

## Les psychologues dans les médias

Une vision double, par Isabelle Kottelat, journaliste RP et psychologue du travail

### Quelle visibilité ont aujourd'hui les psychologues dans les médias ?

#### Où et comment peut-on les voir, les entendre, les lire? Comment sont-ils perçus ?

La première réponse, sortie des réactions de la rue, des conversations entre amis, au café etc, c'est :

Au secours, les psys sont partout ! Le monde est psychologisé !

Les psys analysent tout, scrutent dans la tête des gens à chaque coin de journal, à la radio au petit-déjeuner jusqu'au Téléjournal du soir. Un cliché, une peur qui n'a rien de nouveau. L'image est aussi vieille que le métier de psychologue.

Mais concrètement, malgré une réelle progression, on ne voit pas beaucoup de psychologues dans les médias. Ou plutôt et surtout, on ne voit pas grand-chose d'eux.

Pour illustration, j'ai fait un rapide sondage dans les médias de ces derniers jours: Et j'ai dû chercher. Le moins que l'on puisse dire c'est que les psychologues ne sautent pas aux yeux.

Sauf dans le cinquième cahier du **Matin Dimanche**...

Hier, on y trouvait un petit article sur la relation entre les vacances des psys et le nombre de suicide qui augmente en été. La fameuse page de Rosette Poletti, la reprise d'une page du magazine Psychologies. Et la réponse d'expert à la question d'un lecteur.

**La TSR**, sur leur site [tsr.ch](http://tsr.ch), on trouve les psychos tests de l'émission Scènes de ménage. Pour quel genre de vacances êtes-vous fait ? Êtes-vous hypocondriaque ? Le tout sous la supervision d'un psychologue universitaire.

**24 Heures** Rien ces derniers jours.

**L'Illustré** Rien non plus. Ni avec le mot psychologue dans le moteur de recherche de leur site internet.

**L'Hebdo** Il faut remonter à mars, pour trouver un article fouillé sur le travail d'une psychologue en neuroscience ou comment évaluer les faiblesses et déficiences d'une personne handicapée.

**Migros Magazine** Ce matin, le mode d'emploi du bonheur, avec les conseils des psychologues et auteurs Yves-Alexandre Thalmann et Evelyne Bissone Jeufroy.

**Le Temps** Rien aujourd'hui ; vendredi, on trouvait un sujet psychologie du travail: comment transmettre au jeunes les compétences des seniors, mais plutôt avec des interventions de responsables RH ou de professeur HEC.

Il y a une semaine, une question pratique : comment aider son enfant à s'orienter ? Avec les réponses de l'expert en orientation Grégoire Evéquoz.

**Expert. Le mot est lâché.**

## **Les psychologues interviennent le plus souvent comme experts dans les médias.**

Les experts, c'est la grande mode, et pas seulement dans les séries TV.

Ces spécialistes qui savent tout, qui décortiquent tout, que les médias utilisent pour crédibiliser un sujet. L'étoffer. Ou plus positivement pour le donner à comprendre. Des psychologues comme aide-lecture de la société. Souvent sous la forme de trois ou quatre questions à : Que pensez-vous de ? Selon vous, qu'est-ce que cela signifie, etc.

Mais un psychologue après ça, on ne sait toujours pas qui c'est. Juste une espèce de voix off, froide. Fait-elle partie des vivants ?

Psychologue, c'est finalement un métier dont on ne sait rien à travers les médias. Ni ses problématiques, ni ses enjeux.

A quoi ressemble le ou plutôt tous les différents métiers de psychologue ? Qui sont ceux qui le pratiquent ? Des jeunes ? Des vieux ? Combien sont-ils ?

De là à dire que les psychologues sont peu mal positionnés dans les médias aujourd'hui, il n'y a qu'un pas. Que je franchis allégrement.

### **A quoi cela est-il dû ?**

Une des raisons tient sûrement au fait qu'entre psychologues et journalistes, ce n'est pas toujours le grand amour.

### **Qu'est-ce qui passe par la tête d'un journaliste quand il doit interviewer un psychologue ?**

Ce n'est pas un cadeau.

Les psychologues sont parmi les professionnels les plus pénibles à interviewer. Pinailleurs. Ils font un peu peur aussi. Les pires avec les religieux. Les plus pénibles, et c'est moi qui pèse mes mots.

Je le dis, parce que les psychologues, dans mon expérience notamment, pèsent tellement leurs mots, font tellement attention à chaque mot qu'ils emploient, une déformation professionnelle par ailleurs très respectable, qu'il ne reste souvent que des propos creux.

On dirait que les psychologues ont peur de parler. Les psychologues sont-ils particulièrement timides ? Ou méfiants ? Ou prudents ? Veulent-ils garder une part de mystère, et si oui pourquoi ? Le résultat en tout cas c'est souvent un langage d'expert de police criminelle, aseptisé. Pas très concret.

Ou au contraire, ce qui revient au même au final, beaucoup de psychologues emploient un langage tellement alambiqué que le commun des mortels s'y perd. Et la vulgarisation ?

