

L'efficacité de la communication persuasive sur les mesures de prévention contre le coronavirus-Analyse de contenu du ministère de la santé via e-OMS Algérie

The effectiveness of persuasive communication on preventive measures against coronavirus-Content analysis of the ministry of health via e-WHO Algeria

Aimad BOUGLADA ^{1*}, Nabil CHAIB ²

¹ Université Yahia Fares, Médéa, (Algérie), Laboratoire de recherche en communication politique et sociale en Algérie, bouglada.aimad@univ-medea.dz

² Université Yahia Fares, Médéa, (Algérie), Laboratoire de recherche en communication politique et sociale en Algérie, chaib.nabil@univ-medea.dz

Date de soumission : 30/01/2024

Date d'acceptation 26/06/2024

Date de publication : 04/07/2024

Résumé :

L'objectif de notre recherche est d'analyser l'efficacité de la communication persuasive sur les mesures de prévention contre le coronavirus en Algérie, émanant du ministère de la santé à travers le site officiel de l'OMS Algérie.

Pour atteindre une approche d'étude captivante, nous avons mis en avant quelques indicateurs communicationnels, à savoir ; des messages utilisant la peur, la sévérité de la menace potentielle et un cadrage négatif ou positif.

Ces approches vont démontrer la pertinence de la communication persuasive, dans une période de crise sanitaire qui est le coronavirus. L'utilité de l'usage conatif est une parade dans de nombreuses situations.

Mots clés : communication persuasive ; prévention ; coronavirus ; ministère de la santé ; OMS Algérie.

Abstract :

The aim of our research is to analyse the effectiveness of persuasive communication on prevention measures against coronavirus in Algeria, by Ministry of Health through e-WHO Algeria.

To achieve a captivating study approach, we put forward a number of communication indicators, namely, messages using fear, the severity of the potential threat and negative or positive framing.

These approaches will demonstrate the relevance of persuasive communication at a time of health crisis such as the coronavirus. The usefulness of conative communication as a defence in many situations.

Keywords: persuasive communication; prevention; coronavirus; Ministry of Health; WHO Algeria.

*Auteur correspondant.

1. Introduction

Le monde se divise en plusieurs catégories, ainsi l'amplification dans toutes incompréhensions naît des désaccords plus au moins réfléchis où prémédités. Faute de quoi, absence totale ou partielle de la communication. Outre, des guerres se sont déclenchées et l'histoire nous rattrape avec des récits mémoriels et incontournables. De plus, des crises multiples se sont apparues, donnant naissance à des restrictions néfastes vis-à-vis des relations humaines, sociales, économiques, politiques et ça va au-delà des normes culturelles.

L'importance d'une communication efficace a considérablement augmenté à l'ère du siècle en cours, en raison de l'utilisation massive de la technologie et des médias sociaux. Une communication objective est essentielle pour établir des relations, exprimer des idées, comprendre les perspectives et les visions des autres et trouver des solutions aux problèmes.

Par extension à la communication, on se retrouve face à un autre modèle de communication qui est la communication persuasive ; il se définit comme un type de discours ou d'écrit qui tente de convaincre un public de la validité d'une idée, d'une proposition ou d'un produit. Elle peut être utilisée efficacement afin d'influencer le public et d'accroître l'engagement envers un message spécifique. Ceci étant une approche communicationnelle, afin d'apporter les modifications nécessaires à un comportement, ou à une idée ou à une action précise.

Par intersection aux propos tenus, la croisée des chemins nous renvoie à la crise sanitaire sous l'appellation « covid-19 », une épidémie asiatique de source chinoise à un revers pandémique sous ramification internationale. Suite à cet évènement purement rare et meurtrier que le monde méconnaissait depuis le siècle dernier, les conséquences étaient dûment graves sur plusieurs plans ; panique générale dans les centres hospitaliers, les morts sont comptés par millions et les économies des états s'effondrent...etc.

