

La santé dans les médias : maltraitée ?

Parmi les éléments qui façonnent nos représentations, nos façons de sentir et de juger ce qui nous entoure, les médias ont une place très importante, bien que difficilement mesurable. L'influence des médias « culturels » de masse que sont les films et les séries, la littérature (au sens le plus large) et la musique est probablement énorme, mais nous évoquerons celle des médias « d'information » (radios, télévisions, journaux papiers et sites internet) ; et parmi eux les médias dominants – que ce soit en terme de diffusion, de prestige ou de moyens.

Bien qu'ils prétendent se contenter de nous fournir de façon neutre les éléments pour faire notre propre jugement, ces médias ont une importance cruciale dans le débat public : ils peuvent freiner, accompagner ou amplifier tel ou tel sujet comme digne d'intérêt, et ce qui peut être dit sur ce sujet. Il y a des contre-exemples où l'on traite d'un sujet inédit ou avec un angle inédit. Mais il y a des raisons à l'homogénéité du discours médiatique que même les lecteurs/spectateurs/auditeurs les moins attentifs ont constaté : propriété des médias privés concentrée à quelques gigantesques groupes industriels, dépendance aux annonceurs provoquant la course à l'audimat, contraintes de temps créant une dépendance vis-à-vis de certaines sources particulièrement disponibles (représentant de l'état, mais aussi experts de plateaux téléés – économistes, juristes, sociologues, etc.), homogénéité des profils sociaux des journalistes, précarisation croissante du métier de journaliste. Tout cela donne une production médiatique relativement homogène, y compris sur la santé.

De quelle façon la santé est-elle couramment abordée dans les médias ? Trois exemples :

1) La course au clic : insolite ou alarmiste, loufoque ou anxiogène.

Certaines publications scientifiques trouvent un écho dans les médias généralistes, mais il ne s'agit qu'exceptionnellement d'une vraie avancée scientifique. Le plus souvent au mépris des précautions prises par les auteurs de l'article original, ces publications sont relayées sur deux modes : insolite et loufoque (exemple : « En cas de grosse colère, écouter du métal adoucit les mœurs », *Le Monde* daté du 22 juin 2015), ou alarmiste et anxiogène (comme la vague de fausses alertes sur la rupture de stock de levothyrox à l'été 2013, ou « Le cannabis pète les câbles du cerveau », *lemonde.fr* 11 novembre 2014). Il arrive qu'un débat se noue autour d'une publication. Le débat médiatique, instantané, bref et percutant, étant incompatible avec le débat scientifique, qui nécessite du recul, des compléments, des nuances, cela conduit le plus souvent à une contamination du second par le premier, (voir la parution de l'étude sur les OGM de Gilles-Eric Séralini en 2013).

2) Le classement des hôpitaux : pas cher (et pas fiable).

La santé est régulièrement à la une des principaux hebdomadaires, avec la parution désormais rituelle des classements des hôpitaux. Ces classements permettent de réaliser un long dossier pour un coût modique, et souvent de bonnes ventes. Leur fiabilité médiocre n'est dès lors pas trop problématique. Un de leurs effets pervers est qu'ils présentent un service public (école, hôpital) comme un domaine de compétition où les usagers doivent investir intelligemment ...

3) L'économie

Enfin, les problématiques de santé sont régulièrement abordées plus ou moins directement par le prisme du « débat » économique. Dans ce domaine plus qu'ailleurs, le pluralisme des opinions est régulièrement foulé aux pieds : les fonctionnaires, privilégiés, coûtent trop cher, les charges (qui financent la sécurité sociale) pèsent sur l'économie, etc. etc. Les points de vue divergents sont beaucoup moins relayés. Lorsqu'ils le sont, on leur impose toujours un ou plusieurs contradicteurs « raisonnables ».

N. Chomsky et E. Hermann, *La Fabrique du Consentement. De la propagande médiatique en démocratie*, Marseille, Agone, « Contre-Feux », 2008, 672p.

