ESSACHESS – Journal for Communication Studies

Perceptions des journalistes vs des médecins sur les sujets de santé dans les médias traditionnels au Maroc

ESSACHESS –
Journal for Communication Studies
Volume 18 Issue 1(35), p. 169-190
© The Author(s) 2025
Reprints and Permission:
© ESSACHESS
https://www.essachess.com/
DOI: 10.21409/essachess.1775-352x

Cite:HANNOUN, A., CHAFIQ, N., & RAJI, M. (2025). Perceptions des journalistes vs des médecins sur les sujets de santé dans les médias traditionnels au Maroc. *ESSACHESS*. 18(35) : 169-190. https://doi.org/10.21409/ENEC-0071

Abdelaziz HANNOUN
MD, MPH, PhD, Université Hassan II de Casablanca, MAROC
e-mail: hanounpress@yahoo.fr

Nadia CHAFIQ
Professeure des universités, Université Hassan II de Casablanca, MAROC
e-mail: nadia.chafiq@univh2c.ma

Mohammed RAJI
Professeur des universités, Université Hassan II de Casablanca, MAROC
e-mail: mohamed.raji@univh2c.ma

Résumé : Au Maroc on observe des conflits répétitifs entre les médecins et les journalistes. Dans ce travail nous cherchons à décrire et analyser les perceptions des journalistes sur les sujets de santé dans les medias raditionnels , en les comparant avec celles des médecins. Les journalistes et les médecins sont d'accord sur l'utilité et l'importance des Médias Traditionnels comme outils de communication, aussi ils sont

Article received November 6, 2023. Article accepted on November 18, 2024.
Conflict of Interest: The author(s) declare(s) no conflict of interest.

tous conscients de l'impact des médias sur le comportement, cependant ils divergent sur tout ce qui est en relation avec le contenu, dont la quantité, la qualité et la fiabilité. Ceci parait en relation avec la différence des paradigmes et des agendas des deux professions ce qui nécessite un dialogue entre les deux communautés pour que chacun puisse comprendre le métier de l'autre et ses priorités pour pouvoir réellement collaborer efficacement en faveur de la santé de la population marocaine.

Mots-clés : journalistes, médecins, communication, promotion de la santé, médias traditionnels

***

Perception of Journalists towards Health Subjects in Traditional Media in Morocco

Abstract: In Morocco, there are recurring conflicts between physicians and journalists. In this study, we aim to describe and analyze journalists' perceptions of health topics in the traditional media, comparing them with those of doctors.Journalists and doctors agree on the usefulness and importance of the traditional media as a communication instrument, and they are all aware of the impact of the media on behavior. However, they differ on everything related to content, including quantity, quality and reliability. This seems to be related to the difference in paradigms and agendas of the two professions, which necessitates a dialogue between the two communities so that all parties can understand each other's profession and priorities in order to collaborate effectively for the benefit of the Moroccan population's health.

Keywords: journalists, physicians, communication, health promotion, traditional media

***

1. Introduction

Les axes stratégiques de la promotion de la santé visent des changements favorables à la santé aux niveaux : individuels, communautaires, milieux de vie, organisations de soins, et des politiques publiques (charte d'Ottawa, 1986). Cette approche multidimensionnelle et multidisciplinaire mène les acteurs en santé publique à exercer dans la complexité. Ainsi des plans d'actions de communication en promotion de la santé adoptent de plus en plus l'approche écosystémique (Christy et al., 2012 ; Johns Hopkins University, 2014 ; Obregón et al.,2019)

Les médias font partie des déterminants sociaux de la santé. Ils figurent dans des modèles théoriques parmi l'environnement global, dont le plus utilisé est celui de Dahlgren-Whitehead, 1991 (figure 1).



Figure 1. *Les déterminent sociaux de la santé selon le modèle de Dahlgren-Whitehead* 1991*, adapté par Renaud, Lise et Ginette Lafontaine (2018)*

En effet, les médias peuvent jouer un rôle dans le façonnement des normes sociales et le changement des comportements en santé. Les débats sur les politiques de santé publique qui se déroulent dans les médias influencent la façon avec laquelle les populations et les décideurs politiques comprennent les problèmes de santé et leurs solutions. Ils peuvent aider à améliorer les stratégies de plaidoyer pour la mise en œuvre des politiques de santé fondées sur des données probantes (Hilton et al., 2019).

La recherche d'informations de santé est courante chez les patients qui souhaitent obtenir un grand nombre d'informations concernant leurs maladies et les protocoles thérapeutiques (Jenkins et al., 2001). Ainsi, une information de qualité est bénéfique pour les malades. Elle peut améliorer le sentiment de contrôle, réduire l'anxiété et la détresse émotionnelle, accroître la compliance aux traitements, rendre les attentes plus réalistes et générer des sentiments de sécurité et de réassurance (Chen et al., 2001 ; Liebens et al., 2005).

Les médecins sont souvent incapables, eux seuls, de gérer les besoins réels des malades et des populations en informations santé, par manque de temps et de formation appropriée à la communication (Liebens et al., 2005).

Quant aux journalistes et les professionnels des médias, ils sont sensibles aux débats sociaux et à la popularité de la santé auprès de leur public, générant une attractivité pour produire et diffuser plus d'informations sur des sujets de la santé.

Cependant, malgré que la santé représente un enjeu social d'importance vitale, l'information s'y rapportant dans les médias n'est pas toujours diffusée de manière très claire, ni de façon tout à fait neutre. Ainsi, certains dossiers n'arrivent tout pas à

être publiés dans les médias, ce qui pose le problème de l'efficacité des sources de l'information (Maisonneuve et al., 2009).

Idéalement, les médias devraient transmettre des informations au public pour promouvoir, d'une part, des comportements indiviuels appropriés pour la protection de la santé, et d'autre part , des réponses communautaires et institutionnelles efficaces favorables à la santé. Mais il est impératif que ces informations soient véhiculées sans sensationnalisme. Ainsi, le public est généralement conseillé, surtout dans les situations de crises de santé, d'éviter les histoires spéculatives et d'éviter l'exposition répétée à des informations qui n'apportent que peu de nouvelles, et de ne se fier qu'à des sources authentiques et crédibles (Garfin et al., 2020).

Par conséquent, Les collaborations interdisciplinaires en promotion de la santé entre les professionnels de santé et les journalistes, pourraient mutualiser les expertises des différents intervenants, pour traiter les problématiques de santé d'une manière complémentaire, là où chaque partenaire ne pourrait pas réaliser tout seul. A cet effet, le dépoilement d'efforts stratégiques pour améliorer la qualité de l'information médicale diffusée par les médias est fortement nécessaire pour que les malades comprennent leurs maladies et puissent mieux interpréter les informations de santé qui les concernent de façon juste (Chen et al., 2001 ; Cargo et al., 2011).

