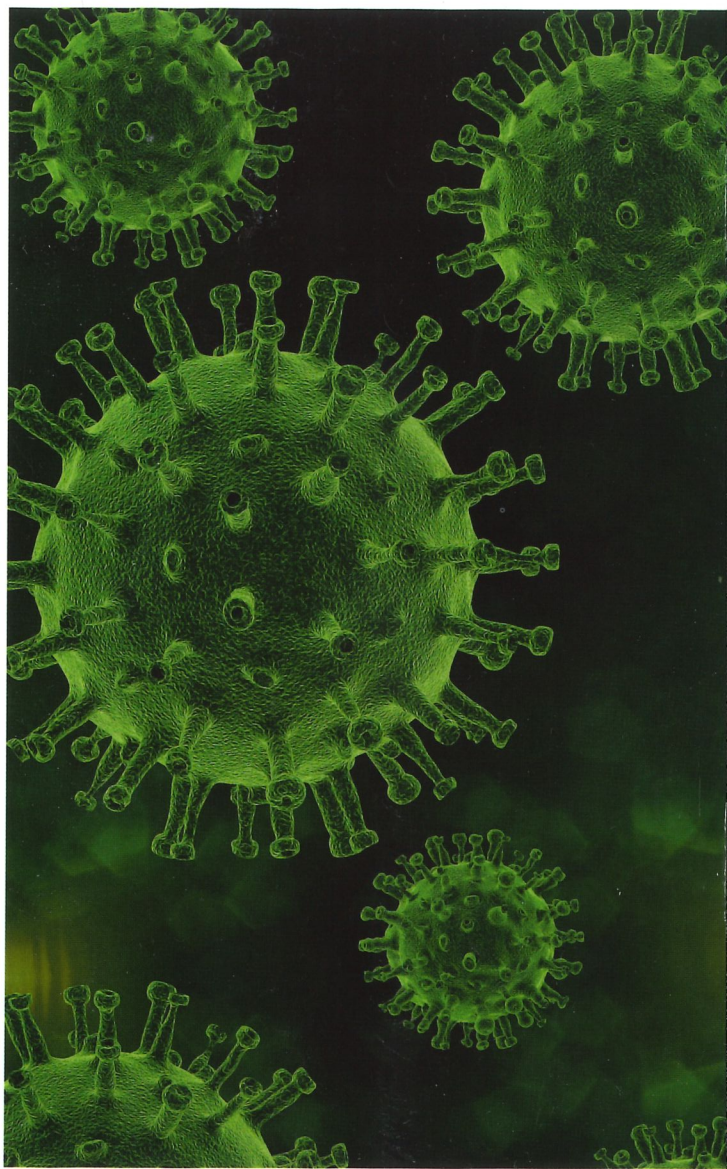


LA PENSÉE ET LES HOMMES

QUE RETENIR DE LA CRISE SANITAIRE ?



La Pensée et les Hommes

65^e année, n° 125

*Que retenir de la crise
sanitaire ?*

Dossier édité par Baudouin DECHARNEUX,
Jacques Ch. LEMAIRE et Michel SYLIN

2022

Le rôle des médias

François HEINDERYCKX
Professeur de sociologie des médias – ULB

Merci à Marius Gilbert qui a très bien balisé le terrain. Il a traversé à peu près tout ce que j'avais à vous dire, cela me donnera des points d'ancrage tout à fait intéressants et une perspective un peu différente. Je vais partir d'un cadre large, celui du rôle des médias, et singulièrement celui des médias de l'information en période de crise. Leur fonction est à la fois celle de nous informer des enjeux, de leur ampleur, mais aussi de nous aider à trouver des solutions.

Les médias ont un rôle extrêmement important et une fonction sociale tout à fait centrale dans les périodes de crise. Qu'ils soient confrontés avec les autres acteurs dans la gestion de cette crise, c'est inédit, nouveau, et donc ils doivent inventer des solutions à mesure qu'ils avancent. Mais inévitablement, comme c'est le cas des autres acteurs de la gestion de cette crise, ils vont tenter d'appliquer des modèles et des solutions qu'ils connaissent, auxquels ils ont l'habitude de recourir avec des résultats qui sont parfois plutôt réussis, ou qui vont poser problème.

