

## LE DÉNI DE GROSSESSE

*Enjeux et acteurs de la publicisation d'une cause «secondaire»*

Le déni de grossesse est longtemps resté confiné à la sphère des psychiatres et des professionnels du social. À partir des années 2000, le déni de grossesse commence progressivement à faire l'objet de mobilisations revendiquant qu'il soit vu comme un problème de santé publique.

Mais c'est avec l'affaire Courjault dite des « bébés congelés » qu'un tournant majeur s'opère. Le déni de grossesse est alors fortement médiatisé dans le sillage de cette histoire d'infanticide et devient un problème public de premier plan. Cependant, le rattachement du problème à cette affaire d'infanticide obère sa définition publique et rend difficile une transformation de sa prise en charge publique.

Cet ouvrage s'intéresse donc à l'éphémère entrée du déni de grossesse dans le débat public et en analyse les conséquences somme toute assez limitées, puisque la publicité n'a eu que peu d'effets sur l'action publique en direction des femmes confrontées à ce problème. Contrairement à beaucoup de travaux sur la construction des problèmes publics, l'originalité de cette étude tient donc au fait qu'elle s'attache à comprendre les logiques de publicisation dans un cas de figure où celle-ci peut être analysée comme un relatif échec.

*Marion Seibert, diplômée de Sciences Po Strasbourg, poursuit actuellement ses études à l'École des Hautes Études en Santé Publique à Rennes.*

15,50 €  
ISBN : 978-2-336-00730-4



INTER-NATIONAL  
Série Premières Synthèses

L'Harmattan

Marion Seibert

# LE DÉNI DE GROSSESSE

*Enjeux et acteurs de la publicisation  
d'une cause «secondaire»*



LE DÉNI DE GROSSESSE

Marion Seibert