Les interventions médiatiques en promotion de la santé varient selon les fondements conceptuels adoptés. Le modèle linéaire d'influence des médias, qui est fondé théoriquement sur l'effet direct sur les comportements socio-sanitaires des individus (behaviorisme), reste encore parmi les choix dans les recherches et les interventions en marketing social de santé et aussi pendant les communications de crises de santé (Soroya et al., 2021).

Cependant, des théories de l'influence des communications de masse ont adopté, depuis longtemps, les conclusions de la psychologie sociale qui considèrent le récepteur des médias comme un être socialisé, contextualisé et historicisé qui n'est ni passif, ni actif, mais les deux à la fois : un récepteur complexe au lieu de cette vision mécaniste behavioriste rigide de l'impact direct des médias (Fourquet,1999).

Tenant compte de la complexité du récepteur, et vu que nous ne pouvons pas désigner un chemin spécifique de la circulation de l'information, et comme ne nous ne pouvons pas aussi étiqueter de manière concluante la véritable origine ou le véritable destinataire de la communication apparente, on est en plein complexité du processus de la communication (Land al., 1975). Ce qui nous laisse, donc, adopter le modèles écosystémique utilisé dans la communication en promotion de la santé, qui considère que les processus d'influence médiatiques sur les comportements ne sont pas linéaires mais ils sont davantage à aspect complexe (Renaud et al., 2006).

Cette approche écosystémique place les médecins, en tant qu'experts, dans un statut de producteurs et émetteurs initiaux des normes de santé (Initial Emitter), qui transmettent leurs normes de santé construits selon des paradigmes scientifiques et professionnels spécifiques, vers les médias (journalistes) en tant que réémetteurs

(Relay Transmistter) qui choisissent et produisent les messages et les sujets de santé (contenus médiatiques) selon leurs paradigmes et leurs genres journalistiques professionnels spécifiques à eux et les retransmettent à travers des canaux (écrit, audio, vidéo) vers les publics cibles (Receptor).

En effet les médecins et les professionnels de santé ne sont pas les seuls acteurs producteurs initiaux des informations de santé. Il y'a plusieurs intervenants concurrents , à objectifs parfois contradictoires, qui produisent des messages visant à influencer leurs cibles et introduire leurs normes à impacts positifs ou négatifs sur la santé des populations. (figure 2).

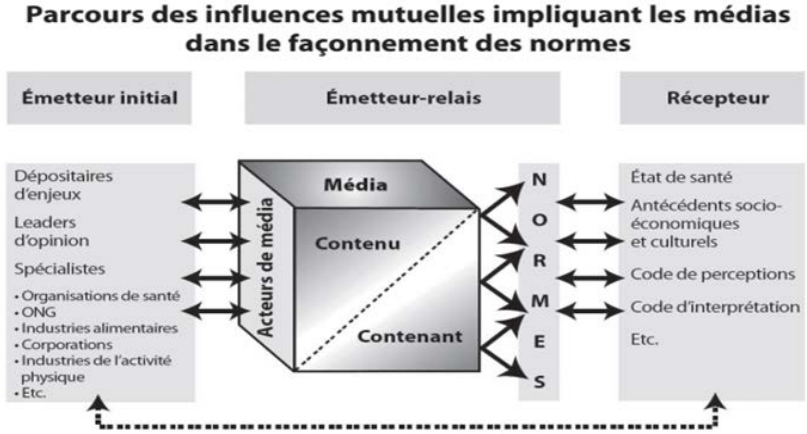


Figure 2. *Modèle de parcourt des influences impliquant les médias Groupe de recherche Médias et santé, Québec (Lise Renaud et all, 2010)*

Les médias traditionnels gardent toujours une place importante dans la promotion de la santé. Dans le contexte pandémique, des études ont montré que les personnes souhaitant s'informer sur le Coronavirus (COVID-19) ont sélectionné les sources d'information traditionnelles telles que les médias de masse (y compris la télévision et la radio) et la presse écrite (journaux et magazines), et aussi lorsqu'elles recherchaient des informations en ligne, elles ont consulté aussi des sites web officiels, comme ceux du gouvernement ou d'agences telles que l'OMS, et des sites web de journaux (Soroya SH et al., 2021). En effet, il s'est avéré que la technologie des nouveaux médias complète mais ne remplace pas les canaux traditionnels. Ce besoin de complémentarité est accentué en cas de crise, lorsque les publics partageront plus fréquemment des sources d'information provenant d'une colonne de journal en ligne qu'un billet de blog de l'organisation ou un message Twitter (Christy et al, 2012).

Dans le contexte marocain, fréquemment, des polémiques se déclenchent entre les médecins et les journalistes/médias à cause des émissions de santé jugées par les

médecins comme non scientifiques et diffamatoires de la profession médicale, et aussi à cause des prescriptions de plantes pour des maladies graves, comme les cancers et les maladies chroniques, médiatisées par des émissions Radios privés et publics (ANDI DWAK ‘’j’ai votre remède’’ ; FAID ; MEKKI SKHIRAT...). Ces émissions qui connaissent une grande audience auprès de la population, avec des interactions directes par téléphone avec les auditeurs, ont génèré des intoxications (Naima et al., 2013 ; Soulaymani-Bencheikh, 2022). Les médecins reprochent, Aussi, aux médias de laisser passer des propos qualifiant les médecins comme des ‘’matérialistes’’ qui n’exercent leur métier que pour faire de la fortune sans respect des principes de l’éthique médicale (affaire de décès post-esthétique PR BOUKIND ; polémique des césariennes ; affaire Amoura...)

Quant aux journalistes, ils refusent toute « ingérence flagrante dans les missions de la presse Les journalistes », et rejettent« toute vision erronée du rôle des médias et des journalistes dans l'information, la sensibilisation et l'éducation », en rappelant qu’il fait partie de leur missions de « jeter de la lumière aussi sur les phénomènes négatifs qui prévalent dans de nombreuses professions dans notre pays, y compris dans la profession médicale », en considérant que l’objectif des plaintes des médecins est « d'empêcher les journalistes marocains d'aborder les questions et les phénomènes négatifs qui existent dans le domaine médical comme dans d'autres domaines professionnels, ce qui est une restriction évidente de la liberté des médias » (Forum Marocain des Jeunes Journalistes (2019),

Après chaque plainte des médecins, la Haute Autorité de la communication audiovisuelle au Maroc (HACA), en tant qu’organe de régulation de l’audiovisuel, engage une enquête et intervient fréquemment pour avertir ou carrément suspendre, temporairement ou définitivement les émissions accusées.