Par ailleurs, en Algérie, on est passé de la logique informative à la persuasion face au coronavirus, et cette forme de communication de crise a pu sauver des vies, modifier ou moduler des comportements et prévoir une feuille de route plus au moins saine et protectrice contre la prolifération des cas coronavirus parmi les individus dans les sociétés Algériennes.

Donc, dans cet article, nous analyserons l'efficacité de la communication persuasive quant aux mesures prises par le ministère de la santé, dont ces dernières ont été publiées sur le site officiel de l'OMS Algérie. Pour contextualiser ces mesures préventives, nous avons défini 03 critères communicationnels ; des messages utilisant la peur, la sévérité de la menace potentielle et un cadrage négatif ou positif, dans le but de conserver, modifier ou de moduler un comportement.

2. La problématique

C'est dans ce cadre que s'inscrit notre problématique, qui est formulée de la manière suivante :

« Quelle est l'efficacité de la communication persuasive sur les mesures de prévention émanant du ministère de la santé contre le Coronavirus à travers e-OMS Algérie ? ».

Pour consolider notre étude, nous recommandons l'hypothèse suivante :

La communication persuasive est efficace sur le bon usage des mesures de prévention émanant du ministère de la santé contre le Coronavirus à travers le site officiel de l'OMS Algérie.

Pour entretenir notre hypothèse sue-dite, les 03 sous-hypothèses suivantes peuvent être construites :

- Des messages utilisant la peur sont efficaces sur les mesures de prévention émanant du ministère de la santé contre le Coronavirus à travers le site officiel de l'OMS Algérie.

- La sévérité de la menace potentielle est efficace sur les mesures de prévention émanant du ministère de la santé contre le Coronavirus à travers le site officiel de l'OMS Algérie.

- Un cadrage négatif ou positif est efficace sur les mesures de prévention émanant du ministère de la santé contre le Coronavirus à travers le site officiel de l'OMS Algérie.

3. L'importance de l'étude

La communication persuasive était d'une grande utilité durant la crise sanitaire en Algérie et partout dans le monde, car elle était empruntée par des interlocuteurs du métier, sous forme de ; médecins, virologues, psychiatres,

psychologues et des hommes et des femmes à responsabilité. Donc, pour préserver des vies humaines, des modèles communicationnels étaient déterminants, soit pour prévenir ou informer ou sanctionner, ou bien les trois à la fois, ainsi tout l'intérêt de notre étude qui vise à établir une approche humaine et sociale par le biais d'une communication persuasive durant le coronavirus en Algérie.

4. L'objectif de l'étude

L'objectif principal de notre recherche est d'analyser l'efficacité de la communication persuasive sur les mesures de prévention émis par le ministère de la santé contre le coronavirus via le site officiel de l'OMS Algérie. Autres objectifs par rapport aux indicateurs communicationnels peuvent être résumés comme suit :

- Des messages utilisant la peur : déterminer le nombre de fréquence citée dans un rapport du ministère de la santé via le site officiel de l'organisation mondiale de la santé en Algérie. Par la suite, attribuer une observation et conclure avec un résultat.

- La sévérité de la menace potentielle : déterminer le nombre de fréquence citée dans un rapport émis par le ministère de la santé publié sur le site officiel de l'organisation mondiale de la santé en Algérie. Par la suite, attribuer une observation et conclure avec un résultat.

- Le cadrage négatif ou positif : déterminer le nombre de fréquence citée dans un rapport émis par le ministère de la santé publié sur le site officiel de l'OMS Algérie. Par la suite, attribuer une observation et conclure avec un résultat.

5. Méthodologie de l'étude et échantillon

Pour traiter d'une manière factuelle notre sujet de recherche, nous avons opté en premier lieu pour la méthode descriptive ; afin de valoriser le cadre théorique de notre étude. En second lieu, la méthode analytique ; analyser le contenu de trois rapports publiés par le ministère de la santé sur le site officiel de l'OMS Algérie contre le coronavirus en Algérie.

