

ramses 2021

SOUS LA DIRECTION DE THIERRY DE MONTBRIAL ET DOMINIQUE DAVID

ifri



LE GRAND BASCULEMENT ?

|| SANTÉ/CLIMAT : COVID-19, ET MAINTENANT ?

|| EUROPE : SE REFAIRE OU SE DÉFAIRE

|| MONDE ARABE : 10 ANS APRÈS LE FAUX PRINTEMPS

DUNOD

Coronavirus : information et formation de la crise

La tragédie grecque menait par degrés à l'apogée avant de recourir à une catharsis libérant les spectateurs de leurs passions. L'univers médiatique moderne ne délivre jamais, et souhaite seulement garder l'audience sous tension.

La formation de l'attention

Fait rarissime, durant de longues semaines, chaque Français aura été touché quotidiennement près de 80 fois par une information sur le coronavirus¹. En 2019, le sujet le plus traité par les médias a été l'incendie de Notre-Dame de Paris (sur quelques jours, chaque Français aura été touché quotidiennement 55 fois par l'information). En langage médiatique, la crise sanitaire est un *blast* : le thème balaie tout sur son passage, le coronavirus occupant 80 % du temps d'antenne des chaînes d'information en continu.

Yves Citton rappelle que nos régimes d'attention dépendent de nos régimes de valorisation : je fais attention à ce que j'ai appris à valoriser, et je valorise ce à quoi j'ai appris à faire attention. Mais attention n'est pas raison. L'économiste Robert Shiller, en révoquant la théorie des marchés efficients, prouvait que l'attention, ou le fait d'être informé, n'engendrait pas mécaniquement un comportement logique. Accumuler sans raison des stocks de farine répond à un réflexe archaïque dans lequel on ne mesure pas encore assez la responsabilité des médias. S'est installée dans cette crise une véritable hégémonie des choix médiatiques. La surattention médiatique provoquant un même phénomène de mimétisme parmi les dirigeants politiques qui, tour à tour, fermaient leurs frontières, confinaient leur population, stoppaient les échanges d'économies interdépendantes. Aux antipodes de la glaciation économique émergeait une déferlante d'échanges informationnels, livrés en permanence aux émotions d'une multitude confinée.

La communication publique

La crise financière de 2008 était due, comme la plupart des bulles spéculatives depuis le XVII^e siècle, à l'alignement des attentions (et des inattentions) sur certains indicateurs plus que sur d'autres, entraînant un phénomène de « cécité attentionnelle ». Face au coronavirus, on a oublié que les situations d'urgence se caractérisent par la loi de Murphy : la réalité est pire que tous les scénarios envisagés. D'où les erreurs des équipes en charge de la crise – par exemple en France

1. Selon l'indicateur d'exposition médiatique de la société Kantar, dit unité de bruit médiatique (UBM).

avec le choix tactique d'affirmer l'inutilité des masques. Les analystes expliquent usuellement que les événements graves provoquent le *rally 'round the flag*, autrement dit l'agrégation des opinions de soutien aux dirigeants. Pourtant, mesurée à la veille du 11 mai 2020, l'opinion des Français sur la gestion du gouvernement était critique. C'est dès le mois de mars que s'est installée la défiance : 57 % des Français pensaient alors que le gouvernement avait « caché certaines informations » sur le coronavirus (sondage IFOP/Illicomed, 2 mars 2020). En mai, 75 % des sondés accusaient le manque de sincérité de leurs dirigeants.

Les préceptes de l'Organisation mondiale de la santé (OMS) étaient pourtant avisés et attribuaient une place essentielle au principe d'incertitude dans les documents relatifs à la communication du risque en temps d'urgence sanitaire. Alors que l'incertitude n'étonne pas les experts, économistes ou médecins, elle fracture les organisations sociales et crée de l'anomie dans nos sociétés d'opinion. Face aux problèmes sanitaires, le département de gestion des risques infectieux de l'OMS recommande d'abord de renforcer la confiance. Donc de communiquer en toute transparence sur les incertitudes : « Les messages diffusés par les autorités à l'intention de la population devraient inclure des informations explicites quant aux incertitudes associées aux risques, aux événements et aux interventions, et préciser ce que l'on sait et ce que l'on ignore à un instant donné. »

