

Conférence-Table ronde « Les Psys et les Médias »

Titre et texte de la seconde intervention :

« **Trois questions : quelles motivations, quelle attitude, quelles préoccupations éthiques pour un psychologue en situation médiatique ?** »

par **Vincent Guilloux** - Psychologue Clinicien Cognitiviste (TCC)

Cabinet : 27, rue Sarrette, 75014 Paris - 01 45 41 05 82

vincent.guilloux@euthyma.com www.euthyma.com



En présence de (par ordre d'intervention) :

Animateur (psychologue) : **Robert Voyazopoulos** (au centre)

Rédactrice en chef de Psychologies Magazine : **Laurence Folléa** (2^e en en partant de la droite)

Psychologue clinicien cognitiviste (pour le texte « Mon psy passe à la télé !... ») : **Vincent Guilloux** (à droite)

Psychologue (PsychoPrat et émission « Toute Une Histoire ») : **Sabrina Phillippe-Séquaris** (2^e en partant de la gauche)

Directeur de la rédaction de Radio France : **Gilles Schneider** (à gauche)

Mercredi 16 avril 2008 à 19 h, Association Immobilière de l'Ecole, Militaire 6, rue Albert Lapparent, 75007 Paris

Organisé par : Benjamin Barry-Colin & Stéphanie Sarrouille - eppro@hotmail.fr

Sommaire

Introduction	2
Quest.1 – Quels sont mes motivations ?	3
Quest.2 – Système de valeurs et positionnement	4
Quest.3 – Attitude, Garder le cap, Droit de rectification,...	5
Conclusion	6
Annexe – En complément au débat – Codes de Déontologie	7
Bibliographie	10

Introduction

Préambule

Probablement connaissez-vous toutes et tous le B.A.ba de la **communication interpersonnelle** concernant **l'écart entre le message émis et le message compris**.

Peut-être même, en tenez-vous compte dans vos relations quotidiennes.

Nous recevons ce qu'on nous dit avec notre système de références. Nous avons donc tendance à filtrer et déformer, a priori, le message de notre interlocuteur en fonction de nos prérequis.

Il y a au moins **deux manières complémentaires de compenser ce phénomène** :

par **le dialogue** qui permet de s'ajuster sur le sens du message émis (verbal ou non verbal), en se posant des questions, en vérifiant ce qu'on a compris de ce que l'autre a dit.

et par **la circonspection** : si l'on ne peut pas dialoguer, il faut considérer que ce qu'on pense avoir compris n'est peut-être pas la bonne interprétation, ce qui nous conduira à l'utiliser avec prudence.

Cela nous aidera, par exemple, à faire moins d'**erreurs de raisonnement** comme **l'inférence arbitraire** qui consiste à conclure malgré une information insuffisante ou **l'abstraction sélective** lorsqu'on privilégie une interprétation confirmant nos a priori.

Notre système de pensées est-il ouvert, entrouvert ou fermé à cette interrogation qui permet de nous maintenir dans un esprit d'hypothèses et non de préjugés ? Car, un système de pensées fermé à l'interrogation peut conduire à des conséquences graves : inadaptation, malentendus, souffrances émotionnelles et relationnelles, violences de toutes sortes,...

Cette démarche éthique — puisque c'est le thème de mon intervention — **prend racine au quotidien privé et professionnel** :

par la pratique d'un dialogue approprié pour mieux se comprendre,

et par l'interrogation (*notre clé de contact avec la réalité*) par laquelle je tente de déjouer mes stéréotypes, mes erreurs de raisonnement et les tendances de mon système de pensées à se refermer sur lui-même.

Cela peut sembler difficile, mais n'est-il pas encore plus difficile de subir les conséquences émotionnelles et relationnelles de l'absence de dialogue et d'interrogation ?

Cette éthique consiste, finalement, à **mettre en oeuvre** (tant bien que mal) la recommandation de Blaise Pascal « **travailler à bien penser** [*voilà le principe de la morale*] » pour tendre vers l'objectif de l'éthique : « **bien vivre ensemble** » en acte et en sensibilité.

Je souhaite donc vous offrir mon témoignage...

quant aux **questions que je me pose lorsque je suis sollicité par les médias** : à savoir, mes **motivations, attitude et préoccupations éthiques...** Tout en vous invitant à examiner, pour votre propre compte, quelques repères et pistes de réflexions.

Loin de jouer les « père la morale », je souhaite ainsi, comme dans mon travail, favoriser l'esprit critique et l'autonomie de la personne.

