



HAL
open science

La doxa du Covid

Laurent Mucchielli

► **To cite this version:**

Laurent Mucchielli. La doxa du Covid. Les Cahiers du CEDIMES, 2021, 16 (Hors-Série), pp.138-146.
halshs-03146987

HAL Id: halshs-03146987

<https://shs.hal.science/halshs-03146987v1>

Submitted on 16 Nov 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

LA DOXA DU COVID. REFLEXIONS SUR LE CONTROLE DE L'INFORMATION RELATIVE A LA CRISE SANITAIRE

Laurent MUCCHIELLI

Directeur de recherche au CNRS

Centre Méditerranéen de Sociologie, de Science politique et d'Histoire
(MESOPOLHIS, UMR 7064, CNRS & Aix-Marseille Université)

Résumé : La crise de la Covid a été l'occasion d'une tentative historiquement inédite de contrôle de l'information à l'échelle mondiale. Dans cet article, nous analysons les composantes de ce processus international de normalisation éditoriale visant à assurer « le monopole de l'information légitime » (Bourdieu). Quatre ensembles d'acteurs ont des intérêts convergents à s'entendre pour assurer autant que possible ce contrôle du débat public sur la crise de la Covid et son interprétation : 1) les gouvernements occidentaux de type libéraux, 2) le tandem que forment l'OMS et son nouveau grand financeur la Fondation Bill Gates, 3) les « géants du numérique » qui contrôlent non seulement les réseaux sociaux mais aussi et de plus en plus les médias traditionnels, 4) ces médias traditionnels dont les financements dépendent de plus en plus des trois autres acteurs. Après avoir étudié cette entente, nous examinerons le contenu du message ainsi délivré aux populations.

Mots-clefs : Crise de la Covid – Contrôle de l'information – Normalisation éditoriale – Police de la pensée – Fake News.

Abstract: The Covid crisis was the occasion of a historically unprecedented attempt at global information control. In this article, we analyze the components of this international process of editorial standardization aimed at ensuring the "monopoly of legitimate information" (Bourdieu). Four sets of actors have convergent interests to work together in ensuring as far as possible this control of the public debate on the Covid crisis and its interpretation: 1) Liberal-style Western governments, 2) the tandem formed by WHO and its new major funder the Bill Gates Foundation, 3) the "digital giants" that control not only social networks but also, increasingly, traditional media, 4) those traditional media whose funding increasingly depends on the other three actors. After studying this agreement, we will examine the content of the message thus delivered to the populations.

Keywords: Covid Crisis - Information Control - Editorial Normalization - Thought Police - Fake News.

Dans les démocraties, la plupart des questions de sociétés font l'objet de débats publics contradictoires plus ou moins intenses et plus ou moins polémiques. Pourtant, si elle

monopolise les commentaires dans les médias, la « crise sanitaire » ouverte par l'épidémie de coronavirus au début de l'année 2020 se caractérise par une fermeture inédite du débat public, une absence de véritable débat contradictoire, des phénomènes de censure et d'ostracisation pour le moins inhabituels. En France, tout se passe comme si le discours du gouvernement ne pouvait souffrir aucune contradiction majeure, toute personne se risquant à énoncer de telles contradictions étant renvoyée vers des catégories stigmatisantes dont la principale est le « complotisme ». Chose particulièrement étonnante : tandis que les journalistes devraient être les premiers organisateurs de tels débats contradictoires, beaucoup se révèlent au contraire être devenus des sortes de limiers traquant les alternatives de pensée pour mieux les rejeter hors de l'espace légitime de discussion. Quant à Internet et aux réseaux sociaux, sensés initialement constituer une avancée dans la démocratie d'expression, ils accompagnent désormais pleinement ce mouvement de fermeture et illustrent quotidiennement des formes de nouvelles censures. Comment comprendre une telle situation de fait ?