Par conséquent, on se trouve face à une problématique chronique répétitive à cercle vicieux :

- Production des mass médias des informations santé, jugées par les médecins, comme menaçantes de la profession médicale et de la santé de la population ;

- Plaintes des médecins auprès de la HACA ;

- Puis l’intervention de la HACA.

Ce cercle vicieux, qui reflète une relation apparemment conflictuelle entre les médecins et les journalistes et médias au Maroc, justifie l’utilité et l’intérêt pratique d’explorer les perceptions des médecins vs des journalistes sur les sujets de santé au Maroc.

Partant du principe de droit des citoyens à l’information, l’article 27 de la constitution marocaine stipule que « Les citoyennes et les citoyens ont le droit d'accéder à l'information détenue par l'administration publique, les institutions élues et les organismes investis d'une mission de service public ». Et selon l’article 9 de la loi 77.03 relative à la communication audiovisuelle au Maroc, les émissions ne

doivent pas comporter, entre autres, des incitations à des comportements préjudiciables à la santé ou à la sécurité des personnes et des biens ou à la protection de l'environnement (Dahir n°1-04-257). Aussi la HACA recommande que ces émissions doivent renforcer les principes de la promotion de la culture des droits de l'Homme en matière de santé, notamment à travers l'information, l'éducation et la sensibilisation, le réajustement des comportements sanitaires à risque et l'orientation des citoyens et citoyennes vers des comportements et habitudes sanitaires positifs et la sensibilisation de la société sur les dangers des maladies et des épidémies et éviter de faire des diagnostics ou délivrer des traitements dans des émissions (HACA,2017 :DECISION DU CSCA N° 14-17)

Dans un tel contexte, et après avoir exploré dans notre ancien article (Hannoun A et al, 2023) les perceptions des médecins envers les sujets de santé dans les MT , notre présent travail, proposé au 6 éme Colloque International « JUSTICE, COMMUNICATION ET USAGES DES MÉDIAS » du ComSymbol à Rabat, qui touche à la dimension de droit du citoyen à avoir une information de santé fiable dans les médias, va s'intéresser aux perceptions des journalistes envers les sujets de santé transmis dans les médias traditionnels (MT) au Maroc, tout en comparant leurs points de vue avec celles des médecins, et ce à la recherche d'une meilleure compréhension des origines de ce conflit répétitif entre ces deux acteurs, dans un horizon de bâtir une relation interdisciplinaire en faveur de la promotion de la santé de la population.

2. Méthodologie

2.1. *Echantillonnage et collecte de données*

Il s'agit d'une étude descriptive transversale explorant les perceptions des journalistes envers les sujets de santé transmis dans les Médias Traditionnels (MT)[1] au Maroc en la comparant avec celles des Médecins. Notre sondage était ouvert à tous les journalistes qu'ils soient inscrits ou non auprès du conseil national de la presse.

Les participants à l'étude ont été recrutés aléatoirement en acceptant de répondre volontairement en auto administrant leurs réponses à notre questionnaire qui était rédigé en langue française et en arabe et partagé sous google Forms dans les réseaux sociaux des journalistes au Maroc et par mails du 11/02/2022 au 05/07/2023. Un pré-test du questionnaire a permis de valider des questions et d'ajuster quelques styles afin de réduire au maximum la polysémie des questions. Le questionnaire comportait, en plus des données sociodémographiques et professionnelles, des questions traitant des perceptions des journalistes par rapport aux sujets de santé dans les médias traditionnels à savoir: le MT le plus fiable en sujets de santé ; le MT le plus rapide en

[1] Le terme « Médias traditionnels » (MT) ici réfère précisément à la presse écrite professionnelle (version papier ou électronique), la radio et la télévision, pour les distinguer des autres types d'activités de communication santé sur les réseaux sociaux et l'internet ; et le masculin est utilisé dans ce manuscrit sans aucune intention discriminatoire.

sujet de santé ; le MT le plus à jour en sujets de santé ; le MT le plus facile à utiliser en sujet de santé ; le niveau d'intérêt porté par la population marocaine aux sujets de santé dans les MT; le niveau de confiance accordé par la population marocaine aux questions de santé dans les MT ; La quantité des messages de santé transmis par les MT; La qualité des messages de santé transmis par les MT ; et l'influence des MT sur les comportements en santé.

2.2. *Analyse des données*

Les données ont été saisies sur Excel et analysées à l'aide du logiciel SPSS 21. La collecte des réponses a strictement respecté les considérations éthiques, à savoir la libre participation et l'anonymat des répondants. « Accepter de répondre » est annoncé dans l'introduction du questionnaire comme un consentement à la participation.

3. Résultats

3.1. *Données sociodémographiques et professionnelles*

Au total nous avons collecté 157 réponses auprès des journalistes, dont 108 (68,8%) sont de sexe masculin, contre 49(31,2%) de sexe féminin. La majorité de ces journalistes 95(60,5 %) sont âgée de plus de 40 ans. La majorité des répondants était des mariés 103 (65,6 %), contre 53(16,5%) non mariés. La catégorie professionnelle dominante sont les ''journalistes seulement'' (des rédacteurs) 79(50,3 %) suivi par les responsables de rédaction (rédacteurs en chef et secrétaires de rédaction) (47 (20,9 %), et 11 (7%) sont des éditeurs. Seulement 27(17,2%) de nos répondants n'avaient pas de formation diplômante de base, alors que 70(44,6%) avaient reçu une formation diplômante dans l'enseignement public, et 58(36,8%) étaient formés dans les instituts du secteur privé.

Concernant le niveau d'éducation, La majorité des répondants. 69(43,9%) avaient une Licence, et 49(31,2%) avaient un niveau de Master (Bac plus 5 ans) et 13 (8,3%) Doctorat. Une partie importante des journalistes participants à l'étude 63(40,1%) travaillent dans la presse électronique, 24(15,3%) dans la presse écrite traditionnelle, 23(14,6%) dans la radio traditionnelle, 29(12,5%) dans des agences de presse, et 18(11,5%) dans la TV traditionnelle.

La majorité des répondants 100(63,4%) avaient une carte professionnelle délivrée par le conseil national de la presse, et aussi les deux tiers 101(64,3 %) avaient une ancienneté de plus de 10 ans. Les journalistes du secteur privé sont prédominants 102(65%), alors que seulement près d'un tiers des journalistes de notre échantillon 52(33,1%) exerce dans le secteur public. Parmi les 12 régions du Maroc, deux régions sont les plus représentées faisant plus de deux tiers des enquêtés 112(71,3%) : Casablanca- Settat 57(36,3%), et Rabat-Salé-Kénitra55(35%) (Tableau1, source auteurs).