Les scientifiques s'y mettent. On peut notamment s'en rendre compte en écouter Impa-science, le soir à la Radio romande.

Dans mon métier de journaliste, je dis à mes interlocuteurs qui se perdent dans des explications: parlez-moi avec des mots simples, comme à un enfant de 5 ans.

Ça rend sceptique. Et pourtant ça marche. On ne perd pas son savoir si on le vulgarise. On le rend accessible.

Est-ce difficile, pour un psychologue, de rendre ses propos compréhensibles? J'ai souvent eu cette impression que les psychologues se posent, peut-être pas au-dessus du commun des mortels, mais à côté, en retrait. En tout cas pas dans le lot.

Ils ont la connaissance du genre humain, ils ont fait un grand travail sur eux. Donc ils savent. Donc pas question de renvoyer une image non maîtrisée. Ou même une image tout court.

De même qu'on voit peu ou qu'on entend peu de psychologues prendre position publiquement. C'est dommage.

C'est sûrement que tout cela touche à l'identité, un sujet sensible s'il en est chez les psychologues.

Il est vrai que paraître, par écrit, en photo ou filmé, dans les médias, ce n'est pas évident. Un peu comme l'expérience d'entendre sa voix sur un répondeur téléphonique. Ça fait bizarre.

## **De l'autre côté, l'image que les psychologues ont des journalistes n'est pas plus glorieuse.**

Je sens une grande méfiance. Tout autant de clichés : « Ces journalistes cherchent le scandale. Ou : ils ne vont rien comprendre, ou tout de travers. Mes propos vont forcément être déformés ou utilisés dans un mauvais contexte. »

Pour se rassurer, il faut savoir que la possibilité de relecture d'un article avant sa parution, ou du moins ses propres citations dans le contexte, se généralise.

Voilà qui devrait assurer la fidélité des propos.

Il y a 15 ans, il fallait oublier. C'était ressenti comme de la censure. On faisait juste quelques exceptions pour des sujets scientifiques très pointus.

Mais alors, et c'est là que je reviens au mot pénible. Possibilité de relecture ne veut pas dire réécrire tout l'article avec les mots qu'on préfère ! Souvent, pour les psychologues que j'ai journalistiquement rencontrés, aucun mot n'en vaut un autre. Même de bons synonymes. Autant mettre 3 fois de suite le même mot pour être sûr que ce soit le bon. Pour un journaliste, aucune répétition ne sera acceptable. Voyez le problème. Mais les journalistes ne sont pas tous mal intentionnés ! Il n'y en a ni plus ni moins que dans les autres professions.

## **Pour autant, la situation n'est pas désespérée !**

Ma conviction est qu'il y a une place à prendre pour les psychologues dans la tendance actuelle, certes discutable, où foncent les médias.

Pas dans les cases people. Encore que, c'est une question de goût. Je pense plutôt une place à prendre dans la défense de l'humain.

Mettre l'homme au centre, son témoignage, son parcours, ses préoccupations ainsi que tous ceux qui l'accompagnent sur son chemin, c'est aussi une tendance des médias.

Et la mode actuelle du bien vivre, du toujours mieux vivre, c'est peut être une chance aussi. Vivre mieux, aider à vivre mieux, c'est le moteur des psychologues, non ? C'est pour ça qu'on fait ce métier?

Et il y a des manières, peut-être différentes, de le montrer davantage ce métier !

Par exemple en donnant à voir les psychologues eux-mêmes, ce qu'ils font, comment ils travaillent : il y a des portraits magnifiques à faire, des parcours de vie passionnants à raconter. Des enjeux politiques à illustrer.

## **Mais vous allez peut-être me dire : à quoi ça sert aux psychologues de fréquenter plus les médias ?**

### **Quels avantages pour la profession ?**

Ce que je vois, c'est un atout pour :

1. **Eliminer les vieux clichés.** A part l'image éculée du divan, psychologue, c'est un métier dont on ne sait rien dans le grand public. Ça n'aide pas contre la peur que les psychologues inspirent. Aux journalistes également.
2. **Faire découvrir tous les courants et domaines du métier**, que les gens sachent mieux à quelle porte frapper et pourquoi.
3. **En dévoilant le métier et les gens qui le vivent, c'est une façon aussi de mettre en valeur des problématiques** : celle, actuelle, des stagiaires ou le déclassé des psychologues de l'Etat.
4. **La reconnaissance de la profession.** Mieux connus à travers les médias, les psychologues ont plus de chances d'être considérés à leur juste valeur. Politiquement et économiquement.

La liste n'est pas exhaustive.

## **Mais alors, comment être sûr qu'un média relaye précisément le message qu'on veut faire passer ?**

Et bien, ça s'apprend. Avec quelques repères sur le fonctionnement des médias aujourd'hui ou les conditions de travail des journalistes et quelques techniques, c'est accessible à chacun, à chaque professionnel qui le souhaite, à chaque organisme.

Plus d'infos et contact :

Isabelle Kottelat

[isabellekottelat@bluemail.ch](mailto:isabellekottelat@bluemail.ch)

079 540 67 91