La fabrique du consentement

Dans *Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media*, paru en 1988 (et traduit chez Agone), Noam Chomsky et Edward Herman expliquent comment les principaux médias (radios, télévisions et presse écrite) participent désormais activement à la propagande des élites politiques et économiques dont ils sont devenus très largement dépendants¹. La démonstration des auteurs s'appuie principalement sur l'analyse de la couverture médiatique des mouvements de contestation internes ainsi que des guerres menées par les Etats-Unis durant la seconde moitié du 20^{ème} siècle. Ils montrent la dépendance croissante des journalistes envers des sources gouvernementales qui leur facilitent le travail (communiqués de presse, dépêches, dossiers documentaires, etc.) et leur incapacité à engager de véritables investigations toujours longues et coûteuses. Ils soulignent également que les médias ont perdu peu à peu leur indépendance financière. D'une part, beaucoup appartiennent désormais à des grands groupes industriels et/ou des milliardaires, ou bien ne survivent que grâce aux publicités que ces groupes leur payent. D'autre part, ils reçoivent d'importantes subventions gouvernementales. Dans cette double dépendance, les médias ont perdu toute capacité à représenter un « quatrième pouvoir ». Ils sont, au contraire, structurellement sous influence des puissances économiques et politiques dont ils relayent de fait la vision du monde et les intérêts. Enfin, Herman et Chomsky étudient

¹ E. Herman, N. Chomsky, *La fabrication du consentement. De la propagande médiatique en démocratie*, Marseille, Agone, 2008.

la manière dont opèrent cette production d'informations et cette diffusion de messages à destination de la population. Ils montrent que si le mécanisme de base est le contrôle de la diffusion des informations à destination des journalistes, une autre dimension majeure consiste à contrôler et utiliser toute une série d'« experts » faussement indépendants, qu'ils soient de simples « consultants », des journalistes spécialisés, des animateurs de *think tanks* ou même des universitaires dont les recherches sont financées par ailleurs par le gouvernement ou les industriels². Ces « experts » se comportent alors comme des « influenceurs » comme l'on dit de nos jours.

Contrôle des médias et police de la pensée numérique

La situation française correspond en grande partie à ce modèle de double dépendance des médias. D'un côté, on retrouve des processus de concentration et de rachat qui font que la plupart des journaux, des radios et des télévisions sont aujourd'hui la propriété de quelques milliardaires (Vincent Bolloré, Bernard Arnault, Claude Perdiel, François Pinault, Xavier Niel...) et autres « grandes familles » (Bouygues, Dassault, Baudecroux, Baylet, Bettencourt, Lagardère...) ³. Ce processus de concentration est tel que dix sociétés contrôlent 90% de la presse écrite, 55% des parts d'audience de la télévision et 40% des parts d'audience de la radio ⁴. De l'autre côté, outre le maintien d'un ensemble de médias audio-visuel publics (*Radio France* et *France Télévision*), l'Etat finance également les entreprises de presse qui, ainsi, en dépendent. En 2017 (dernière donnée disponible), le ministère de la Culture publiait ces montants d'aides directes à la presse : 8,3 millions d'euros pour *Aujourd'hui en France*, entre 5 et 6 millions pour *Libération*, *Le Figaro* et *Le Monde*, entre 4 et 5 millions pour *La Croix*, *Ouest-France* et *L'Humanité* et entre 1 et 2 millions pour une petite dizaine de titres de la presse quotidienne régionale ainsi que pour *Le Parisien* et le *Journal du Dimanche* ⁵. Par ailleurs, dans son rapport de 2013, la Cour des comptes proposait un inventaire de ces aides et attirait notamment l'attention sur le cas de l'Agence France Presse (AFP), énorme entreprise de fabrication d'informations à destination de la totalité des médias français et étrangers, qui a un statut juridique d'établissement public autonome et dont l'Etat est à la fois une des instances

² Voir aussi D. Frau-Meigs, « Le journalisme aux États-Unis : une profession sous influences », *Parlement[s]*, *Revue d'histoire politique*, 2004, 2, p. 64-79.