Tableau 1. Variables démographiques et socioprofessionnelles des journalistes répondants	
Variables	**n (%)**
Age	
20 à 29 ans	17(10,8)
30 à 39 ans	45(28,7)
40 à 49 ans	47(29,9)
50 à 59 ans	30(19,1)
60 ans et plus	18(11,5)
Sexe	
Féminin	49(31,2)
Masculin	108(68,8)
Nationalité	
Données manquantes	2(1,3)
Marocaine	155(98,7)
Données manquantes	2(1,3)
Situation familiale	
Données manquantes	1(0,6)
Célibataire	42(26,8)
Divorcé(e)	9(5,7)
Marié(e)	103(65,6)
Veuf(e)	2(1,3)
Région	
Données manquantes	1(0,6)
Béni Mellal-Khénifra	5(3,2)
Casablanca-Settat	57(36,3)
Dakhla-Oued-Eddahab	1(0,6)
Draa-Tafilalet	2(1,3)
Fès-Meknès	7(4,5)
Guelmim-Oued Noun	1(0,6)
Laàyoune-Sakia El Hamra	2(1,3)
Marrakech-Safi	4(2,5)
Oriental	7(4,5)
Rabat-Salé-Kénitra	55(35)
Souss-Massa	10(6,4)
Tanger-Tétouan-Al Hoceima	5(3,2)
Niveau d'éducation	
Secondaire	5(3,2)
Bac plus 2 ans	21(13,4)
Licence	69(43,9)

Bac plus 5 ans	49(31,2)
Doctorat	13(8,3)
Formation de base Diplômante	
Données manquantes	2(1,3)
Pas de formation diplômante	27(17,2)
Formation au Privé	58(36,8)
Formation au public	70(44,6)
Langue de formation	
Données manquantes	2(1,3)
Arabe	126(80,3)
Français	25(15,9)
Anglais	3(1,9)
Autre	1(0,6)
Médias d'exercice	
Données manquantes	1(0,6)
Agence de presse	20(12,7)
Presse écrite traditionnelle (version papier)	24(15,3)
Radio traditionnelle	23(14,6)
TV traditionnelle	18(11,5)
Presse électronique	63(40,1)
Autres	8(4,9)
Secteur d'exercice	
Données manquantes	3(1,9)
Privé	102(65)
Public	52(33,1)
Etablissement de presse	
Données manquantes	1(0,6)
National	131(83,4)
International	25(15,9)
Années d'expérience	
1 à 5 ans	34(21,7)
6 à 10 ans	22(14)
11 à 2O	50(31,8)
Plus de 20 ans	51(32,5)
Possession de carte de presse professionnelle	
OUI	100(63,7)
Non	57(36,3)

Fonction actuelle	
Données manquantes	4(2,5)
Journaliste seulement	79(50,3)
Rédacteur en chef / secrétaire de rédaction	47(20,9)
Editeur	11(7)
Autres	16 (10,1)
Source : Tableau élaboré par les auteurs	

3.2. *Perceptions des journalistes envers les sujets de sante dans les médias traditionnels*[2]

MT le plus fiable en sujets de santé : La majorité des journalistes répondants 84(53,5%) considèrent la TV comme le média le plus fiable en sujets de santé, alors que 32(20,4%) sont avec la presse écrite, 28(17,8%) pour la Radio, et seulement 11(7%) qui n'estiment aucun de ces MT comme fiable en sujets de santé.

MT le plus rapide en sujets de santé : Plus d'un tiers des journalistes répondants 63(40,1%) sont pour la TV comme la plus rapide, aussi 56(35,7 %) des interviewés considèrent la Radio comme la plus rapide, et seulement 21(13,4%) qui estiment la presse écrite la plus rapide ; alors que 13(8,3%) des répondants ne voient rapide aucun de ces MT.

MT le plus à jour en sujets de santé : Seulement 14(8,9%) des journalistes enquêtés qui n'estiment qu'aucun des MT n'est plus à jour en sujets de santé ; et 53(33,8%) estiment que la TV est la plus à jour avec une proportion similaire pour la radio 53(33,8%), alors que la presse écrite est le moyen le plus à jour chez 35(22,3%) des enquêtés.

Le MT le plus facile à utiliser en sujets de santé : Pour 67(42,7%) des répondants la TV est le MT le plus facile à utiliser, aussi 61(38,9%) étaient pour la Radio comme plus facile, et seulement 16(10,2) pour la presse écrite, et une minorité de 11(7%) ont déclaré qu'aucun de ces MT n'est plus facile à utiliser.

Niveau d'intérêt porté par la population aux sujets de santé dans les MT : Un tiers des journalistes répondants à notre questionnaire 53(33,7%) pensent que la population marocaine porte peu ou aucun intérêt aux questions de santé dans les MT [peu d'intérêt : 50(31,8%) ; aucun intérêt : 3(1,9%)]. Alors que 60(38,2%) estiment que cet intérêt est modéré, et un quart des interviewés 42(26,8%) croient que la population donne beaucoup d'intérêt aux sujets de santé dans les MT.

Niveau de confiance accordé par la population marocaine aux questions de santé dans les MT : La majorité des journalistes de notre échantillon 84(53,5%) estiment que la population marocaine accorde une confiance moyenne aux sujets de santé présentés dans les MT, alors qu'un quart des répondants 40(25,5%) pensent que la population en accorde une forte confiance. Tandis que 24(15,3%) sont pour une faible

[2] Tableau 2.

confiance et 7(4,5%) ont répondu qu'aucune confiance est accordée par la population marocaine aux sujets de santé dans les médias traditionnels.

La quantité des messages de santé transmis par les MT : Les deux tiers des journalistes interrogés 102(65%) considèrent que La quantité des messages de santé transmis dans les MT est moyenne, alors qu'un quart 43(27,4%) le perçoit faible, et seulement 9(5,7%) qui étaient pour la forte quantité de ces messages.

La qualité scientifique des messages de santé transmis par les MT : Concernant la qualité, la majorité des journalistes interrogés 81(51,6%) l'évalue comme moyenne, alors que près d'un quart des participants 45(28,7%) la considère comme de bonne qualité, et un ensemble de 30(19,1 %) répondants le perçoit de faible qualité.

Influence des MT sur les comportements en santé : Les trois quarts des journalistes interrogés 115(73,3%) déclarent que les MT ont une influence moyenne ou forte sur les comportements en santé [influence moyenne 83(52,9%) ; forte influence 32(20,4%)]. Alors qu'un quart des répondants 40(25,5%) les estime comme de faible ou n'ayant aucune influence sur les comportements [faible influence : 33(21%) ; aucune influence : 7(4,5%)].