Nous avons choisi comme échantillon d'analyse 03 rapports, car leurs contenus représentent une approche communicationnelle symétrique par rapport aux hypothèses issues de la problématique. Aussi, le choix du nombre (03) est choisi arbitrairement après la lecture de plusieurs rapports. Quoique, chacun des

trois rapports possède un lien direct dans l'application des hypothèses de la problématique.

6. Définition des concepts fondamentaux

6.1 La communication persuasive

La communication persuasive s'inscrit dans un système d'échanges socioéconomiques et sociopolitiques à multiples enjeux dans lequel une organisation dotée d'intentionnalités cherche à orienter les comportements des publics cibles dotés eux aussi d'intentionnalités, de manière à permettre la réalisation des objectifs de la société qui peuvent être l'adoption de nouveaux comportements de prévention¹.

Dans un contexte opérationnel, La communication persuasive dans son contenu fait appelle à une attraction multiple ; le cognitif, le conatif et les émotions. Autrement dit, l'individu peut être orienté soit vers une logique informative, soit vers une rhétorique éloquent, soit vers un déclenchement d'un sentiment.

6.2 Le corona virus

Il s'agit d'une maladie respiratoire (agent pathogène de la Covid-19). Elle a fait son apparition en Chine (fin décembre de l'année 2019), elle est considérée comme une maladie transmissible d'homme à homme, soit à travers un contact direct, soit par le biais d'émission de gouttelettes lorsque la personne infectée éternue, tousse ou parle².

6.3 Prévention

Il existe plusieurs types de prévention, et, pour chaque domaine il existe une prévention adéquate et spécifique pour contenir le problème ou la crise, et apporter les solutions et les mesures qu'il faut pour le résoudre.

Dans cette étude, nous nous intéressons à la prévention sanitaire, nous pouvons nous référer aux premières lignes de l'article de Jean-Pierre Dozon, ou le sens de son propos dit que : la prévention prend la forme de messages afin de déclencher des actes (mesures) protecteurs, dont l'objectif de son efficacité est de diminuer, voir même supprimer une épidémie statistiquement établie³.

6.4 Ministère de la Santé

Organisme d'état gouverné par le ministre de la santé, a pour rôle la protection et la prévention de la santé publique, tout en prenant les mesures nécessaires idoines pour le bien-être des citoyens.

6.5 Organisation Mondiale de la Santé en Algérie (OMS Algérie)

Créé en 1948, l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) compte 194 Etats membres. Le 08 novembre 1962, l'Algérie devient membre, l'action de l'OMS en Algérie est en collaboration étroite avec les autorités sanitaires (le Ministère de la Santé), dans une perspective commune qui est la protection de santé publique. Ce qui fait la complicité et la coopération entre les deux organismes dans l'application des mesures de prévention premières connues à l'échelle mondiale⁴.

7. Communication de santé publique

Les gènes du corps humain envoient des signaux et ces signaux sont en forme de langage et ce langage est traduit par la communication (un message) afin de communiquer avec le reste du corps constituant l'être-humain. Donc, en amont la communication est source de prévention pathologique.

La communication comme discipline scientifique est controversée quant à son rôle de protectrice, puisque elle est utilisée de maintes façons dont les objectifs semblent divergents par rapport à la manière de l'utiliser. Par ailleurs, grâce aux nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC), elle est devenue plus fluide et accessible pour tous, et dans le cas coronavirus elle s'est avérée d'une grande utilité puisque elle a pu être une parade préventive.

La communication dans sa forme préventive a le pouvoir de changer un comportement nuisible, d'appeler à une conscience morale saine. Cette effervescence des questions de santé parallèlement à notre étude de recherche, a suscité l'interaction et l'attraction dans l'espace publique, ce qui provoque la multiplication des discours. Donc, la communication est étroitement liée à la santé, car la parole est partagée et médiatisée dépassant en effet le seul cadre médical⁵.