³ « Médias français : qui possède quoi ? », *Le Monde Diplomatique*, décembre 2020.

⁴ A. Rousseaux, « Le pouvoir d'influence des dix milliardaires qui possèdent la presse française », *Basta Mag*, 7 avril 2017.

⁵ Ministère de la Culture, « Tableaux des titres et groupes de presse aidés en 2017 » [en ligne].

dirigeantes et le premier client (assurant environ 40% des recettes de l'agence) ⁶. On remarque enfin que la presse a été largement bénéficiaire des aides exceptionnelles de l'Etat liées à la crise actuelle, avec près d'un demi-milliard d'euros annoncés dans le plan de relance en août 2020 ⁷.

L'ensemble de ces données dessinent les contours d'un tissu de relations et de liens d'intérêts entre le monde économique (les propriétaires des médias), le monde politique (leur subventionneur) et les rédactions en chef des médias. Nombre de journalistes ont d'ailleurs décrit de l'intérieur ces liens ⁸. Mais à cela s'ajoute désormais l'entrée en jeu des multinationales du numérique que sont en particulier Google et Facebook.

Sous la menace d'un lourd redressement fiscal en 2012, Google a eu l'idée de créer l'année suivante un « fonds d'aide au développement de la presse écrite » en France, afin de « soutenir un journalisme de qualité grâce aux technologies et à l'innovation ». C'est ainsi que, en 2019, 21 médias français ont reçu des subventions à hauteur de 6,4 millions d'euros. Ont alors fleuri sur les sites Internet des principaux médias quantités d'infographies, d'analyses de type « big data » ainsi que les rubriques de « fact check », traque des « fake news » et sites « complotistes » ⁹. Une des réalisations les plus connues en France est le « Decodex » du journal *Le Monde*, qui prétend établir un classement de la fiabilité de tous les sites Internet d'information.

Google n'est pas la seule multinationale numérique à exercer cette sorte de police de la pensée sur Internet. Facebook le fait aussi depuis 2017, toujours par le biais de la chasse aux « fake news » ¹⁰. « *Nous, on travaille pour Facebook, comme un certain nombre de médias en France travaillent pour Facebook. On est rémunéré pour faire le ménage dans les contenus qui circulent* », déclare ce journaliste de *Libération* le 30 décembre 2017 ¹¹. De fait, huit médias français ont ainsi signé un partenariat avec Facebook : les quotidiens *Libération*, *Le Monde* et *20 Minutes*, l'hebdomadaire *l'Express*, la chaîne de télévision *BFMTV* ainsi que l'AFP et le service public de l'audiovisuel à savoir le groupe *France Télévisions* (inclus *France Info* qui

⁶ Cf. le rapport de la Cour des comptes, *Les aides de l'Etat à la presse écrite*, Paris, 2013, p. 45sqq.

⁷ F. Schmitt, « La presse obtient à son tour un plan de relance », *Les Echos*, 27 août 2020.

⁸ S. Halimi, *Les nouveaux chiens de garde*, Paris, Raisons d'Agir, 1997 ; F. Ruffin, *Les petits soldats du journalisme*, Paris, Les Arènes, 2003 ; P. Merlant, L. Chatel, *Médias. La faillite d'un contre-pouvoir*, Paris, Fayard, 2009 ; A. Ancelin, *Le Monde libre*, Paris, Les liens qui libèrent, 2016 ; L. Mauduit, *Main basse sur l'information*, Paris, Don Quichotte, 2016.

⁹ D.-J. Rahmil, « Google finance les médias et dessine les nouvelles tendances du journalisme », *L'ADN*, 2 avril 2019.

¹⁰ G. Pépin, « 'Fake news' : Facebook va rémunérer des éditeurs français et fait sa publicité dans la presse », *NextImpact*, 26 avril 2017 ; voir aussi *Le Canard enchaîné*, 3 janvier 2018.