Tableau 2 : Perception des journalistes envers les sujets de santé dans les médias traditionnels

Variables	**n (%)**
MT le plus fiable en sujets de santé	
Données manquantes	2(1,3)
Aucun	11(7)
Presse écrite	32(20,4)
Radio	28(17,8)
TV	84(53,5)
MT le plus rapide en sujets de santé	
Données manquantes	4(2,5)
Aucun	13(8,3)
Presse écrite	21(13,4)
Radio	56(35,7)
TV	63(40,1)
MT le plus à jour en sujets de santé	
Données manquantes	3(1,3)
Aucun	14(8,9)
Presse écrite	35(22,3)
Radio	53(33,8)
TV	53(33,8)
MT le plus facile à utiliser en sujets de santé	
Données manquantes	2(1,3)
Aucun	11(7)
Presse écrite	16(10,2)

Radio	61(38,9)
TV	67(42,7)
Niveau d'intérêt porté par la population marocaine aux questions de santé dans les MT	
Données manquantes	2(1,3)
Aucun intérêt	3(1,9)
Peu d'intérêt	50(31,8)
Intérêt modéré	60(38,2)
Beaucoup d'intérêt	42(26,8)
Niveau de confiance accordée par la population marocaine aux questions de santé dans les MT	
Données manquantes	2(1,3)
Aucune confiance	7(4,5)
Faible confiance	24(15,3)
Confiance moyenne	84(53,5)
Forte confiance	40(25,5)
La population marocaine est-elle suffisamment et correctement informée par les MT ?	
Données manquantes	2(1,3)
Pas du tout informée	11(7)
Peu informée	85(54,1)
Assez informée	52(33,1)
Très informée	7(4,5)
La quantité des messages de santé transmis dans les MT au Maroc	
Données manquantes	3(1,9)
Faible	43(27,4)
Moyenne	102(65)
Forte	9(5,7)
La qualité scientifique des messages de santé transmis dans les MT au Maroc	
Données manquantes	1(0 ,6)
Faible	30(19,1)
Moyenne	81(51,6)
Bonne	45(28,7)
L'adaptation des messages de santé pour le public général dans les MT au Maroc	
Données manquantes	2(1,3)
Inadéquat	23(14,6)
Moyennement adéquat	106(67,5)
Adéquat	26(16,6)
Les Fausses informations en sujets de santé dans les MT au Maroc	
Données manquantes	1(0,6)
Faible	92(58,6)
Moyenne	44(28)

Forte	20(12,7)
Influence des MT sur les comportements en santé des individus et des communautés au Maroc	
Données manquantes	2(1,3)
Aucune influence	7(4,5)
Faible influence	33(21)
Influence moyenne	83(52,9)
Forte influence	32(20,4)
Type d'influence des MT sur les comportements en santé des individus et des communautés	
Données manquantes	3(1,9)
Très négative	10(6,4)
Assez négative	27(17,2)
Assez positive	105(66,9)
Très positive	12(7,6)
Source : Tableau élaboré par les auteurs	

4. Discussion

Le choix des médias traditionnels comme sujet d'étude, malgré le développement colossal des nouveaux médias, est un choix délibéré (Hannoun et al, 2023), vu l'impact et l'importance que gardent encore et toujours ces canaux de communication dans la promotion de la santé. (Soroya et al., 2021 ; Hanseeuw et al., 2020). En effet, les nouveaux médias et les médias sociaux ne peuvent pas remplacer les canaux traditionnels mais ils se complètent afin de générer une richesse globale de l'environnement médiatique pour toucher différents publics (Ledford, 2012 ; Johns Hopkins University, 2014). En effet, il n'y'a pas trop de limites entre les MT et les nouveaux médias vu la tendance de digitalisation des médias traditionnels dans les manières de travail des rédactions et de productions. Ceci a induit une transformation digitale des médias traditionnels dans un contexte d'accélération concurrentielle du traitement de l'actualité (Charon, 2011).

Nous avions pu recruter 157 journalistes répondants volontaires à notre questionnaire depuis une population mère composée de 3492 journalistes inscrits auprès du conseil national de presse (qui possèdent une carte professionnelle officielle) (Conseil National de Presse, 2022). Ils ont été inclus aussi les journalistes non inscrits officiellement (ceux qui ne possèdent pas de carte professionnelle délivrée par le conseil national de la presse), dont on ne connait pas le nombre. Cette inclusion est justifiée car, d'une part, ledit conseil ne couvre pas tous les journalistes actifs dans le domaine de journalisme au Maroc, et d'autre part, il y'a une réelle activité de cette catégorie de journalistes dans la production des sujets de santé dans les MT, et par conséquent l'intégration de leur avis parait pratiquement logique pour avoir une idée objective et réaliste sur cette problèmatique

Notre échantillon satisfait une représentativité statistique globale avec un niveau de confiance (IC) de 90%. Nous n'avons pas pu obtenir un échantillon plus grand que ça, malgré plusieurs sollicitations étalées sur environ six mois. Ceci est probablement en relation avec la non attractivité du sujet de santé chez tous les journalistes, ou par le manque de temps pour remplir le questionnaire, mais ceci n'a pas impacté la qualité de nos données, vu la présence dans notre échantillon des différents profils et catégories socioprofessionnels des journalistes.

Le sexe féminin ne constitue, parmi nos répondants, que 49 (31,2%), ce qui est compatible avec leur démographie dans le domaine journalistique marocain, dont les femmes ne font que 29,9% de l'ensemble des journalistes (Conseil National de Presse, 2020)**.** Ceci nous laisse toujours penser, comme a été déjà constaté pour le cas des médecins femmes (Hannon et al, 2023), à la situation d'incertitude que vit encore la femme dans le domaine des médias au Maroc. En effet, la femme ne constitue que 20 % des personnes qui font l'information au Maroc (CNDH, 2015 ; Lemrini, 2020).