Question 1

Qu'est-ce qui me motive à répondre aux médias ?

Quelles sont mes « motivations » ?

- Est-ce par narcissisme ? – *Je suis le meilleur des psys ! La preuve, on m'invite ici !*
- par mégalomanie ? – *Lisez mon bouquin, il changera le monde !*
- par mercantilisme ? – *Après ce passage télé, je vais gagner plein d'argent !*
- par militantisme ? – *Allez tous consulter un psy,... de mon courant, bien évidemment !*

Non !... Cela dit, nous faire connaître, comme promouvoir un livre, ou éprouver une satisfaction de se voir dans un média, reste évidemment légitime.

Passer dans les médias est une simple opportunité et non une preuve d'excellence.

C'est l'opportunité d'apporter quelque chose d'utile. **J'en ai fait plusieurs fois l'expérience :** une phrase entendue ou lue dans un média, une formulation particulière, un point de vue différent, une idée alternative, peuvent ouvrir considérablement nos représentations et être extrêmement féconds,... alors même que l'on aura très vite oublié celui qui les a énoncés.

En fait, ce qui m'intéresse c'est « renseigner »...

J'entends par là : « exprimer que, à mon sens, c'est dans telle direction qu'il est intéressant d'aller voir, de s'interroger, d'expérimenter ». Et « **renseigner** » répond à une demande, à une question qui souvent est « **comment faire pour résoudre tel problème (psychologique, émotionnel, relationnel) afin d'être mieux dans ma vie ?** ».

Qu'est-il possible de faire, en ce sens, en situation médiatique ?

- Mes **motivations** et celles du journaliste, voire des producteurs d'une émission, ne sont pas forcément les mêmes. *Comme le rappelle Christophe André, la démarche psychologique* suppose du temps pour aborder des situations humaines complexes. Elle rencontre des difficultés et parfois des échecs. **Les médias** vont vite, réclament réponses brèves, simplifications et « success stories » !
- Dans cette situation médiatique, nous pouvons **apporter** certaines informations **par notre comportement, par notre manière de répondre (chacun avec son style) et par les repères que nous indiquons alors**. Ce qui facilitera, entre autre, l'accès des personnes à la relation d'aide dont elles pourraient avoir besoin. Et favorisera peut-être aussi l'envie d'observer, de comprendre et d'apprendre dans cette dimension.

Montrer, par exemple, **que les psys** peuvent être des professionnels à la fois rigoureux et humains, à l'écoute... sans vous juger ni vous imposer d'autorité leurs propres interprétations, tout en vous invitant à contextualiser*, plutôt que de vous enliser dans des généralités. Qu'il est possible (sauf psychopathologie) d'aller mieux en toute autonomie, moyennant l'apprentissage de quelques repères et un changement d'habitude de penser, pour agir différemment et, ainsi, moins souffrir ou faire souffrir... dans des délais raisonnables.

Question 2

En accord avec mes motivations et mon système de valeurs, quel positionnement puis-je adopter en situation médiatique ?

A ce stade, deux définitions s'imposent :

- 1) J'entends par « **système de valeurs** » : « ce à quoi j'accorde de l'importance ». Qu'est-ce qui m'indigne ? – Sachant que **s'indigner** n'est pas se mettre en colère ni disqualifier autrui ! – Qu'est-ce que je souhaite favoriser ? Quelles sont les conséquences que j'approuve et celles que je n'admets pas ?... En réponse à cela, je retrouve une **préoccupation voire une nécessité éthique**, précisée par *Edgar Morin* pour qui : « La finalité éthique a deux faces complémentaires : la résistance à la cruauté et à la barbarie ; et l'accomplissement de la vie humaine. »
- 2) Les psychologues et les journalistes ont leur « **Code de Déontologie** » respectif : « obligations morales qui régissent une profession » (selon le dictionnaire), ou repères communément admis et mis en oeuvre « pour le respect inaliénable de la personne humaine »,...

(Voir en Annexe : extraits des Codes et liens utiles.)

Comment me positionner, sans renoncer à mes valeurs ?

Une Production m'appelle pour un rendez-vous de « casting ». Sur place, les responsables m'expliquent que, pour une série d'émissions, ils recherchaient un psy afin de concevoir un questionnaire qui préparerait une mise en scène, dont il ferait partie,... afin de déstabiliser des participants et produire ainsi des « émotions télévisuelles » !... **Je leur ai indiqué ma position déontologique, tout en leur proposant une formule alternative...** Depuis, plus de nouvelle et c'est tant mieux !