¹¹ Lors du Journal de 13h de France Inter (<https://www.franceinter.fr/emissions/le-journal-de-13h/le-journal-de-13h-30-decembre-2017>).

est à la fois une chaîne de télévision, une radio et un important site Internet) et France médias monde (qui regroupe la chaîne de télévision *France 24*, Radio France Internationale et détient une participation dans *TV5 Monde*). Pour les financer, Facebook achète au prix fort des espaces publicitaires, de même qu'il diffuse des contenus vidéos de ces médias via des applications pour smartphones dont Facebook garde le contrôle et partage les profits générés par les publicités ¹². En France comme dans d'autres pays (notamment aux Etats-Unis après l'élection de Donald Trump en 2016, marquée par des soupçons d'ingérence de la Russie, faisant trop vite oublier le scandale *Cambridge Analytica* impliquant directement Facebook ¹³), ces opérations ont été activement soutenues par l'Etat. Dans ses vœux à la presse, en janvier 2018, Emmanuel Macron annonçait une loi pour lutter contre la diffusion des fausses informations sur Internet en période électorale. Ce sera la loi du 22 décembre 2018 « relative à la lutte contre la manipulation de l'information », adoptée malgré l'opposition du Sénat et avec des réserves d'interprétation du Conseil constitutionnel. Cette loi, toutefois, ne concerne pas que l'information en contexte électoral. Elle donne de nouveaux pouvoirs de censure au Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) et organise la coopération avec les géants d'Internet (Facebook, Google, YouTube, Twitter) afin de lutter contre toute production d'informations qui serait susceptible de « troubler l'ordre public » ¹⁴. Cette nouvelle forme de censure d'Etat, et les dangers potentiels pour la liberté d'expression et d'information qu'elle porte, furent à l'époque critiqués en vain par le Syndicat National des Journalistes (SNJ), Reporters Sans Frontières (RSF), le Syndicat de la presse indépendante d'information en ligne (SPIIL), des associations de défense de la liberté numérique comme la *Quadrature du Net* et des chercheurs spécialisés ¹⁵.

¹² L'Observatoire du journalisme, « Tout ce que les éditeurs perdent, Facebook et Google le gagnent », 21 janvier 2018 [en ligne : <https://www.ojim.fr>]. On sait que le modèle économique de Facebook est tout entier basé sur la publicité : cela a représenté 98% de ses recettes en 2019 (R. Badouard, *Les nouvelles lois du web*, Op.cit., p. 73).

¹³ I. Bokanovski, *Internet. Une plongée dans le web de l'influence*, Paris, Balland, 2020, p. 61 sqq.

¹⁴ En ce qui concerne le CSA, un exemple de cette nouvelle forme de censure est survenu au tout début du mois de janvier 2021 lorsque cette agence a sanctionné la radio RMC pour avoir invité en août 2020 le professeur Christian Perronne à s'exprimer lors même que « cet invité était le seul membre du corps médical présent en plateau » et que « ces déclarations n'ont pas fait l'objet d'une contradiction suffisante ». « Dès lors, l'éditeur ne peut être regardé comme ayant fait preuve d'honnêteté et de rigueur dans la présentation et le traitement de l'information sur la pandémie » (« Le CSA met en demeure RMC pour une émission avec le professeur Perronne », *20 minutes*, 6 janvier 2021). On notera toutefois que l'ensemble des médias passent leur temps à inviter des médecins depuis le mois de mars dernier et que le CSA n'a jamais relevé une absence de « contradiction suffisante » lorsque ces médecins expriment des propos qui coïncident avec le discours gouvernemental. Il s'agit d'une part d'un « deux poids, deux mesures » flagrant, et d'autre part d'un acharnement sur un médecin qui venait d'être démis de sa chefferie de service par le directeur de l'AP-HP (AFP, 17 décembre 2020).

¹⁵ L. Haéri, « Loi contre les *fake news* : chasse aux fausses informations ou nouvelle censure ? », *Le Journal Du Dimanche*, 7 juin 2018. L'article interviewe notamment le sociologue Romain Badouard, auteur de *Désinformation, rumeur et propagande*, Limoges, FYP éditions, 2017.

