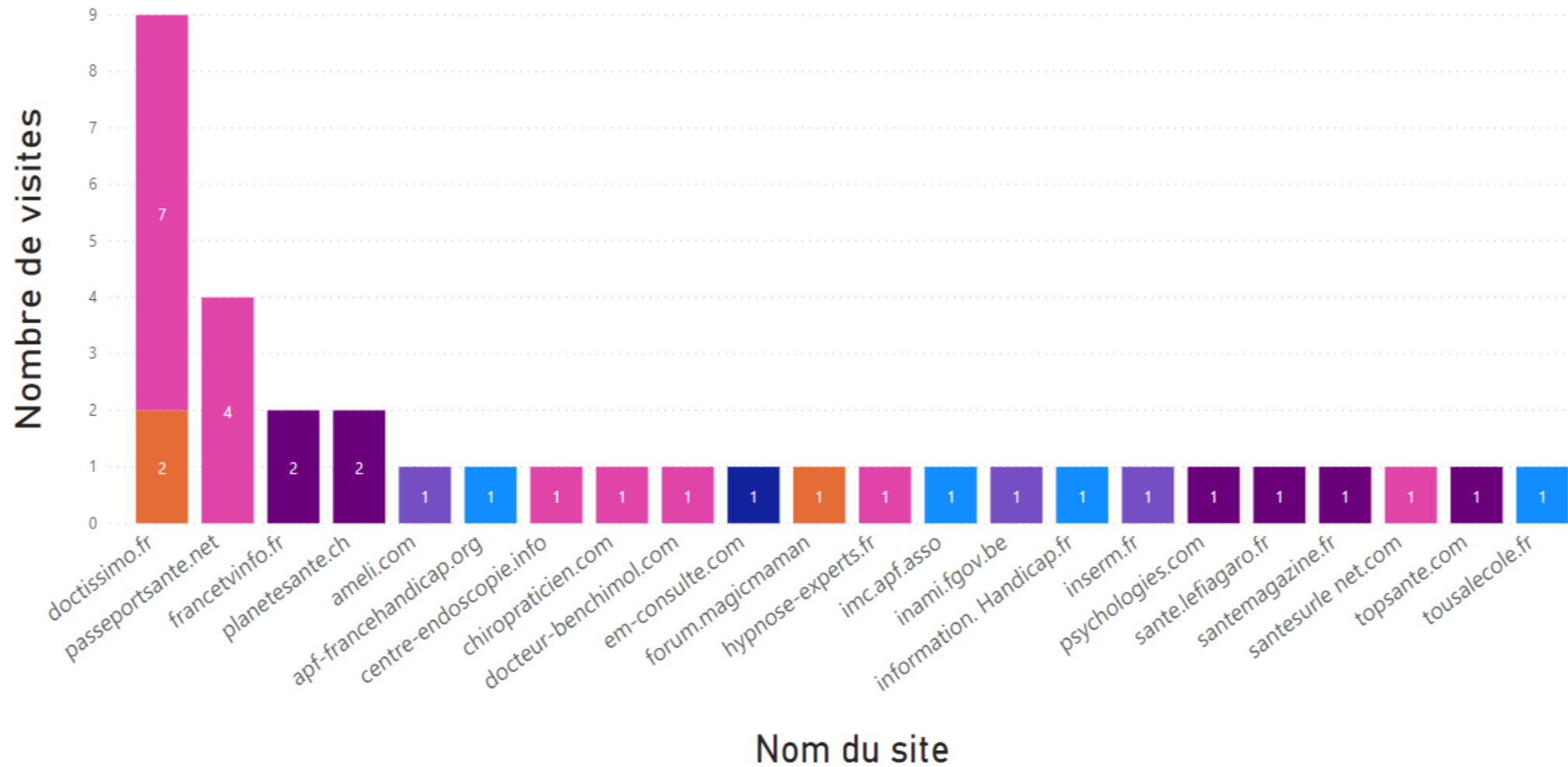
2 sites visités par recherche, dans les 7 premiers liens,

pas de stratégie préétablie

“en général je prends le premier site qui vient” (P15), “je vais tout cliquer en fait” (P12), “dans la première page, ce n’est pas la peine d’aller chercher cinquante pages” (P16)



type de site ● association de patients ● catalogue et base de donnée ● forum ● magazine ● site de santé ● site institutionnel de santé



Nombre de visites par site (n = 35 sites)



Résultats principaux(3)

❖ Ressenti du patient internaute:

angoisse et méfiance principalement

“je ne crois pas à tout ce qu’internet nous sort” (P8)

réassurance quand il s’agit de sites gouvernementaux ou conseillés par un professionnel de santé

“j’accorde un certain crédit à ce qui est l’autorité, l’administration” (P10)

❖ Sens critique du patient internaute:

importance de la compréhension du site visité

“souvent il y a des images qui expliquent mieux les pathologies” (P14)

confrontation des informations à d’autres sources (web, matérielles ou humaines)

“on a toujours un doute enfin, mais c’est pour ça aussi qu’on répète les recherches sur le même sujet” (P18)

sites référentiels gouvernementaux = confiance

“le site gouvernemental sera un référentiel” (P18)

aucune connaissance des certifications



Résultats principaux(4)

❖ La relation médecin-patient:

peu d'échange de la recherche avec le médecin

"ma femme et moi ne parlons pas de nos recherches sur internet" (P18),

médecin = source savoir de référence pour le patient internaute

"j'ai plus confiance en ce que dit le médecin qu'internet" (P12)



Discussion

• Forces

- échantillonnage raisonné, en variation maximale
- saturation des données
- cabinet médical = climat de confiance
- codages par 2 médecins et triangulation
- canevas d'entretien souple pour limiter l'influence
- canevas testé au préalable sur deux personnes
- recueil objectif des sites visités (quanti)

• Limites

- cabinet médical = crainte d'un manque de confidentialité
- enquêtrice médecin = possible biais de désirabilité social
- biais méthodologique (1ere étude pour l'enquêtrice)
- pas de retour de la part des patients sur notre travail
- petit effectif (quanti)



Discussion

Résultats principaux

- Durée de la recherche internet entre 5 et 10 min
- Utilisation systématique d'un moteur de recherche
- Visite des sites figurant sur la première page des résultats
- Consultation de 2 sites en moyenne par recherche
- Sites les plus consultés = sites de santé grand public, Doctissimo.fr
- Très peu de connaissance sur les certifications
- Peu de discussion de la recherche avec leur médecin généraliste...
- Mais médecin = expert écouté



Conclusion

- Une recherche d'informations par le patient, non optimisée conduisant à des résultats parfois erronés de sources douteuses
- L'éducation de la recherche internet par les médecins généralistes

MERCI POUR VOTRE
ATTENTION