



DE NOUVELLES STRATÉGIES DANS LA PROMOTION DU DON D'ORGANES

+ PSYCHOLOGIE SOCIALE



MATHILDE BARBIER Je suis jeune chercheuse d'Aix-Marseille Université en psychologie sociale au sein du LPS*. Les chercheurs de ce laboratoire s'intéressent à la vie en société de manière générale et aux façons de penser et d'agir des êtres humains. Dans mes recherches, je m'intéresse principalement au don d'organes après la mort. Je cherche à identifier les éventuels freins et leviers à donner ses organes et pour cela, je dois comprendre l'idée que les gens se font du don d'organes. Je m'intéresse également à la façon dont le don d'organes est abordé au sein de notre société. Ma recherche vise à comprendre l'ensemble des normes, des valeurs et des savoirs sociaux et psychologiques en lien avec le don d'organes au sein de la population française.

* Laboratoire de psychologie sociale

« Derrière tout chercheur, il y a un homme ou une femme passionné(e). Ce qui m'épanouit dans mon travail de thèse, c'est le sentiment d'agir pour le bien commun. »

En 2013, 559 personnes sont décédées en France parce qu'elles n'ont pas pu recevoir d'organe à temps. Aujourd'hui encore, on manque de donneurs. Pourtant, lorsqu'on interroge les Français sur le don d'organes, ils se disent favorables à 80%. Qu'est-ce qui empêche le passage des idées aux actes ?

Pour le comprendre, je vais étudier les représentations sociales du don d'organes. Pour cela, je réalise une enquête par questionnaire, diffusée sur internet, à l'échelle nationale. En demandant aux gens de noter tous les mots qui leur viennent à l'esprit au sujet du don d'organes, je peux ainsi connaître les éléments qui sont pour eux les plus caractéristiques. « Sauver des vies » est pour l'instant l'élément le plus souvent associé. Il serait donc le plus pertinent à utiliser dans les campagnes d'information sur le don d'organes.

Ensuite, je réaliserai des expériences de psychologie sociale où j'invite des individus à décrire l'importance

et l'utilité du don d'organes. Ceci les amène à mieux se rendre compte de l'opinion positive qu'ils ont naturellement sur ce sujet et à mesurer l'écart qui existe entre leur discours et le fait qu'ils ne soient pas donneurs. D'autres chercheurs ont étudié ce phénomène et leurs recherches me permettent d'affirmer que, prenant conscience de cet écart, les personnes finissent par changer de comportement. Si ma recherche fonctionne, les participants de mon expérience devraient davantage se recenser comme donneurs d'organes.

Enfin, les participants sont invités à adopter une Capsul Protect® : un carnet de santé numérique consultable depuis un mobile. Je développe donc un partenariat avec l'entreprise qui les fabrique pour y intégrer une carte de donneur numérique. Cela accélérerait notamment le prélèvement des organes en cas de mort encéphalique de personnes accidentées.

LES OBJECTIFS

- + Déterminer les représentations sociales du don d'organes en France
- + Mieux comprendre les mécanismes d'influence et de changement de comportement
- + Optimiser les campagnes de promotion du don d'organes grâce à l'utilisation d'arguments pertinents
- + Contribuer au développement de l'innovation technologique dans la recherche en psychologie sociale