Remarquons que cette nouvelle avancée dans la société de contrôle de l'information repose sur une justification très fragile car les recherches sociologiques ne confirment pas cette centralité des *fake news* dans l'évolution d'un débat public, et encore moins d'une élection ¹⁶. Le développement majeur de cette façon de faire du journalisme (le *fact checking*) a donc d'autres raisons. Inventé au départ pour vérifier la véracité des discours politiques ¹⁷, ce style de journalisme fait partie d'une tentative de reconquête de crédibilité des médias traditionnels lors même qu'il se situe à l'opposé du journalisme d'investigation puisqu'il permet de s'affranchir de toute démarche d'enquête sur le terrain (les articles pouvant s'écrire entièrement depuis son bureau à l'aide d'un ordinateur et d'un téléphone). Le *fake checking* est peu coûteux. Subventionné par les géants d'internet, il devient même rentable économiquement.

Les nouveaux habits de la censure

La lutte contre la propagande terroriste et les « contenus haineux » d'extrême droite a été au cœur du développement de nombreuses techniques de censure développées par ces géants d'Internet en collaboration avec les Etats. Puis, elle s'est étendue peu à peu à d'autres formes de censure de contenus plus politiques, au point d'exercer une véritable police de la pensée : « les grandes plateformes du web, de par leur position oligopolistique sur le marché de l'information, exercent ce pouvoir à trois niveaux distincts. En mettant à disposition des outils de prise de parole, elles les contraignent en même temps qu'elles les rendent possible, en leur appliquant un format. Leurs algorithmes, ensuite, ordonnent ces prises de parole disparates en distribuant la visibilité dont elles ont besoin pour toucher leur public. Enfin, leurs dispositifs de modération, qui articulent détection automatique et supervision humaine, exercent des fonctions de police en définissant ce qui peut ou non être dit, et en punissant les discours (ou les images) qui contreviennent aux règles » ¹⁸.

Cela étant, la censure n'est que le versant le moins présentable de processus de contrôle de l'information plus globaux. Comme le disait déjà Roland Barthes (*Sade, Fourier, Loyola*, 1971), « la vraie censure ne consiste pas à interdire (à couper, à retrancher) [...] mais à étouffer, engluer dans les stéréotypes [...] à ne donner pour toute nourriture que la parole consacrée des

¹⁶ Y. Benkler, R. Faris, H. Roberts, *Network Propaganda. Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics*, Oxford, Oxford University Press, 2018.

¹⁷ L. Bigot, *Fact-checking vs fake news. Vérifier pour mieux informer*, Paris, INA Éditions, 2019.

¹⁸ R. Badouard, *Les nouvelles lois du web. Modération et censure*, Paris, Seuil, 2020, p. 12.

autres, la matière répétée de l'opinion courante »¹⁹. Désormais, « la censure ne doit plus être seulement pensée comme le résultat de pressions directes et concrètes exercées sur les différents maillons de la chaîne de sens par les détenteurs identifiés de l'autorité d'État ou d'Église, mais comme le processus toujours et partout à l'œuvre de filtrage des opinions admises. Bien plus, cette 'nouvelle censure' [...] passerait moins par l'interdit jeté sur la parole dissidente que par la promotion d'une parole conforme aux intérêts des institutions et des groupes qui les dominent »²⁰. La censure, au sens sociologique large comme au sens juridique réduit, est donc inséparable de la doxa qu'elle sert.