L'industrie de l'information et les médias ont-ils aussi une responsabilité dans la pénurie de matériels ? Peut-être, en particulier à travers les campagnes critiques des décisions prises au moment de la crise H1N1 de 2009. En France, les leçons post-crisis sont trop souvent marquées par une mémoire de court terme, qui ne retient que les leçons de la dernière crise en oubliant les précédentes. Ce mécanisme est bien connu des chercheurs en sciences sociales. Ainsi la pénurie de masques, les restrictions de moyens alloués au plan pandémie, et la dilution de l'Eprus (Établissement de préparation et de réponse aux urgences sanitaires, créé en 2007, intégré en 2016 dans Santé publique France) sont-elles en partie liées aux leçons retenues de la grippe H1N1. Dix ans après, le lien apparaît nettement entre le sentiment d'« en avoir trop fait » en 2009 et le manque de moyens actuel.

Une première explication tient à un phénomène de désapprentissage, de stockage de la mémoire, en particulier dans les administrations. Dans le plan pandémie grippale de 2011, toutes les mesures qui ont fait défaut au début de la crise de 2020 étaient prévues : fermeture des crèches, des écoles, des spectacles, anticipation de pénuries d'eau et d'alimentation ; le plan anticipait également une forte dépendance de la France vis-à-vis de la Chine en matière de matériel de protection.

Un second facteur explicatif tient à la tension entre caractère systémique des crises et recherche de boucs émissaires. Le trait commun à tous les débats et enquêtes post-crisis est bien la recherche de coupables.

« Infodémie », *fake news* et rôle de la Chine

COVID-19 et complotisme : quel est le plus viral des deux ?

Sur le coronavirus comme sur d'autres sujets, l'économie de l'attention est victime d'escroqueries quotidiennes. Plus d'un quart des Français pensent que le nouveau

coronavirus a été fabriqué en laboratoire, dont 17 % « intentionnellement » et 9 % « accidentellement », selon une étude réalisée pour la Fondation Jean-Jaurès et Conspiracy Watch, site édité par l'Observatoire du conspirationnisme et des théories du complot. Selon une étude du Pew Research Center, 29 % des Américains pensent de même.

Dans la crise, les réseaux sociaux auront hébergé et nourri nombre d'affabulations, difficiles à effacer de millions d'esprits. La plus importante est celle que le fondateur de Conspiracy Watch a appelé « le complot des blouses blanches » : l'Institut Pasteur aurait enfanté l'actuel coronavirus dans les années 2003-2004 et l'aurait enregistré à l'Institut national de la propriété industrielle (INPI) à des fins commerciales. Le numérique reprend le complotisme en l'amplifiant par la présence de plus en plus large des grilles de lectures conspirationnistes sur les *social medias*. Leurs consommateurs s'enferment dans un schéma d'auto-information qu'Eli Parizer qualifie de *filter bubbles*, « bulles de filtres » créées par algorithmes. Ces derniers sélectionnent les contenus proposés à chaque internaute en fonction des données collectées sur lui, générant un « isolement intellectuel » et culturel que nulle information réaliste ne peut venir contrarier. L'idée même de faire confiance aux médias historiques, aux journalistes professionnels, est dès lors récusée.

Les réseaux sociaux ont également véhiculé des imputations maléfiques contre la Central Intelligence Agency (CIA), Bill Gates accusé d'avoir eu raison trop tôt, de grandes entreprises du secteur pharmaceutique, le gouvernement chinois, voire des théories clairement antisémites... Pour David Icke, star de la sphère complotiste radicale, le coronavirus pourrait venir des antennes 5G aux États-Unis et en Grande-Bretagne... Les publics touchés sont ici surtout jeunes, peu diplômés et proches des votes extrêmes. Le numérique est le vivier des *alternative facts*, dont l'audience s'élargit à mesure que se réduit la confiance dans les médias *mainstream*.