Ce que je vous propose ici rapidement, c'est d'essayer d'initier (sans ordre particulier) un certain nombre d'observations que l'on peut déjà faire sur la façon dont les médias ont couvert cette crise et les leçons que l'on peut en tirer. Ni sur le ton du reproche ni sur le ton réflexif, en collaboration avec les médias eux-mêmes. Lesquels sont très demandeurs de ces exercices réflexifs, même s'ils sont toujours un peu nerveux à l'idée que ce genre d'exercice puisse aboutir à la conclusion qu'ils n'ont éventuellement pas fait un travail optimal.

Ce qu'il faut pouvoir identifier d'abord, c'est le fait que les médias d'information, dans leur modèle très traditionnel, sont à la recherche d'une certaine neutralité. Le terme qu'on utilise en général c'est celui

Il y a un article tout à fait éclairant qui est paru dans le *New York Times*, il y a quelques jours, dans la colonne *Opinion* curieusement, alors

se fait vacciner et les « contre la vaccination » qui ne se font pas vacciner. pas réduire l'attitude de la population au « pour la vaccination », celle qui pour lequel on penserait tout naturellement que c'est le cas, ici on ne peut que deux points de vue qui s'opposent. Pour reprendre cet exemple simple totalement déformant. On est à l'évidence dans un contexte où il n'y a pas à deux points de vue a quelque chose de non seulement réducteur, mais de lorsqu'on est dans une crise d'une telle complexité, le fait de ramener tout peut lui apporter dans le cadre de la pandémie. Parce que, évidemment, difficultés pour faire comprendre la crise, sa nature et les solutions qu'on manichéenne d'à peu près toutes les problématiques va poser de réelles font un travail épouvantable. Et cette tendance à tout ramener à une vision pensent que le gouvernement fait un bon travail, et ceux qui pensent qu'ils Ceux qui sont pour les vaccins et ceux qui sont contre. Il y a ceux qui retrouver deux colonnes : il y a ceux qui sont blancs, et ceux qui sont noirs. les « contre ». Dans les journaux, c'est pareil. Vous les ouvrez, vous allez de vue qui vont d'une manière ou d'une autre s'opposer : les « pour », télévision, on va inviter deux personnes qui vont représenter deux points Vous aurez observé comme moi que, souvent, sur les plateaux de

points de vue. Il y a des raisons structurelles à cela. médias n'ont fait qu'amplifier cela), tendent à polariser le débat entre deux dans les médias tels qu'ils sont organisés actuellement (et les nouveaux m'entends pas ici), le processus très physique, très organique, qui s'enclenche mécanique (il y a toute une série de raisons à cela, sur lesquelles je ne c'est une première observation que l'on peut faire – la tendance naturelle, différentes points de vue qui peuvent s'opposer et malheureusement – et très naturellement tenter d'identifier les différentes voix en question, les Quand cette recherche de neutralité se déploie, elle va évidemment

que l'on pourrait aboutir très rapidement à une controverse. controverses soient ouvertes, soit lorsqu'on est sur un terrain dont on sent font entendre de manière à ne pas avoir l'air de prendre parti. Soit que des en général de la recherche d'un équilibre entre les différentes voix qui se ne pourriez le penser dans une crise comme celle-ci. Elle s'accompagne neutralité. Et cette neutralité est beaucoup plus difficile à gérer que vous tout cas dans les médias qui nous sont proches, d'observer une certaine nos jours, il y a un vrai souci – à travers le monde, j'ai envie de dire –, en peu idéal auquel on ne peut jamais totalement aboutir. Néanmoins, de d'« objectivité », mais tout le monde sait que l'objectivité est un repère un