L'OMS et la Fondation Bill Gates : deux puissances supra-nationales qui joignent leur influence

Les géants de l'Internet ne sont pas les seuls à s'immiscer dans le contrôle de l'information par le biais du financement des médias. C'est aussi le cas de la super-puissance que constitue la Fondation de Bill & Melinda Gates. Le fondateur de *Microsoft* et *Windows* est devenu la personnalité la plus riche du monde au milieu des années 1990 (il a été récemment détrôné par le propriétaire d'*Amazon*, Jeff Bezos). Avec une fortune personnelle approchant les 100 milliards de dollars, il est plus riche que la plupart des pays du monde et, entre autres investissements, il finance de nombreux médias. En France, il subventionne en particulier *Le Monde* (2,13 millions de dollars pour l'année 2019)²¹. Cette fondation consacre par ailleurs une partie très importante de ses dons (défiscalisés) à la santé, avec un prisme techno-industriel précis : « dans le domaine de la santé, la Fondation mène des actions de grande ampleur contre le sida, la tuberculose et le paludisme, traduisant son obsession pour la technologie par un intérêt tout particulier pour les vaccins, au mépris de solutions moins industrielles et potentiellement tout aussi efficaces »²². En outre, la fondation de Bill Gates est devenue extrêmement influente au sein de l'OMS dont elle est le premier des contributeurs privés du budget avec 455 millions de dollars en 2019. Dans le classement général des financeurs, la Fondation est encore dépassée de peu par la Grande-Bretagne (464 millions de dollars en 2019)

¹⁹ Cité par P. Roussin, « Liberté d'expression et nouvelles théories de la censure », *Communications*, 2020, 1, p. 26.

²⁰ L. Martin, « Censure répressive et censure structurale : comment penser la censure dans le processus de communication ? », *Questions de communication*, 2009, 15, p. 71.s

²¹ « Le quotidien *Le Monde* a reçu plus de 4 millions de dollars de la fondation de Bill Gates », Covidinfos, 11 mai 2020 [en ligne : <https://covidinfos.net/>].

²² L. Astruc, *L'art de la fausse générosité. La Fondation Bill et Melinda Gates*, Arles, Actes Sud, 2020, p. 12.

et surtout les Etats-Unis (853 millions de dollars en 2019)²³. Toutefois, le quatrième financeur dans ce classement (avec 389 millions de dollars en 2019) n'est autre que l'Alliance GAVI (*Global Alliance for Vaccines and Immunization*), organisation internationale de promotion des vaccins dont la Fondation Gates est également le principal financeur. Enfin, le neuvième et le dixième plus importants financeurs de l'OMS (respectivement 168 et 116 millions de dollars en 2019) sont deux associations caritatives internationales basées aux Etats-Unis : le Rotary International et le National Philanthropic Trust. Et la Fondation Bill Gates est aussi l'un des premiers financeurs de ces deux associations par le biais des dons défiscalisés. Dès lors, si l'on additionne les principaux quatre financements dans lesquels elle est impliquée (et ce ne sont pas les seuls), il apparaît que la Fondation de Bill Gates est devenue en réalité le premier financeur de l'OMS.

L'OMS a joué un rôle particulièrement actif dans la tentative de maîtriser la communication sur l'épidémie de coronavirus. Depuis le classement de la Covid-19 en « urgence de santé publique internationale » le 30 janvier 2020, son directeur tient des conférences de presse quasi quotidiennes. L'organisation a mis par ailleurs en place tout un système de communication afin de contrer ce qu'elle appelle une « infodémie » qui se caractériserait par la multiplication de « rumeurs et fausses informations ». Son directeur général, Tedros Adhanom Ghebreyesus estimait même que « *Notre plus grand ennemi à ce jour, ce n'est pas le virus lui-même. Ce sont les rumeurs, la peur et la stigmatisation* »²⁴. Pour faire prédominer ses messages, l'OMS a mis sur pieds une stratégie de communication mondiale supervisée par Sylvie Briand, directrice du Département des pandémies et épidémies, et pilotée par Andrew Pattison, responsable des « solutions numériques », en lien avec une équipe de six personnes au siège de Genève. Un accord a d'abord été passé avec un partenaire ancien, Google, « *pour faire en sorte que les personnes recherchant des informations sur le coronavirus voient les informations de l'OMS en tête de leurs résultats de recherche* ». Ensuite, l'équipe de communication s'est assurée le concours des principaux réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, Tencent, Tik Tok) et mêmes de sociétés comme Uber et Airbnb afin qu'ils diffusent les « bons messages »²⁵.