8. Communication, technologie et prévention

La communication n'a jamais été aussi palpable et rapide qu'à l'ère contemporaine. L'émergence des technologies de l'information et de la

communication a rendu le renseignement possible dans de divers sujets d'importance ou de moins d'importance, ce qui a suscité une polémique et des idéologies controversées (la question sociale, l'emploi, la religion...).

Par ailleurs, la bienveillance de ces technologies, c'était lors de la pandémie mondiale, le coronavirus ; une maladie transmissible apparut les débuts de l'année 2020. Le budget des Etats s'écroulait, et, le comportement des citoyens du monde se doit d'être changé, rectifié et recadré afin de parer la propagation du virus.

Dès lors, la sensibilisation via les réseaux sociaux numériques était le point culminant, agissant comme une ordonnance lors du confinement, passant par des consignes sanitaires préventives afin de suivre à point les détails de l'évolution du virus.

En Algérie, la peur était moins convoitée par les citoyens en amont de l'apparition de la pathologie, mais le premier cas confirmé le 25 février 2020 par le ministre algérien de la santé, et, la médiatisation de l'évènement à travers les réseaux sociaux numériques, mettait en cause le changement de comportement d'habitude à un comportement préventif, comme le port du masque, la distinction corporelle et vient après le confinement.

9. Analyse de contenu

9.1 Définition

Selon Bardin(1980), « l'analyse de contenu est un ensemble de techniques d'analyse des communications, en suivant des procédures systématiques et objectives afin de pouvoir décrire des messages. Par la suite, obtenir des indicateurs permettant l'induction de connaissances conformes aux conditions d'émission/réception de ces messages⁶ ».

Il existe plusieurs types d'analyses de contenu. Dans notre étude, nous avons opté pour l'analyse la plus appropriée, qui à notre sens donne une approche factuelle à notre recherche, qui est : l'analyse catégorielle thématique, où le thème est l'unité de découpage, de codage puis d'analyse.

C'est la méthode que nous retiendrons car elle s'applique parfaitement à l'objectif de cette phase qualitative : faire ressortir les thèmes jugés pertinents.

Nous allons procéder à une analyse des hypothèses suivantes :

- a. Des messages utilisant la peur sont efficaces sur les mesures de prévention émanant du ministère de la santé contre le Coronavirus à travers le site officiel de l'OMS Algérie.

L'efficacité de la communication persuasive sur les mesures de prévention contre le coronavirus
- Analyse de contenu du ministère de la santé via e-OMS Algérie

- b. La sévérité de la menace potentielle est efficace sur les mesures de prévention émanant du ministère de la santé contre le Coronavirus à travers le site officiel de l'OMS Algérie.
- c. Un cadrage négatif ou positif est efficace sur les mesures de prévention émanant du ministère de la santé contre le Coronavirus à travers le site officiel de l'OMS Algérie.

Par le biais du site officiel de l'OMS en Algérie⁷, le ministère de la santé a publié des rapports incluant des mesures de prévention mises en vigueur contre l'avancé du virus covid-19.

Notre analyse se base uniquement sur (03) rapports dont la chronologie et le contenu sont comme suit :

1) Rapport n°223 : le 02 novembre 2020

Mesures préventives prises au niveau national
- Un confinement partiel ; (sévérité de la menace)
- Feu vert aux responsables (préfets) de prendre toutes les décisions qu'exige la crise sanitaire ; (cadrage positif)
-Interdiction à travers le territoire national, de tout type de réunion de personnes ; (message utilisant la peur)
- Application des sanctions à l'encontre des transgresseurs aux mesures de prévention. (message utilisant la peur).

