

---

# Un an après... crise ou catastrophe ? Bilan, images, conséquences politiques, économiques et sociétales de la pandémie de COVID 19 dans les médias allemands

Dominique Herbet\*<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Université de Lille - EA 4076 CECILLE – Université de Lille – France

## Résumé

Le traitement de l'information sur la pandémie mondiale de COVID 19, pandémie mondiale dont l'éventualité avait été rejetée loin en arrière dans le temps ou à la périphérie du monde occidental, met en évidence le rôle des mass-médias, plus décisif que jamais, avec d'un côté une large ouverture aux scientifiques, médecins, chercheurs, dans le but de parvenir à une expertise, de l'autre des interventions régulières des gouvernements pour élaborer la fiche de route d'un confinement et puis d'un déconfinement inédits (Ausgangssperre, Ausgangsbeschränkungen). Les médias ont plus que jamais pratiqué l'intertextualité en relayant les initiatives d'inconnu.e.s, créatifs faiseurs d'atmosphère et d'ambiance sur les réseaux sociaux. Dans ce contexte, l'image du " Macher " en politique (" l'homme de la situation ") par exemple, souvent créée et véhiculée par les médias pendant les 50 ans de crises et de catastrophes en République fédérale, a retrouvé son actualité. On se dirige même vers une féminisation du terme en 2020 avec la spectaculaire remontée de la côte de popularité d'Angela Merkel, chancelière que les médias jugeaient menacée avant même son retrait prévu pour 2021. Sa remontée n'a d'égale que la chute des Verts dans les sondages, l'écologie devenant en partie superflue suite à la pandémie. Le débat sur les libertés individuelles a pris également une ampleur croissante en fonction de la durée des mesures de restriction de la circulation des personnes et son impact devrait faire l'objet d'un bilan.

Le traitement de l'information sur les conséquences à plus long terme de la crise du COVID 19 seraient à étudier dans un corpus le plus large possible de médias (Presse, radio, télévision – avec une nouvelle montée en puissance de cette dernière) et dans une perspective comparatiste franco-allemande. Mesurer l'impact des analyses, concepts et images véhiculées par les médias allemands prend en effet tout son sens à l'aune des tendances constatées dans les médias français et dans une perspective européenne.

---

\*Intervenant