La majorité de nos répondants (60,5%) étaient âgés plus de 40 ans, ce qui est aussi en harmonie avec les statistiques officielles qui mentionnent que 52.15% des journalistes inscrits appartiennent à cette tranche d'âge. Aussi 69(43,9%) de nos répondants avaient une Licence, 49(31,2%) ont un Master et 13(8,3%) ont un Doctorat, alors que les statistiques du conseil national de la presse comptent 64,4% des journalistes marocains qui ont une licence universitaire ou plus, parmi eux 19,2% ont un master ou un doctorat. Ce qui montre que la catégorie des masters et doctorants était largement représentée dans notre étude (39,5%), ceci pourrait être en relation avec l'affinité de ces niveaux d'éducation avec la recherche scientifique. La majorité des participants à notre étude appartiennent à 2 régions : Casablanca- Settat et Rabat-Salé-Kenitra, faisant plus de deux tiers des enquêtés 112 (71,3%) : [Casablanca- Settat 57(36,3%), et Rabat-Salé-Kénitra 55(35%)], ce qui est aussi compatible avec les données nationales dont (76,5%) des journalistes sont de Casablanca- Settat : (42,84%) et de Rabat-Salé-Kenitra (33,66%) (Conseil National de Presse, 2020).

Nos résultats montrent que les deux tiers des journalistes de notre échantillon 102(65%) pensent que la population marocaine accorde un intérêt moyen à fort aux sujets de santé dans les MT, et un tiers parmi eux 53(33,7%) accorde peu ou aucun intérêt à ces sujets. En comparaison avec les perceptions des médecins présentées dans notre récent travail (Hannoun A et al., 2023), il a été constaté, contrairement aux journalistes, que la majorité des médecins 234(56,1%) portait peu ou aucun intérêt aux sujets de santé dans les MT.

Aussi La majorité des journalistes 102(65%) estiment que la quantité des messages de santé transmis dans les MT est moyenne, alors que la majorité des médecins 248(59,5%) considèrent cette quantité comme faible. Ce même contraste est observé par rapport à la qualité scientifique des sujets de santé transmis dans les MT : En effet si la majorité des journalistes interrogés 81(51,6%) évalue cette qualité comme moyenne, et un quart parmi eux 45(28,7%) la considère de bonne qualité, la majorité des médecins interrogés 234(56,1%) l'estime comme faible.

Aussi, si seulement 31(19,8%) des journalistes qui estiment que la population a une faible ou aucune confiance dans les sujets de santé dans les MT, on trouve que la majorité des médecins 248(59,5%) ont une faible ou aucune confiance dans ces sujets.

La majorité des journalistes répondants 84(53,5%) considèrent la TV comme le média le plus fiable en sujets de santé ; tandis que 147(41,7%) des médecins répondants n'estimaient aucun des MT comme plus fiable, et 124(29,7%) sont pour la TV comme la plus fiable.

Pour 53(33,8%) des journalistes interrogés la TV est la plus à jour, aussi pour 53(33,8%) des journalistes c'est la radio qui est plus à jour ; cependant Pour 133(31,9%) des médecins enquêtés aucun de ces MT n'est plus à jour en sujets de santé, et 109(26,1%) des médecins considèrent la TV comme la plus à jour et 101(24,2%) sont pour la presse écrite comme le moyen le plus à jour.

Les trois quarts des journalistes 115(73,3%) déclarent que les MT ont une influence moyenne ou forte sur les comportements en santé, aussi dans la même tendance 314(75,3%)] des médecins reconnaissaient aussi une influence moyenne à forte des MT sur les comportements en santé.

D'après ces résultats comparés, on peut constater une différence importante entre les perceptions des médecins avec celles des journalistes. En effet, si la majorité des médecins considèrent que ces sujets sont non fiables, faibles en quantité et en qualité et ne sont pas à jour, ainsi qu'ils n'accordent que peu d'intérêt et de confiance à ces sujets ; la majorité des journalistes, au contraire, estiment tous ces variables comme moyennes à fortes. Cependant, les journalistes et les médecins sont d'accord sur la TV comme le media traditionnel le plus rapide et le plus facile à utiliser, ainsi que sur l'impact observé des médias sur le comportement en santé de la population.

On peut déduire, donc, que les médecins et les journalistes sont d'accord sur l'utilité et l'importance des MT en tant qu'outils de communication, aussi, ils sont tous conscients de l'impacts des MT sur le comportement, mais ils divergent sur tout ce qui est en relation avec le contenu comme la quantité, la qualité et la fiabilité.

Ces divergences sont probablement en relation avec la différence des paradigmes, des agendas et des contraintes pratiques des deux domaines, médical et journalistique, générant, ainsi, des conflits et augmentant le fossé entre ces deux acteurs (Peter, 2013). En effet, il a été décrit dans la littérature que les communicants, en général, sont des rivaux avec les journalistes parce qu'ils ont toute probabilité de ne pas avoir la même définition de ce qu'est une « bonne » information « publiable » (Legavre, 2011).

Ainsi, les tensions ~~p~~entre les médecins et les médias sont dues aux différences de perspectives entre les scientifiques biomédicaux et les journalistes, aux différences perçues dans la définition de l'information scientifique, aux conflits sur les styles de reportages scientifiques et, surtout, aux désaccords sur le rôle de la médecine dans les médias, et encore, dues aux messages des médias qui remettent en cause la crédibilité des scientifiques biomédicaux. (Nelkin, 1996).

En plus des différences des paradigmes, on constate aussi une différence des pratiques et des agendas entre les médecins et les journalistes. En effet, si le journalisme est pressé par le temps pour produire des sujets chaque jour, le timing du domaine de la recherche scientifique, est un peu plus long, car on émet des hypothèses, puis l'on suit une démarche complexe prenant plus de temps pour confirmer ou infirmer ces hypothèses avec des limites et des incertitudes. Alors dans le domaine des médias, en essayant de répondre en urgence à la demande de la communication grand public, on cherche au contraire des vérités absolues (Ricard-Hibon, 2021).

En outre, il parait que les attentes des scientifiques sont un peu exagérées, car ils ne doivent pas attendre des journalistes de suivre intégralement les mêmes critères et démarches scientifiques. Cependant l'adaptation journalistique des sujets scientifiques ne devraient pas causer des distorsions du message scientifique pendant les tentatives de simplifications des données complexes pour le public général. Par ailleurs, certains scientifiques qui arrivent à comprendre les paradigmes et les règles journalistiques commencent à tolérer des inexactitudes et des raccourcis schématiques non impactant le contenu pour la présentation de leurs résultats de recherches dans la presse (Peter, 2012).

Une autre source de conflits, c'est que les journalistes n'aiment pas perdre leur indépendance et être des portes paroles des communicateurs. Ils veulent rester critiques envers les agendas des autres, comme ils refusent d'être utilisés pour avancer un programme ou d'être l'aile des relations publiques des départements de santé (Leask et al., 2010). Une telle autonomie, a été acquise en opposition au monde scientifique qui avait pour habitude de contrôler la production d'information de santé. En effet, L'évolution du journalisme retraduit un regard plus critique sur le monde médical avec un contenu démédicalisé et plus politisé. Ainsi, une nouvelle génération de journalistes scientifiques rompt avec les anciens codes et illustre l'évolution des logiques journalistiques plus politique et cherchant les scoops.