Source : Tirée de <https://www.afro.who.int/fr/search/google-cse?keys=covid+en+Algerie>, élaboré sur la base des informations officielles publiées par le Ministère de la Santé, de la Population et de la Réforme Hospitalière : <http://www.sante.gov.dz/>

2) Rapport n°446 : le 17 juin 2021

Mesures préventives prises au niveau national
- Prolonger les mesures de confinement de 0h à 4h ; (sévérité de la menace + cadrage négatif)
- La réouverture partielle des vols aériens ; (cadrage positif)
- Présenter un document sanitaire à l'enregistrement et à déposer à l'arrivée. (cadrage positif)

Même source.

3) Rapport n°508 : le 19 aout 2021

Mesures préventives prises au niveau national
- Confinement partiel de 20h à 6h ; (sévérité de la menace + cadrage négatif)
- La fermeture des activités à forte densité de population ; (sévérité de la menace)
- La limitation des activités des lieux publics, et tout type de consommation alimentaire ; (sévérité de la menace)
- La suspension de la mobilité urbaine et ferroviaire durant le week-end ; (cadrage négatif)
- L'interdiction de tout type de rassemblement (mariages...). (message utilisant la peur).

Même source.

9. 2 Analyse thématique catégorielle

1) Rapport n°223 : le 02/11/2020			
2) Rapport n°446 : le 17/06/2021			
3) Rapport n°508 : le 19/08/2021			
Catégories	Fréquence	Référence	Observations
<u>Thèmes</u>			Positif Négatif Nul
1. La communication persuasive est efficace sur le bon usage des mesures de prévention émanant du ministère de la santé contre le Coronavirus à travers le site officiel de l’OMS Algérie.	Total 14	Rapport n°223 Rapport n°446 Rapport n°508	Positif Positif Positif
1.1 Des messages utilisant la peur sont efficaces sur les mesures de prévention émanant du ministère de la santé contre le Coronavirus à travers e-OMS Algérie.	02 01	Rapport n°223 Rapport n°508	Positif Positif

L'efficacité de la communication persuasive sur les mesures de prévention contre le coronavirus
- Analyse de contenu du ministère de la santé via e-OMS Algérie

1.2 La sévérité de la menace potentielle est efficace sur les mesures de prévention émanant du ministère de la santé contre le Coronavirus à travers e-OMS Algérie.	01	Rapport n°223	Positif
	01	Rapport n°446	Positif
	03	Rapport n°508	Positif
1.3 Un cadrage négatif ou positif est efficace sur les mesures de prévention émanant du ministère de la santé contre le coronavirus à travers e-OMS Algérie.	01	Rapport n°223	Positif
	03	Rapport n°446	Positif
	02	Rapport n°508	Positif

Source : Auteur.

Catégorie	Fréquence	Référence	Observation
Thème 01	03	223 508	Positif
Thème 02	05	223 508	Positif
Thème 03	06	223 446 508	Positif
Total	14		

Source : Auteur

9. 3 Discussion des résultats

Notre problématique de recherche dit que : « Quelle est l'efficacité de la communication persuasive sur les mesures de prévention émanant du ministère de la santé contre le Coronavirus à travers e-OMS Algérie ? ».

Le tableau d'analyse thématique évoque les (03) thèmes qui font référence à une catégorie disciplinaire de la communication persuasive.

Nous allons procéder à l'interprétation des (03) thèmes et leur codage, on démontrant les résultats suivants :

Thème 01, dit que :

Des messages utilisant la peur sont efficaces sur les mesures de prévention contre le Coronavirus émanant du ministère de la santé vis e-OMS Algérie.

La fréquence énoncée dans le tableau estime que, le thème a été cité 03 fois dans deux références différentes ; deux fois dans le rapport n°223 et une fois dans le rapport n°508. On constate que l'écart d'échéance est très important, puisque le rapport n°223 date du 02/11/2020 et le rapport n°508 date du 19/08/2021. Par ailleurs, l'intensité de mise en garde contre le coronavirus prend le même volume de prévention, qui a pour objectif de moduler ou de modifier un comportement.