que c'était une analyse très journalistique qui a fait un travail formidable pour apporter une lecture nuancée des « antivax » ou ceux que l'on présente comme tels aux États-Unis. On les imagine tous comme étant des supporters de Trump, le fusil d'assaut en bandoulière, qui réclament au nom de la liberté de pouvoir ne pas se faire vacciner et qui pensent d'ailleurs que le Covid est une grande blague et qu'il n'y a pas vraiment de pandémie. Elle montre formidablement à quel point cela n'a aucun sens, non seulement de les présenter comme tels, mais que cela nous empêche de comprendre et donc d'agir sur ce qui demeure un problème de santé publique, à savoir qu'une si grande proportion de la population américaine ne soit pas vaccinée à ce stade-ci et ne semble pas vouloir se faire vacciner à l'avenir. Ainsi, le travail qui consiste simplement à regarder de plus près les différents cas de figure, les différentes motivations, les différentes causes de ces différents sous-groupes que l'on regroupe abusivement sous l'appellation commune d'« antivax » ou de non vaccinés, est pour moi une démonstration éclatante de ce qu'il faut faire, et de ce qui nous fait prendre conscience de ce qu'on n'a pas pu faire ou de ce qu'on n'a pas fait jusqu'ici, alors que cela fait des mois qu'on discute de cette question des vaccins et de la pandémie.

Le premier problème que j'identifierais, au nom d'une démarche tout à fait positive qui est de fait constructive, déontologique, c'est de vouloir ne pas prendre parti et de se maintenir dans une certaine neutralité. On a trop tendance à tout polariser, à tout « manichéeniser », à tout réduire à deux positions qui s'opposent. Et, ce faisant, évidemment on déforme la réalité, mais surtout on encourage d'une certaine manière ceux qui se retrouvent dans un camp ou dans l'autre à s'y barricader, à s'y blinder dans leur position, et ce faisant, les journalistes ne nous aident absolument pas.

Le deuxième problème que je voudrais mentionner ici, et encore une fois, ce n'est pas un reproche, c'est une observation que je pense que l'on peut déjà faire à ce stade-ci : les journalistes ont beaucoup de mal à gérer le doute et les incertitudes à tout point de vue.

Les doutes et les incertitudes au niveau, bien sûr, des décideurs politiques, qui hésitent entre différentes solutions et qui finissent par devoir choisir. Ce doute, il est sain me semble-t-il : pourtant il est souvent présenté comme étant de l'ordre de l'hésitation, du manque de courage politique, du compromis boiteux. Mais ce doute et cette incertitude, ils ont aussi du mal à le gérer au niveau de la situation elle-même et au niveau des connaissances que l'on a autour de cette situation. L'incertitude de la

science est quelque chose que le monde semble découvrir à l'occasion de cette pandémie.

Comme le disait très bien Marius Gilbert il y a un instant, il y a là manifestement un manque de connaissances du grand public en général, mais singulièrement des journalistes qui sont censés les informer sur ce qu'est la science, sur la façon dont se construit la science, sur ce qu'est la démarche qui conduit une communauté de spécialistes à émettre des hypothèses, à mettre en place des dispositifs expérimentaux, à comparer leurs résultats, à trouver que des erreurs ont été commises, pour finalement aboutir à un consensus qui est celui qu'ils ont l'habitude de voir et d'entendre. On pense que la science n'est faite que de certitudes et on découvre tout à coup que la création de la science est faite d'un grand degré d'incertitude et de débats, de polémiques, de désaccords... parfois de déchirements. Lesquels, bien entendu, se font toujours derrière les rideaux de la tour d'ivoire de l'université, mais qui tout à coup, vu l'urgence, se font davantage au grand jour et saisissent la population d'un doute affreux : « Moi qui croyais que la science était là pour nous aider, qu'ils étaient sûrs, qu'ils nous donneraient des réponses, on voit qu'ils sont même pas d'accord entre eux, qu'ils sont en fait complètement paralysés par les questions ! ».

C'est probablement dû en partie à ce que signalait Marius Gilbert tout à l'heure, c'est-à-dire la quasi-disparition du métier de journaliste scientifique. Et pas seulement dans les petites rédactions belges. Je rappelle qu'il y a des années de cela, *CMN*, un des médias les plus suivis, dont les rédactions sont les plus peuplées a carrément supprimé son service « science » en décrétant simplement que la science aujourd'hui était partout et donc que ça n'avait aucun sens d'avoir un service scientifique. On peut y revenir plus tard, si on a le temps, mais c'est évidemment une erreur stratégique majeure et ça explique en grande partie pourquoi les médias ne sont pas capables d'expliquer en quoi le doute et l'incertitude entre scientifiques n'est pas quelque chose d'inquiétant ou de nouveau, mais quelque chose qui fait partie de la façon dont depuis des siècles on développe des connaissances par rapport à tous les problèmes y compris les plus urgents.