Intégralité du site de l'association Acrimed : www.acrimed.org

Faits divers font diversion

Les médias, avec leurs contraintes, participent à la fabrication d'une certaine représentation du monde. Dans cette production, beaucoup de sujets sont traités dans un cadre étroit. C'est aussi le cas de la santé.

Cela évite de poser les questions qui nous intéressent : quelles conséquences a notre organisation collective pour la santé des citoyens ? les inégalités de santé selon les classes sociales, la double peine infligée aux pauvres (habitat difficile, pas de vacances, écoles sinistrées...), les risques liés au travail et à l'environnement... sauf exceptions, ces questions sont exclues.

Les débats médiatiques se résument le plus souvent à l'affrontement d'alternatives qui sont toujours les mêmes, puisque leur cadre est prédéfini. Les vraies questions de santé, comme beaucoup d'autres, sont dépolitisées. Les médias y ont une responsabilité.

Cordel écrit par Martin Coutellier, médecin généraliste, collectif outils pour le soin, partage de savoirs d'accès libre. Octobre 2015. www.outilsdusoin.fr

Cordel n°20



SANTÉ ET MEDIAS

Cordel : fascicule brésilien de poèmes ou écrits subversifs, accrochés à une corde à linge et vendus dans les marchés

Journaliste, L'impotisme scientifique en dix leçons, 2005 (1986) *quer pourquoi elle ne marche pas.* » Michel de Pracontal, *que de longs développements sont nécessaires pour expliquer de deux mots pour faire vivre la fusion froide, alors suffit de plus d'impact que sa réfutation méthodique. Il toujours plus d'annonce d'une découverte sensationnelle aura tri de l'information et le jugement critique y sont défavorables. Les médias sont l'Eldorado de l'impotisme, parce que le*

Pensées et anecdotes, 1995

forte moralité dans la profession. » Coluche, humoriste, *Si les journalistes étaient funambules, il y aurait une*

liste, La Sagesse du Père Brown, 1985 (1914)

Lord Jones "pour un public qui n'a jamais su que Lord Jones existait." Gilbert Keith Chesterton, écrivain et journaliste, La Sagesse du Père Brown, 1985 (1914)

priment. » Malcolm X, militant des droits civiques, 1989 *vous faire détester les opprimés et aimer ceux qui les oppriment.* » Si vous n'êtes pas vigilants, les journaux arriveront à

Don Quichotte de la Manche, 1969 (1605)

choses. » Miguel de Cervantes, écrivain, L'ingénieur Hidalgo *tises, mais à ceux qui ne savent pas lui servir autre chose.* » La faute n'est donc pas au public, qui demande des sottises, mais à ceux qui ne savent pas lui servir autre

Citations :

« Comme toutes les entreprises qui sont axées principalement sur la recherche du profit, celles de la presse ont évidemment un besoin essentiel de faire croire à l'opinion publique qu'elles remplissent en réalité une fonction beaucoup plus noble et ne travaillent, en fait, que pour le plus grand bien de tous. Mais la différence avec les autres est qu'elles disposent de moyens exceptionnellement puissants et efficaces pour faire accepter leur mensonge. » Jacques Bouveresse, philosophe, Schmock ou le triomphe du journalisme : la grande bataille de Karl Kraus, 2001

Sur le sujet, on peut lire :

- N. Chomsky et E. Hermann : *La Fabrique du Consentement. De la propagande médiatique en démocratie*, Marseille, Agone, « Contre-Feux », 2008, 672p. - Site de l'association www.acrimed.org

- S. Halimi : *Les nouveaux chiens de garde*, Paris, Ramses, 2005 [1e Ed. 1997], 155p.

- P. Bourdieu : *Sur la télévision*, Paris, Ramses d'Agir, 1996, 95p.

On peut voir :

les Nouveaux chiens de garde, de Yannick Kergoat et Gilles Balbastre, film-pamphlet qui dénonce les connivences entre journalistes et politiques. <http://www.crashdebug.fr/index.php/dossiers/6159-docu-les-nouveaux-chiens-de-garde-complet>