Une guerre froide de l'information

Trente ans après la répression de la place Tian'anmen, la Chine entend redorer son image. La crise du COVID-19 l'aura pourtant vue recourir à une communication hasardeuse. Alors que le virus était apparu dès novembre-décembre 2019 à Wuhan – dont les 11 millions d'habitants sont mis en quarantaine dès fin janvier –, la gravité de la maladie n'est publiquement reconnue que le 20 janvier 2020 par le président Xi Jinping. Selon Citizen Lab, institut spécialisé dans le contrôle de l'information de l'université de Toronto, des termes comme « pneumonie inconnue de Wuhan » ou « Commission de la santé de Wuhan » ont été bannis de plusieurs applications chinoises dès les premières semaines de l'épidémie.

Au nom de la stabilité, il est courant qu'en Chine les géants de l'internet épurent les contenus politiquement sensibles ou indésirables. Plusieurs médecins de Wuhan qui avaient alerté sur le virus ont été accusés par la police de propager des « rumeurs » – comme Li Wenliang, mort du virus début février. Par la suite, la Chine a mis en œuvre une étonnante communication, alternant contenus positifs (construction en un temps record d'un imposant hôpital de campagne), diplomatie de générosité (mise en scène d'envois de masques), critiques acerbes de diplomates chinois sur la stratégie de crise de pays où ils étaient en poste, enfin campagne de désinformation provoquant une contre-attaque américaine

immédiate. La guerre de l'information était ouverte. Le SRAS-CoV-2 proviendrait d'un laboratoire chinois – thèse avancée par le *Washington Post* –, conséquence d'une fuite accidentelle. Mike Pompeo, secrétaire d'État des États-Unis, affirmait sur ABC qu'il en existait un « nombre significatif de preuves » – un argument pour un Donald Trump en pleine campagne électorale et tentant de dissimuler sa gestion désinvolte de l'épidémie.

Jean-Pierre Cabestan résume les atermoiements de l'Empire du Milieu : « La Chine a voulu faire preuve de générosité. Or l'accompagner d'agressivité a nui à son message. Par sa communication elle nourrit une "guerre froide" avec les États-Unis. Elle se pensait assez puissante pour tout se permettre, et c'était une erreur.² »

Dans *Surveiller et punir*, Michel Foucault s'attache aux mutations des dispositifs disciplinaires. La prison, par exemple, perdure comme clé de voûte d'une « nouvelle technologie du pouvoir » qui, avec l'école, l'asile ou l'hôpital, permet depuis la fin du XVIII^e siècle un nouvel investissement de la vie quotidienne des individus. Après l'invention de l'imprimerie, l'école, autre système disciplinaire, génère, avec la lecture et l'écriture, des comportements nouveaux pour que chacun comprenne la loi. Chaque révolution accouche de nouveaux paradigmes.

C'est le cas pour la société informationnelle augmentée du passage au numérique. Ce dernier s'inscrit dans une logique panoptique de contrôle des populations. Or si la prison, ou l'école, restent sous contrôle d'autorités identifiées, le cyberspace s'affranchit des modes de régulation décrits par Foucault. La dynamique propre des médias et l'irrationnelle liberté des réseaux sociaux forment et déforment les structures de l'économie de l'attention, provoquant chaque jour une nouvelle forme d'anomie.

Le traitement informationnel de la crise du coronavirus associe deux entités – médias et médias sociaux – qui fracturent ensemble les systèmes de régulation, en tentant d'imposer une nouvelle norme de comportements. On pourrait déchiffrer bientôt dans les urnes des comportements politiques formatés par la puissance du narratif informationnel issu de la crise du COVID-19...

J. I.

Pour en savoir plus

- « COVID-19, une épidémie de fausses informations », *Mécaniques du complotisme*, Podcasts, France Culture, 28 avril 2020.
- H. Bergeron, O. Borraz, P. Castel et F. Dedieu, « Gestion de crise : comment tirer les leçons du coronavirus ? » *Analyse, Opinion, Critique*, 21 avril 2020.
- Y. Citton (dir.), *L'Économie de l'attention. Nouvel horizon du capitalisme ?*, Paris, La Découverte, 2014.

2. M.-F. Chatin, « Sanctionner la Chine ? », RFI, 24 avril 2020.