Le problème est évidemment que la conséquence du fait que l'on soit tellement déconcertés face à l'incertitude des scientifiques laisse le champ à ceux qui sont porteurs de certitudes. Là encore Marius Gilbert parlait de ces influenceurs qui ont des certitudes sur tout et qui ne doutent de rien (c'est la façon dont je résumerais leur positionnement), occupent un espace qui est laissé libre par l'incertitude des scientifiques et des décideurs politiques. Or, naturellement, et là je laisserai le soin à mes collègues de

me démentir ou d'affiner mes propos, mais je pense que l'humain est naturellement à la recherche de certitudes, est d'aller vers les certitudes. On est beaucoup plus à l'aise quand on est dans la certitude. L'incertitude est un état d'inconfort, qu'on essaye généralement de surmonter.

L'espace public – tellement vaste aujourd'hui avec les réseaux sociaux, avec tout ce qu'on trouve en ligne et ailleurs –, ces espaces habituellement destinés à nous expliquer la situation ont également un revers : c'est aussi là que la désinformation s'exprime ; c'est le reflet de la réalité. Il y a beaucoup d'incertitudes, mais lorsque ces espaces sont entourés d'un brouhaha, d'un tas de sources, d'individus ou d'institutions, qui eux affirment des certitudes qui sont totalement illusoire, voire qui sont complètement erronées, on ne doit pas s'étonner qu'une partie de la population se jette dans les bras de ceux qui sont sûrs de ce qu'ils disent ou qui en ont les apparences, et se détournent de ceux qui semblent pleins d'incertitudes.

Par rapport à ça, il y a un phénomène très déconcertant, ce sont les accusations répétées que l'on entend dans tous les pays, dans tous les médias. Vous voyez cela au Royaume-Uni, aux États-Unis, au Canada, en France, en Italie, on accuse régulièrement les experts de changer d'avis. « Ce gouvernement ne sait pas ce qu'il veut ! Il ne faut pas mettre des masques, puis il faut mettre des masques, puis on ferme les restaurants et après on les rouvre et quelle incohérence, on ne peut pas aller au cinéma, mais on peut prendre le métro alors que... ». On s'invente des incohérences. On invente surtout une décrédibilisation de l'action publique à travers un constat que l'on change d'avis, ou que les mesures changent en cours. Ce qui est doublement absurde évidemment et très simple à expliquer.

On est face à une situation qui elle-même évolue, c'est une pandémie. Par définition, c'est quelque chose qui évolue d'heure en heure, de jour en jour, de semaine en semaine. Donc comment s'étonner que les mesures changent en cours de route puisque la situation évolue, et par dessus tout ça, les connaissances qu'on a autour de cette pandémie évoluent aussi. On devrait saluer les décideurs politiques que le dispositif évolue et qu'ils changent d'avis. C'est devenu une sorte de présupposé que ceux qui changent d'avis se sont forcément trompés, qu'on ne peut plus leur faire confiance. Le simple fait qu'un gouvernement, que le CDC¹ aux États-Unis

¹ CDC : Centers for Disease Control and Prevention. Les Centres pour le contrôle et la prévention des maladies forment ensemble la principale agence fédérale des États-Unis en matière de protection de la santé publique.

ou que l'ECDC² en Europe, puisse dire une chose et puis dire une autre quelques mois plus tard est utilisé, instrumentalisé par ces vendeurs de certitudes comme étant la démonstration qu'ils ne savent pas ce qu'ils font, qu'ils vous mentent, qu'ils sont manipulés, sont à la solde de l'industrie pharmaceutique, etc., et tout ce qu'on peut entendre par rapport à ça. « La preuve, ils disent ça, et trois mois après ils disent autre chose. On se fout de notre gueule », c'est ce qu'on entend le plus souvent dans les micro-trottoirs. Donc il y a là quelque chose de déconcertant, car ce n'est pas compliqué à comprendre et en principe ce n'est pas compliqué à expliquer, et pourtant le constat est que les vendeurs de certitudes sont occupés à gagner la bataille ou en tout cas à occuper un espace qu'on a du mal à reconquérir. Cela parce que cet espace est extrêmement vaste. C'est un phénomène qui a été identifié bien avant la pandémie. Les analyses qui ont été faites pour faire comprendre l'ascension de Donald Trump aux États-Unis, par exemple, ont démontré que les stratégies mises en place par ceux qui l'ont porté au pouvoir sont des stratégies assez simples. Et le fait de les comprendre ne permet pas nécessairement de les contrer.