²³ <https://www.who.int/fr/about/planning-finance-and-accountability/how-who-is-funded>

²⁴ Cité par I. Mayault, « La rumeur, l'autre épidémie qui préoccupe l'OMS », *Le Monde*, 6 mars 2020.

²⁵ M. Richtel, « W.H.O. Fights a Pandemic Besides Coronavirus: An 'Infodemic' », *New York Times*, 6 février 2020 ; cf. aussi F. Magnenou, « Comment l'OMS s'efforce de contenir l'infodémie qui entoure l'épidémie », *France TV Info*, 8 février 2020.

Enfin, l'OMS et ses partenaires ont recruté des « influenceurs » ou relais d'opinion ²⁶, afin de s'assurer du contrôle des réseaux sociaux et de YouTube, *leader* mondial de la vidéo en ligne (plus de deux milliards d'utilisateurs mensuels en 2020) et propriété de Google ²⁷.

Conclusion : conquérir le monopole de l'information légitime

La crise sanitaire ouverte par l'épidémie de Sars-CoV-2 aura été l'occasion d'une tentative historiquement inédite de contrôle de l'information à l'échelle mondiale, d'autant plus importante à comprendre que cette épidémie a fait l'objet d'une couverture médiatique sans précédent dans l'histoire ²⁸. Dans cet article, nous avons passé en revue les composantes de ce processus international de normalisation éditoriale visant à assurer ce que Bourdieu appelait « le monopole de l'information légitime » ²⁹. Ce système de contrôle est destiné à assurer la prédominance médiatique, et derrière le consentement des populations, à l'égard du contenu d'un message général qui pourrait être résumé ainsi : 1) une pandémie menace la survie de l'humanité entière, 2) il n'existe aucune thérapeutique pour guérir les malades, 3) il faut confiner la totalité des populations, 4) la délivrance viendra uniquement d'un vaccin.

Par ailleurs, la doxa n'est pas seulement la pensée dominante et présentée comme légitime par les élites de la société à un moment donné. Elle est aussi une vision du monde qui concourt à un moment donné à protéger l'ordre social et politique établi ³⁰. Elle contient en effet une deuxième prémisses qui consiste à penser en substance que *le gouvernement fait ce qu'il peut, il n'y a pas grand-chose d'autre à faire*, voire même à en déduire que *c'est une obligation morale que de soutenir l'action du gouvernement dans ce moment exceptionnellement difficile*. Et

²⁶ Parmi ces influenceurs, côté francophone, on peut citer par exemple Lê Nguyễn Hoàng (près de 200 000 abonnés sur sa chaîne YouTube « Science4All », Thibaud Fiolet (et son site « Quoi dans mon assiette »), le groupe « Osons causer » (près de 300 000 abonnés sur YouTube et près d'un million sur Facebook) ou encore Jérémy Descoux, (98 000 abonnés sur sa chaîne « Asclépios », président du Collectif « FakeMed », un réseau de médecins militant qui s'est fait connaître par sa lutte contre l'homéopathie). Certains de ces influenceurs apparaissent dans une vidéo intitulée « Coronavirus : chaque jour compte », postée sur YouTube le 14 mars 2020, et dont la liste des intervenants est en ligne : https://docs.google.com/document/d/1x-euHB-V72ipNttBj1KP6O_aEBGK0qKafqphMRBZK1I/edit#heading=h.3bjrhorulj7v Il est probable que Facebook « sponsorise » certains influenceurs dans sa stratégie de promotion de contre-discours (R. Badouard, *les nouvelles lois du web*, Op.cit., p. 97), mais on ignore lesquels.

²⁷ Sur ce phénomène typique des années 2010-2020, cf. D. Frau-Meigs, « Les youtubeurs : les nouveaux influenceurs ! », *Nectart*, 2017, 5 (2), p. 126-136.