Mes interventions, en situation médiatique, se résument habituellement à des conseils pratiques, simplifiés. A mon sens, l'animateur et moi-même avons une responsabilité partagée pour éviter, en particulier, la banalisation, toxique, de certains préjugés et de certaines erreurs de raisonnement...

- Ce qui est loin d'être évident, ainsi que je l'ai encore vu récemment dans une émission télévisée quotidienne où le pédopsychiatre présent a réagi, mais n'a pu faire grand chose face au poids des affirmations tendancieuses et normatives de l'animateur... qui renforçait et légitimait ainsi un raisonnement erroné chez son public. (« *Si vous faite ce choix, alors tout le monde risque de le faire, donc...* »)

- **Je me souviens aussi** d'une émission, diffusée en « prime time » sur une grande chaîne, où plusieurs séquences mettaient en action des « coaches », véritables « **dérapeutes** » imposant aux participants des comportements par des injonctions répétées, sous la pression des caméras. Ces actes de soumission, violence légitimée par une obligation de résultat, n'apprenaient qu'une chose au spectateur : « le changement ne peut s'obtenir que par une soumission à l'expert » !!! Ce qui me semble inacceptable et anti-déontologique...

- Au-delà d'un avis général, de conseils pratiques, lorsque le professionnel se prête, dans cette situation, à ce qui peut s'apparenter à du coaching, il lui sera nécessaire de définir un cadre très précis, fidèle à la déontologie de sa profession.

Par ailleurs, et c'est l'avis de la plupart des pys, **la télévision n'est pas le lieu d'une consultation** et encore moins d'un diagnostic ou d'une psychothérapie.

Dans tous les cas, il ne s'agit pas de servir le spectaculaire ou l'impudeur, en participant à l'enlèvement émotionnel souvent constaté, mais d'inviter à équilibrer émotions et discernement.

Question 3

Comment conserver, en situation, une attitude appropriée et garder le cap de mes objectifs (éthiques et pragmatiques) ?

Une « attitude » appropriée... réclame – autant que possible – une certaine cohérence entre notre intention et notre conduite dans un environnement donné. Cela nécessite de la disponibilité, de l'information, la gestion de nos réactions émotionnelles et une direction suffisamment claire,... tout en prévoyant qu'il y aura peut-être de l'imprévu.

Garder ce cap, peut aussi consister à rectifier une information. D'où la question du...

Droit de rectification et de la coopération interviewé / intervieweur

Dans l'Art.25 de son Code de Déontologie, il est écrit : « [...] Le psychologue use de son droit de rectification pour contribuer au sérieux des informations communiquées au public. »
Dans la Charte des Droits et Devoirs des Journalistes, on peut lire : « [...] ne pas supprimer les informations essentielles et ne pas altérer les textes et les documents. »

Dans son livre « L'Interview », Edith Rémond (enseignante à l'Institut de journalisme de Bordeaux) aborde (p.60) la question délicate – et même tabou – du **droit de lecture** de l'interviewé sur ce que sont devenus ses propos sous la plume de son intervieweur... Ce qui, d'après elle, ne serait pas toujours du goût de certains journalistes... mais que d'autres concèdent volontiers.

D'ailleurs, comment exercerions-nous ce que nous dicte notre Code de Déontologie sur ce point, si nos interlocuteurs (intermédiaires entre nous et le public) nous en refusaient les moyens ?

Pourtant, une telle demande ne signe pas un manque de confiance ni une tentative de censure ou de spoliation d'un droit d'auteur, mais invite à **coopérer pour contribuer au respect du lecteur par la justesse du propos... et à la crédibilité tant du psy que du journaliste !**

Comme je l'ai souvent constaté, (sauf si je me contente d'enfoncer des portes ouvertes) **cette coopération s'avère quasi-systématiquement indispensable...** Au point qu'elle peut devenir pour moi une condition première à l'interview.

Pourquoi ? Nous retrouvons ici ce que j'évoquais au début : même pour des professionnels, aguerris au recueil puis à la restitution d'informations, et malgré leur honnêteté indéniable, il est parfois difficile de ne pas réduire, mélanger ou déformer le message reçu à partir de leurs propres acquis et présupposés. D'où la nécessité d'un dialogue pour rapprocher ce qui a été compris de ce qui a été dit par le psy.