Il y a par exemple la célèbre stratégie de « *Flood the zone with shit* ». Rappelez-vous, c'était Steve Banon et tous les grands stratèges de la campagne de Trump qui expliquaient la technique : raconter beaucoup de « conneries » qui vous sont favorables, mais en quantité industrielle, pour saturer complètement l'espace numérique et l'espace médiatique de ces bêtises. Et pire encore, vous arrivez à déborder jusque dans l'espace médiatique traditionnel. Parce que quand Trump, ou une personnalité similaire, fait une déclaration complètement ahurissante, les journalistes sont pris d'effroi (et on les comprend), ils en parlent ! Et le fait d'en parler, même si c'est pour dire que c'est effroyable ce que Trump a dit, ils participent à la diffusion et à la répétition de l'absurdité.

On sait maintenant que le simple fait de la répétition et de l'occupation de l'espace, le fait de revoir quelque chose, même dénoncée comme étant un mensonge, va néanmoins vous influencer, vous imprégner. Et les journalistes, de ce point de vue, quand ils ont compris ça, ont voulu jouer leur rôle de contre-feu pour dénoncer les mensonges. Ils ont développé (rappelez-vous, ça existe encore, il faut le saluer) le « *fast-checking* » qui consiste, le plus rapidement possible, à identifier une erreur ou un

² ECDC : European Centre for Disease Prevention and Control ou Centre européen de prévention et de contrôle des maladies. Agence de l'Union européenne établie en 2005.

mensonge énoncé par des décideurs ou par des personnalités connues de préférence, ou par des médias, et de le dénoncer comme tel.

Or, ça ne fonctionne pas, malheureusement, parce que ceux qui sont victimes de ces erreurs ou de ces mensonges ne sont pas sensibles aux efforts qui peuvent être faits pour le démontrer, soit parce que ça confirme ce qu'ils pensaient, puisque ça vient de ces médias, soit parce que ça vient de ces médias qui sont à la solde de la gauche, à la solde du système et donc le fait qu'ils le dénoncent, ça les renforce encore dans le fait qu'ils avaient raison. Il y a un phénomène pervers par rapport à ça (mes collègues en parleront mieux), au fond c'est un peu comme ce que l'on dit dans la vie de tous les jours : la première impression est celle qui compte. Quand on voit quelqu'un, quand on voit nos étudiants pour la première fois, au premier cours, on sait qu'il faut faire bonne impression, parce que c'est une impression qui va rester.

Donc concernant Trump, on ne sait pas qui ils sont, ceux qui s'amuse, qui passent leur temps à faire circuler des fausses informations ou à déformer la réalité. Lorsqu'ils ont le premier mot, c'est évidemment souvent le cas, la pente est très ardue pour ensuite reconquérir la vérité et la partager avec ceux qui ont été impressionnés par ce doute au départ. Cela a permis la diffusion des mensonges (et là aussi on cherche des solutions).

Il y a une solution qui est connue depuis. (Je ne sais plus quand le « sandwich de la vérité » a été inventé³). Georges Lakoff est un professeur de sciences cognitives à Berkeley qui, il y a quelques années, avait dit « la bonne solution c'est d'enfermer le mensonge ou l'erreur dans un « sandwich de vérité » », et donc plutôt que de dire (ça n'a l'air de rien, c'est un détail), mais si vous êtes journaliste et que vous dites « Trump a dit ça ! » et que ce n'est pas vrai, le « sandwich », c'est simplement de commencer d'abord par dire la vérité. Si Trump a dit que les masques ne servaient à rien, vous commencez par dire : « Les masques sont le moyen de protection le plus efficace que l'on connaisse actuellement pour éviter la contagion de la pandémie, Trump dit que le masque ne sert à rien et les dernières études ont démontré l'efficacité du masque, surtout quand il est combiné avec le vaccin ». Donc vous enfermez. Les gens vont d'abord lire