²⁸ A. Bayet, N. Hervé, « Information à la télé et coronavirus : l'INA a mesuré le temps d'antenne historique consacré au Covid 19 », *INA. La revue des médias*, 24 mars 2020 [en ligne] ; N. Hervé, « Coronavirus. Etude de l'intensité médiatique », Working paper, 30 juin 2020 [en ligne : <http://www.herve.name/coronavirus>].

²⁹ P. Bourdieu, *Sur la télévision*, Paris, Seuil, 1996, p. 82.

³⁰ P. Bourdieu, *La Distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Minuit, 1979, p. 549-550.

autres variantes. La doxa prend alors la dimension de ce que Bourdieu appelait une sociodicée : « Max Weber disait que les dominants ont toujours besoin d'une 'théodicée de leur privilège', ou, mieux, d'une sociodicée, c'est-à-dire d'une justification théorique du fait qu'ils sont privilégiés »³¹. En l'occurrence, il s'agit de faire accepter « une philosophie de la compétence selon laquelle ce sont les plus compétents qui gouvernent »³².

Pour que la sociodicée fonctionne, il est ainsi crucial de contrôler l'information. Dans cet article, nous avons argumenté l'hypothèse selon laquelle quatre ensembles d'acteurs ont, de fait, des intérêts convergents à organiser ce contrôle et s'assurer du succès du message qu'ils ont choisi de faire passer. Le premier est représenté par le tandem désormais indissociable que forment l'OMS et son nouveau grand financeur la Fondation Bill Gates, dont le programme de vaccination mondiale constitue la pierre angulaire de la pensée sanitaire. Le second ensemble est constitué par la plupart des gouvernements occidentaux de type libéraux, qui redoutent les conséquences électorales de leur gestion de la crise sanitaire et veulent par conséquent s'assurer que leur version de l'histoire ne sera pas fondamentalement remise en question. Le troisième ensemble d'acteurs est constitué par les médias traditionnels qui sont confrontés de façon croissante à une crise de confiance majeure dans des populations³³, et pour qui le contrôle et si possible l'exclusivité de la diffusion de l'information légitime sur la crise sanitaire constitue presque une question de survie. Enfin, le quatrième type d'acteurs sont les « géants du numérique » qui contrôlent de nos jours non seulement les réseaux sociaux mais aussi et de plus en plus les médias traditionnels, et qui profitent de la crise sanitaire pour accroître encore leur emprise sur la vie numérique³⁴, ainsi que leurs profits publicitaires³⁵.

Il resterait cependant à investiguer plus en détail les liens entre ces quatre acteurs et les industries pharmaceutiques, premières concernées financièrement par la gestion de la crise du Covid, et dont les stratégies de lobbying et de trafic d'influence sont bien connues par ailleurs³⁶.

³¹ P. Bourdieu, « Le mythe de la 'mondialisation' et l'Etat social européen », repris dans *Contre-feux*, Paris, Raisons d'agir, 1998, p. 49.

³² *Ibid.*, p. 48.

³³ De la dernière enquête Kantar/La Croix, il ressort un niveau inégalé de défiance vis-à-vis des journalistes, 68 % des personnes interrogées considérant qu'ils ne sont pas assez indépendants des pouvoirs politiques, et 61 % qu'ils ne sont pas assez indépendants vis-à-vis des « pressions de l'argent » (A. Carasco, « Baromètre médias : pourquoi 4 Français sur 10 boudent l'information », *La Croix*, 15 janvier 2020).

³⁴ S. Zuboff, *L'âge du capitalisme de surveillance*, Paris, Zulma, 2020.

³⁵ R. Vitt, « Vacciné contre la Covid-19, Google bat tous les records en 2020 », *Presse Citron*, 27 décembre 2020 ; « En pleine crise, les GAFAM affichent des profits flamboyants », *Frenchweb*, 30 octobre 2020 en ligne]

³⁶ Voir notre deuxième contribution dans ce numéro des *Cahiers du Cedimes*.