Par conséquent, on est passé de la simplification à la dramatisation et même à la déformation des sujets de santé qui étaient autrefois traités avec toute prudence, en raison de sa complexité et ses conséquences à risques, et qui deviennent actuellement un sujet ordinaire comme tous les sujets soumis aux nouvelles règles du journalisme dont la recherche de scoops pour avoir plus d'auditeurs et lecteurs (Goasdoué, 2010).

Ainsi, les différences de logiques entre les journalistes et les scientifiques peuvent se résumer globalement dans les points suivants :

– Si les scientifiques s'attardent longuement dans leurs recherches, les journalistes voulaient se concentrer sur des problèmes actuels bien déterminés ;

– les scientifiques préféraient énoncer des principes abstraits alors que les journalistes demandaient des explications à des situations ou des événements précis ;

– les scientifiques voulaient se référer à la science alors que les journalistes étaient plus intéressés par des références à la politique, à l'expérience quotidienne et à la culture ;

– les scientifiques souhaitaient s'en tenir à des déclarations prudentes alors que les journalistes cherchaient à obtenir des opinions tranchées ;

– les scientifiques étaient enclins à fournir des descriptions et des analyses causales alors que les journalistes étaient aussi intéressés par des évaluations (comme des critiques) et des propositions d'actions concrètes (Peter, 2012)

Cependant, si le journalisme est accusé d'inexactitude, de sensationnalisme, de simplification excessive des données scientifiques complexes et de ne pas engager un débat constructif avec le public sur les questions scientifiques, on n'a pas pu encore proposer de solutions concrètes aux journalistes pour relier la théorie à la pratique afin de contrer ces critiques (Secko et al., 2013). Ce qui nécessite un engagement pratique des deux parties pour réduire ce fossé, car si les journalistes et les médecins, travaillent indépendamment ou comme adversaires, ils ne résoudront pas ces problèmes. A cet effet, il est trop recommandé que les deux communautés doivent comprendre la formation professionnelle de l'autre formation, l'éducation, les échéances, les responsabilités, les codes d'éthique et les tensions internes de l'autre. Ce n'est qu'alors que les médecins et les journalistes pourront réellement servir le public et leur profession (Azad, 2017)

Conclusion

Les journalistes et les médecins sont d'accord sur l'utilité et l'importance des MT comme outils de communication, comme ils sont tous conscients de leurs impacts sur le comportement en santé, cependant ils divergent sur tout ce qui est en relation avec le contenu comme la quantité, la qualité et la fiabilité. Ceci parait en relation avec la différence de paradigmes et des agendas des deux professions, ce qui nécessite un dialogue entre les deux communautés, et que chacun doit comprendre le métier de l'autre et ses priorités pour pouvoir réellement collaborer avec plus de transparence et d'évidence professionnelle pour faire bénéficier la population des deux expertises

Références

Amina Lemrini (2020). Rapport National MAROC « Genre, Médias et TIC État des lieux et Recommandations ». l'Alliance Mondiale Genre et Médias (GAMAG) Janvier 2020) Maroc.pdf (gamag.net).

Azad, K. A. K. (2017). Media and Doctor-Patient Relationship. Journal of Medicine, 18(1), 1–2. https://doi.org/10.3329/jom.v18i1.31161

Bernard Hanseeuw et al (2020). Le (dé-) confinement, un enjeu humain et sociétal : Focus sur l'impact de «l'infodémie » de COVID-19 en Belgique francophone ; Article in Louvain Médical · May 2020.

Cargo M et al (2011). Integrating an ecological approach into an Aboriginal community-based chronic disease prevention program: a longitudinal process evaluation. BMC Public Health. 2011 May 11;11:299. doi: 10.1186/1471-2458-11-299. PMID: 21569320; PMCID: PMC3118236).

Chen X, Siu LL (2001). Impact of the media and the internet on oncology: survey of cancer patients and oncologists in Canada. J Clin Oncol. 2001 Dec 1;19(23):4291-7. doi: 10.1200/JCO.2001.19.23.4291. PMID: 11731511

Christy J. W. Ledford (2012). Changing Channels: A Theory-Based Guide to Selecting Traditional, New, and Social Media in Strategic Social Marketing Christy J. W. Ledford Social Marketing Quarterly published online 28 September 2012 http://smq.sagepub.com/content/early/2012/09/27/1524500412460671

CNDH (2015). Evaluation de la présence des femmes dans les médias au Maroc et son image dans le discours médiatique | Conseil National des Droits de l'Homme (ccdh.org.ma)

Conseil National de Presse CNP (2020). ملخص الدراسة حول واقع الصحافيات والصحافيين بالمغرب - المجلس الوطني للصحافة (cnp.press.ma)

ConseilNationaldePresseCNP(2022). : https://cnp.press.ma/%D8%A5%D8%AD%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A8%D8%AE%D8%B5%D9%88%D8%B5-%D8%B9%D8%AF%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81

Dahir n°1-04-257 du 25 kaâda 1425 (7 janvier 2005) portant promulgation de la loi n° 77-03 relative à la communication audiovisuelle

Renaud Lise et Ginette Lafontaine (2018). Les déterminent sociaux de la santé selon le modèle de Dahlgren-Whitehead 1991, adapté par Renaud, Lise et Ginette Lafontaine (2018).

Dana Rose Garfin et al (2020). The Novel Coronavirus (COVID-2019) Outbreak: Amplification of Public Health Consequences by Media Exposure Dana Rose Garfin, Roxane Cohen Silver, and E. Alison Holman University of California, Irvine ; Health Psychology © 2020 American Psychological Association 2020, Vol. 39, No. 5, 355–357 ISSN: 0278-6133 http://dx.doi.org/10.1037/hea0000875

Danielle Maisonneuve et al (2009). SANTÉ ET MÉDIAS : MODÉLISATION DU PROCESSUS DÉCISIONNEL Les zones d'influence et de négociation entre professionnels des médias, Danielle Maisonneuve, Lise Renaud, Christian Leray, Lise Chartier, Mandoline Royer, NecPlus | « Communication & langages » 2009/1 N° 159 | pages 13 à 29 , ISSN 0336-1500, DOI 10.4074/S0336150009001021, https://www.cairn.info/revue-communication-et-langages1-2009-1-page-13.htm

David m. seckoet al (2013). Four models of science journalism a synthesis and practical assessment, Journalism Practice, Vol. 7, No 1, 2013, 62-80, 2013 . doi:10.1080/17512786.2012.691351 (csjp.ca)

Dorothy. Nelkin (1996). An uneasy relationship: the tensions between medicine and the Media, the Lancet, Volume 347, Issue 9015, 8 June 1996, Pages 1600-1603, PII: S0140673696910818 (sciencedirectassets.com).