Donc, toute peur est véhiculée d'un message lors du coronavirus en Algérie, et, cette peur est une forme de parade préventive pour ne pas franchir les limites sanitaire et se contenir aux mesures sanitaires ; comme le port du masque, la distinction et l'isolement. Ce qui fait que nous avons émis une observation positive à ce modèle de communication, qui à notre sens pousse les citoyens et les citoyennes à adopter un comportement ajusté et soigné, telle est la vocation de la communication persuasive dans ce cadre sanitaire lié à notre recherche d'étude.

Ce résultat va dans le même sens que les conclusions auxquelles ont abouti Imene Becheur et Pierre Valette-Florence pour qui, dans le cadre de la communication sociale, la peur est une émotion pertinente qui motive les gens à modifier certains comportements dangereux pour leur santé⁸.

Thème 02, dit que :

La sévérité de la menace potentielle est efficace sur les mesures de prévention émanant du ministère de la santé contre le Coronavirus via e-OMS Algérie.

La fréquence énoncée dans le tableau d'analyse estime que, le thème a été cité 05 fois, dans trois références différentes : une fois dans le rapport n°223, une fois dans le rapport n°446 et trois fois dans le rapport n°508. Par conséquent, l'appel à la vigilance lors de la crise sanitaire en Algérie ne fut qu'augmenter au fur et à mesure que le virus se propageait.

D'après le tableau d'analyse, on constate que le thème (02) est très répandu avec 05 citations, ce qui reflète l'importance du contenu par rapport à la gravité de la situation, ainsi le devoir communicationnel qui a pour objectif ; plus le citoyen

est exposé à la communication persuasive, plus il prend conscience de la sévérité de la menace de contracter le virus. Donc, les citoyens doivent prendre en considération les mesures de prévention nécessaire afin de réduire la contamination (le port du masque, distinction,...).

Convenablement au tableau d'analyse, nous avons attribué une observation positive au thème 02, puisqu'il se définit comme une approche communicationnelle qui a tendance à informer et mettre en garde le citoyen de la gravité de la situation. Par conséquent, tout citoyen est dans l'obligation de suivre des mesures préventives pour se protéger et protéger son entourage.

Ce résultat est conforme avec les travaux de Bitar et al, qui pensent que, l'un des objectifs des systèmes d'alerte et de veille mis en place par l'Institut de veille sanitaire est de détecter les menaces dangereuses afin d'en réduire l'impact⁹.

Thème 03, dit que :

Le cadrage négatif ou positif est efficace sur les mesures de prévention contre le Coronavirus émanant du ministère de la santé via e-OMS Algérie.

La fréquence énoncée dans le tableau d'analyse estime que, le thème a été cité 06 fois dans trois références différentes ; une fois dans le rapport n°223, trois fois dans le rapport n°446 et deux fois dans le rapport n°508. Le tableau d'analyse nous fait savoir aussi, que le cadrage positif est stimulant et encourageant, car il est octroyé par les autorités locales par rapport à la situation sanitaire, dont la prise de décision est suite vis-à-vis d'un comportement citoyen, que ce dernier est considéré comme moins nocif pour sa santé et pour son environnement. Donc une observation positive.

Le cadrage négatif renvoie d'une part au confinement dans deux rapports seulement à l'exception du rapport n°223, car nous considérons que la période estivale à forte mobilité est terminée, donc les citoyens suivent un comportement prévenant. Dans le cas de notre étude, l'isolement et l'obstination vont dans le bien-être du citoyen afin de se protéger et de protéger autrui. D'autre part, il fait référence à une incitation de changer un comportement inapproprié vis-à-vis de la situation sanitaire. L'objectif est de changer des habitudes courantes comme les sorties à des heures tardives en période estivale à un comportement préventif, limité le temps et l'interaction sociale pour ne pas tracté le virus. Donc, notre observation est positive.