- **Malgré cela**, peut-être, croiserez-vous un professionnel, peu enclin à se remettre en question, qui cherchera à capter son public par des lieux communs plus consensuels, par l'outrance ou par une polémique artificielle... Peut-être aussi devrez vous faire face au refus du droit de lecture, puis à vos propos reformulés sincèrement, mais de manière décrédibilisante (votre description est devenue jugement de valeur ou votre hypothèse, vérité absolue),... voire au non respect du « Code de la propriété intellectuelle » lorsque l'on vous interviewe pour un grand magazine puis que l'on reprend fidèlement vos réponses sans vous citer.

(Voir en Annexe : « En complément au débat ».)

Rappelons qu'un psy, à côté de son droit de rectification, a aussi celui de protester et, si nécessaire, de faire valoir ses droits.

Conclusion

Alors, j'y vais ou j'y vais pas ?

Répondre aux journalistes, se déplacer aux bureaux d'une boîte de production ou vers un studio d'enregistrement, réclame du temps et la situation n'est pas forcément très confortable.

- S'il s'agit d'une **interview**, j'y réponds volontiers, dans la mesure de mon champ de compétences et dans l'esprit décrit plus avant.

- **Jouer les intermédiaires**, pour proposer à mes clients de participer à une émission, me semble plus délicat au regard de notre relation de confiance et du lien thérapeutique. Je me limite donc à une information déposée en salle d'attente.

- Lorsqu'on m'appelle pour un « **castings** », si je le peux, j'y vais (sauf information rédhitoire sur la teneur du projet ou de l'émission)... Je l'avoue, avant tout par curiosité pour apprendre de l'échange avec les responsables du projet...

Comme je le disais, ce qui m'intéresse c'est « renseigner »...

pour inviter à mieux se comprendre, atténuer la force de nos préjugés, équilibrer émotions et discernement,... tout en contribuant à la justesse des informations communiquées « pour le respect inaliénable de la personne humaine ».

A mon sens...

enseignants, journalistes, psychologues, nous avons en commun les nécessités éthiques et pragmatiques de coopérer, mais aussi d'interroger et de nous interroger pour ouvrir et maintenir ouvert les systèmes de pensée dans leur diversité et leurs capacités à évoluer.

Merci pour votre écoute.

* **Contextualiser** : dans son ouvrage « Les Sept Savoirs Nécessaires à l'Education du Futur », Edgar Morin précise que « L'évolution cognitive ne tend pas vers la mise en place de connaissances de plus en plus abstraites, mais, à l'inverse, vers leur mise en contexte, lequel détermine les conditions de leur insertion en même temps que les limites de leur validité. [...] La contextualisation est une condition essentielle de l'efficacité du fonctionnement cognitif. » Autrement dit, c'est la manière de penser qui nous permet le mieux d'organiser nos actions.

Annexe

En complément au débat

*Nous n'avons pas toujours le temps de répondre de manière satisfaisante aux objections et aux questions...
Voici ce que j'aurais aimé préciser.*

Faut-il se « méfier » des journalistes ?

« La confiance est intimement liée à l'adéquation entre nos perceptions et la réalité. » *Matthieu Ricard*

Méfiance ou blanc-seing, confiance insuffisante ou excessive, paranoïa ou naïveté, la question n'est pas là ! Je n'ai pas de « méfiance » vis-à-vis des journalistes... pas plus que je n'ai de suspicion quant à la capacité de comprendre de mes proches, de mes collègues ou de mes clients.

Pourquoi ? Parce que, la plupart du temps, il est normal de ne pas se comprendre... du premier coup ! Malheureusement, pour beaucoup, montrer que l'on comprend vite, voire même que l'on devine sans aucun doute, est un signe d'intelligence et de perspicacité... En fait, c'est une dangereuse illusion que d'imaginer comprendre sans s'en assurer par contre-vérification. Ne pas contre-vérifier, c'est nier la réalité des difficultés de la communication humaine. C'est nier l'autre au profit d'un sentiment de compréhension immédiate, valorisant mais illusoire.

Pour tous, psychologues compris, la seule chose que nous pouvons savoir face à l'autre, c'est que préjuger est extrêmement périlleux : « Je crois savoir, je crois comprendre... mais ce ne sont que mes hypothèses. Comment les réfuter ? ».