F. Liebens et al (2005). Internet, presse, médias : nouveaux éléments dans la communication médicale. 27° Journées de la Société française de sénologie et de pathologie mammaire (SFSPM), Deauville, 2005. Dogmes et doutes, Nov 2005, Deauville, France. pp.82-92. ⟨hal-03574983⟩.

Forum Marocain des Jeunes Journalistes (2019). المنتدى يتضامن مع الزميل - Forum Marocain des Jeunes Journalistes | Facebook)

Guillaume Goasdoué et Dominique Marchetti (2010). Quand la santé devient médiatique. Les logiques de production de l'information dans la presse », Lectures [En ligne], Les comptes rendus, mis en ligne le 07 septembre 2010, consulté le 25 avril 2024. URL : http://journals.openedition.org/lectures/1129;DOI: https://doi.org/10.4000/lectures.1129)

HACA (2017). Décision du CSCA n° 14-17 du 20 ramadan 1438 (15 juin 2017) portant adoption d'une recommandation relative aux programmes traitant de la sante dans les servicesaudiovisuels , recommandation sante et medias vf.pdf (haca.ma).

HACA (2017). La HACA organise un débat ouvert entre les professionnels des médias et de la santé | Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle.

Hannoun A et al (2023). Physicians' perception of health topics covered by traditional media in Morocco: opinion of physicians as consumers of the media. J Public Health Afr. 2023 May 3;14(5):2275. doi: 10.4081/jphia.2023.2275. PMID: 37441121; PMCID: PMC10334434.

Hannoun Abdelaziz et al (2024) Physicians' Collaboration as Initial Emitters of Health Information with Traditional Media Journalists in Morocco, Journal of Hunan University (Natural Sciences）, Vol. 51 No.02, March 2024.

Hans Peter PETERS (2012). Le journalisme scientifique : « médier » la relation entre science et société, Les Cahiers du journalisme n o 24 – Été 2012

Hans Peter (2013). Gap between science and media revisited: Scientists as public communicators. 14102–14109 | PNAS | August 20, 2013 | vol. 110 | suppl. 3 www.pnas.org/cgi/doi/10.1073/pnas.1212745110

Hilton, S et al (2019). Following in the footsteps of tobacco and alcohol? Stakeholder discourse in UK newspaper coverage of the Soft Drinks Industry Levy. Public Health Nutrition, 22(12), pp. 2317-2328. (doi:10.1017/S1368980019000739)

Jean-Baptiste Legavre (2011). Entre conflit et coopération. les journalistes et les communicants comme « associés-rivaux ».NecPlus | « Communication & langages » 2011/3 N° 169 | pages 105 à 123 ISSN 0336-1500 DOI 10.4074/S0336150011003097)

Johns Hopkins University (2014). La Collaboration sur les capacités en communication sanitaire (Health Communication Capacity Collaborative - HC3). (2014) Cadre théorique pour le choix des médias dans les programmes de création de la demande. Baltimore : Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health Center for Communication Programs.

Julie Leask et al (2010). Media coverage of health issues and how to work more effectively with journalists: a qualitative study. BMC Public Health 2010, 10:535; http://www.biomedcentral.com/1471-2458/10/535

Lise Renaud et al (2010). Groupe de recherche Médias et santé, sous la direction de Lise Renaud. 2010. Les médias et la santé : de l'émergence à l'appropriation des normes sociales. Québec : Presses de l'Université du Québec.

Lise Renaud (2020). « Communication pour la santé : construction d'un champ de recherche et d'intervention », Communiquer [En ligne], La communication à l'UQAM | 2020, mis en ligne le 31 mars 2020, consulté le 29 août 2024. URL : http://journals.openedition.org/communiquer/4959;DOI: https://doi.org/10.4000/communiquer.4959

Lise Renaud et al (2006). A Model of Mechanisms Underlying the Influence of Media on Health Behaviour Norms, CANADIAN JOURNAL OF PUBLIC HEALTH, MARCH – APRIL 2006.

Marie-Pierre Fourquet (1999). Un siècle de théories de l'influence : histoire du procès des médias , « Médiation et information », nº 10, 1999.

OMS (1986). Charte d'Ottawa de la promotion de la santé, https://iris.who.int/handle/10665/349653

Rafael Obregón et al (2019). formation aux stratégies de communication pour le développement et le changement social (des voix avec un but module conceptuel) , friedrich-ebert-stiftung (fes) fesmedia africa windhoek, namibia , 2019.

Renaud, L. & Rico de Sotelo, C. (2007). Communication et santé : des paradigmes concurrents. Santé Publique, 19, 31-38. https://doi.org/10.3917/spub.071.0031

Renaud, Lise et Ginette Lafontaine (2011). Guide pratique : Intervenir en promotion de la santé à l'aide de l'approche écologique, Édition Partage, Réseau francophone international pour la promotion de la santé, Montréal, Canada, 36 p.

Renaud, Lise et Ginette Lafontaine (2018). Guide pratique : Intervenir en promotion de la santé à l'aide de l'approche écologique, 2e édition, Réseau francophone international pour la promotion de la santé, Collection Partage, Montréal, Canada.

Rhalem Naima et al (2013). Usage des plantes et média vigilance, Toxicologie Maroc - N° 19 - 4ème trimestre 2013.

Ricard-Hibon (2021). A. Covid 19 – Journal de Bord – 18 janvier 2021 : le médecin et les médias. Presse Med Form (2021), 10.1016/j.lpmfor.2021.03.011

Robert L. Morris(2006). Building Experimental Models , Journal of Communication, Volume 25, Issue 1, March 1975, Pages 117–125, https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1975.tb00561.x , Published: 07 February 2006.

Soroya SH et al (2021). From information seeking to information avoidance: Understanding the health information behavior during a global health crisis. Inf Process Manag. 2021 Mar;58(2):102440. doi: 10.1016/j.ipm.2020.102440. Epub 2020 Nov 29. PMID: 33281273; PMCID: PMC7700063.

Soulaymani-Bencheikh, Rachida (2020). Toxicologie Maroc - N° 54 - 3ème trimestre 2022.

V. Jenkins et al (2001). Information needs of patients with cancer: resultsfrom a large study in UK cancer centres V Jenkins, L Fallowfield and J Saul Royal Free and UniversityCollege London MedicalSchool, Department of Oncology, 48 Riding House Street, London W1P 7PL, UK ; British Journal of Cancer (2001) 84(1), 48–51.