Il existe une relation étroitement conforme de notre démonstration avec les recherches de Courbet et al, qui mettent en évidence que, les messages avec un cadrage négatif sont plus pertinents, dans le sens où l'individu considère son comportement comme nuisible, donc changer ses habitudes pour préserver sa santé. Des messages avec cadrage positif sont plus convaincants lorsque les conduites sont considérées comme moins dangereuses, voir sans conséquences majeures¹⁰.

10. Conclusion

Nos résultats ont démontré, que la communication persuasive est une éloquence préventive contre le coronavirus en Algérie, avec un total de 14 fréquences dans trois références différentes (rapport n°223, rapport n°446 et rapport n°508), depuis le site officiel de l'OMS Algérie. Grâce à des thématiques de recherche ; les messages de peur, la menace potentielle et le cadrage négatif ou positif, nous sommes arrivés à un constat démonstratif qui confirme notre hypothèse principale qui dit que ; La communication persuasive est efficace sur le bon usage des mesures de prévention émanant du ministère de la santé contre le Coronavirus à travers le site officiel de l'OMS Algérie. La pertinence des indicateurs communicationnels contre le coronavirus prouvent leurs valeurs à travers les trois rapports analysés, puisque ces valeurs sont traduites par la communication afin d'apporter des réponses sous formes de parade préventive.

Par ailleurs, nous recommandons une autre forme d'approche, qui est la communication engageante, plus fluide dans l'analyse des contenus médiatiques. Elle vise à mettre en évidence un double enjeu ; celui de former des actions personnelles et sociales et avoir les capacités et les fondements adéquats de changer ces actions, si elles s'avèrent divergentes du comportement voulu.

En outre, les travaux actuels portent pour le moment sur une seule discipline scientifique, et nous pourrions apporter la possibilité de l'associer avec le e-marketing social dans l'application des campagnes de sensibilisation via les réseaux sociaux numériques contre toute forme de crise ou de fléaux sociaux. Car la parole qui est transmise par la communication doit être lue, entendue et partagé à bon escient.

11. Références bibliographiques

- ¹ Chabrol, C., & Diligeart, G. (2004). Prévention et risques routiers : réguler la peur et/ou la menace. *Questions de communication* (5), 115-132. Doi : 10.4000/questions de communication.7100
- ² Offord, C. (2020). How COVID-19 is spread. *The Scientist*.
- ³ Dozon, J.-P. (2001). Quatre modèles de prévention. *Critique de la santé publique. Une approche anthropologique*, 23-46.
- ⁴ Leham, S., & Sadani, Y. (2019). La présence du bureau de l'OMS en Algérie : quelles missions ? , Université Mouloud Mammeri.
- ⁵ Romeyer, H. (2010). Introduction : santé et espace public *La santé dans l'espace public* (pp. 5-11). Rennes: Presses de l'EHESP.
- ⁶ Benraïss, L., & Peretti, J.-M. I (s.d.). La théorie de l'équité : définition et principe. Paper presented at the IAS.
- ⁷ OMS Algérie (2023), coronavirus en Algérie. www.afro.who.int. <https://www.afro.who.int/fr/search/google-cse?keys=covid+en+Algerie> consulté le 31/11/2023.
- ⁸ Becheur, I., & Valette-Florence, P. (2014). L'usage des émotions négatives en communication de santé publique : Etude des effets de la peur, la culpabilité et la honte. *Recherche et Applications en Marketing (French Edition)*, 29(4), 96-119. doi: 10.1177/0767370114538901
- ⁹ Bitar, D., Che, D., Capek, I., De Valk, H., & Saura, C. (2011). Veille sanitaire et appréciation du risque infectieux émergent : méthode et critères d'analyse du risque. *Médecine et maladies infectieuses*, 41(2), 53-62. <https://doi.org/10.1016/j.medmal.2010.12.006>
- ¹⁰ Courbet, D., Fourquet-Courbet, M.-P., Bernard, F., & Joule, R.-V. (2013). Communication persuasive et communication engageante pour la santé Favoriser des comportements sains avec les médias, Internet et les serious games : In Press.