³ Le professeur de linguistique cognitive George Lakoff a joui d'une certaine popularité à travers une tribune dans le *Guardian* le 13 juin 2018, puis d'une invitation sur *CNN*, où il a exposé un constat simple : ce sont les médias qui, en ayant repris à tue-tête les slogans et contre-vérités du candidat Trump, sont en grande partie responsables de son élection. Il propose alors sa méthode.

le journal, d'abord la vraie information, et vont ensuite lire que Trump a dit un truc qui va complètement à l'encontre de ça. Puis vous refermez bien, vous emballez bien le mensonge dans la répétition d'une vérité sous une autre forme. Ce n'est pas compliqué.

Vous pouvez expliquer cela à des journalistes. Je ne sais pas quelle est votre expérience. Je vois très peu la chose en pratique, que ce soit ici ou aux États-Unis. On est dans une situation déconcertante. On comprend beaucoup de choses sur les mécanismes de la désinformation, sur les causes du fait que des gens soient capables de comprendre, de croire des histoires absolument absurdes sur le magnétisme, enfin tout ce qu'on a pu lire et entendre sur le vaccin qui, même si cela reste marginal, reste suffisamment important quantitaativement pour nous préoccuper. Le fait de comprendre comment on en arrive là ne nous permet pas nécessairement de trouver les solutions pour contrer cela, en dépit du fait que les institutions et les professionnels, les structures existent pour cela. Ils semblent toujours avoir un temps de retard.

Je voudrais encore ajouter ceci : par rapport à l'évolution de la situation en Europe, on a longtemps regardé les États-Unis, et c'est souvent le cas dans l'histoire sociale et culturelle, avec un peu d'inquiétude, mais aussi avec un peu de condescendance en se disant : « Tout de même ces Américains, ils ont élu Trump, ils croient que la terre est plate », etc. Et on se rend compte qu'il y a de même un mouvement ici, à l'occasion de la pandémie. La pandémie a été un accélérateur extraordinaire de plein de choses, pour le meilleur et pour le pire. Au niveau de l'organisation de l'espace médiatique et de la façon dont les gens s'informent, je crains qu'on ait largement rattrapé les États-Unis.

Il y a un élément sur lequel je voudrais attirer votre attention, qui est très sensible en France et en Grande-Bretagne actuellement – il faut voir si des petits pays comme le nôtre vont pouvoir suivre –, c'est le développement de quelque chose contre laquelle on semblait immunisés en Europe : les médias d'opinion. Au-delà de ce qu'on a pu connaître, la grande presse d'opinion du XIX^e et du XX^e siècle, la presse de gauche, la presse catholique, la presse de droite, etc., ici je vous parle de *Fox News*, pour dire les choses simplement qui, vu son succès aux États-Unis, son succès commercial, et le succès qu'il a eu à imposer des opinions, commence à donner des idées ailleurs. En Grande-Bretagne, vous le savez, il y a une nouvelle chaîne d'information qui a des ambitions très proches, même si le démarrage est un peu poussif. Vous voyez ce qui se passe en France avec la réorganisation

de *CNews* et Europe 1 en un vrai média de droite qui s'assume, qui fait de la polémique, qui fait des débats, tout ce que je viens d'expliquer et qu'il ne faut pas faire, c'est le fond de commerce de ces nouvelles chaînes qui veulent juste créer de la polémique, créer de la fracture, créer de l'opposition entre les idées parce que ça fait le spectacle et que ça attire le public.

Donc ne croyez pas qu'en Europe, parce que nous sommes les descendants d'une grande tradition humaniste, les héritiers des Lumières, nous sommes à l'abri de ce qui se passe aux États-Unis. Dans la gestion d'une pandémie comme d'une autre chose, c'est un sujet qui devrait nous préoccuper énormément parce qu'on est sur une pente savonneuse et je pense que les conséquences vont se payer à long terme.