La confiance envers quelqu'un est fondée sur un pari, a priori, mais aussi sur une vigilance naturelle (et non une « méfiance ») quant à la cohérence entre ce qu'il dit et ce qu'il fait. La confiance varie donc selon notre expérience et les informations observées pas à pas. Face à des journalistes qui ne contre-vérifient pas ce qu'ils ont compris de ce que nous leur avons dit, la nécessité est réaffirmée, non pas d'une « méfiance », mais d'une vraie coopération. (D'ailleurs, comment exercerions-nous ce que nous dicte notre Code de Déontologie, en terme de « sérieux des informations communiquées au public », si nos interlocuteurs nous en refusaient les moyens ?)

Attention, en dehors des quelques difficultés soulevées ici – car c'est, en particulier, face à ces problèmes que se posent les questions éthiques et déontologiques –, **le propos n'est pas de stigmatiser les journalistes et les médias !** Il est évident que leur travail, souvent de qualité, est fondamental afin que le grand public ait mieux connaissance de la psychologie et de ses solutions.

Comment répondre aux journalistes... tout en limitant les traductions erronées et autres « télescopages paradigmatiques » ?

« Les yeux obéissent souvent à nos esprits,
plus que nos esprits à nos yeux. » *Edgar Morin*

Je n'ai pas de réponse, seulement des hypothèses (...*Belle idée pour un Mémoire de recherche !*)
Comme nous l'avons vu, cela dépend des deux interlocuteurs : du journaliste, spécialisé ou non en psychologie, contre-vérifiant ou non ce qu'il a compris de ce qu'on lui a dit... et de la capacité du psy à être précis et clair dans des réponses adaptées. (Il est souvent conseillé : « une idée par réponse ».) Mais, côté psy, cela pourrait ne pas suffire...

Si le journaliste retranscrit fidèlement les réponses qu'il a enregistrées sur son dictaphone (sans reformulation ni coupes intempestives), alors pas de problème. Autrement, comme le dirait Monsieur de La Palisse : pour éviter les traductions erronées,... il ne faut rien à traduire ; et pour éviter les télescopes paradigmatiques**, il ne faut pas utiliser de paradigme* différent de celui du journaliste et de son public !

Si l'on poursuivait cette logique cela nous conduirait, par hypothèse, à : soit ne rien dire (c'est-à-dire refuser l'interview, ce qui n'est pas notre propos), soit adopter une manière de penser et un discours si proches de ceux de notre interlocuteur et de son public,... que ceux-ci pourraient tout aussi bien répondre à notre place ! Ce qui aurait au moins l'avantage d'être consensuel, de montrer qu'un psy n'est pas trop dangereux... mais, qui laisserait un doute quant à ce que celui-ci pourrait bien apporter en consultation...

A mon sens, « renseigner » ne consiste pas à enfoncer des portes ouvertes, mais à « vulgariser », c'est-à-dire rendre plus familier ce qui ne l'est pas encore, pour être mieux dans sa vie : proposer un éclairage pertinent, un point de vue alternatif, etc. De fait, en « renseignant » sans tomber dans les clichés, le psy prend un risque accru de traduction décalée ou de télescope paradigmatique dans ce qui sera retranscrit... A moins de réaffirmer, pour prévenir cela, la nécessité d'une coopération entre le journaliste et l'expert (non le « témoin ») qu'il a sollicité.

...Cela dit, comme toute hypothèse, celle-ci reste évidemment ouverte à la réfutation !

« Psy », une profession encore obscure ?

« Je ne peux rien pour qui ne se pose pas de questions. »
Confucius

En effet, les psys et surtout leurs particularités, sont encore largement méconnus du grand public, malgré leur présence accrue dans l'édition, la presse, la radio et la télévision. Probablement, parce que seuls ceux qui commencent à se poser des questions sur ce qui les perturbe sont plus réceptifs à la présence des psys dans les médias. Ce qui, pour eux, constituera éventuellement une première étape vers une recherche d'informations plus approfondies, avant d'envisager consulter comme solution possible à leurs difficultés.

Ainsi, vive la coopération médias-psys pour une information de qualité auprès du grand public !

* **Paradigme** : d'après Edgar Morin (Ethique, p.236), « les individus connaissent, pensent et agissent selon les paradigmes inscrits culturellement en eux. [...] Sémantiquement, le paradigme détermine l'intelligibilité et donne sens ; logiquement, il détermine les opérations logiques maîtresses ; idéologiquement, il est le principe premier d'association, élimination, sélection qui détermine les conditions d'organisation des idées. [...] Le paradigme oriente, gouverne, contrôle l'organisation des raisonnements individuels et des systèmes d'idées qui lui obéissent. »

** **Télescope paradigmatique** : combinaison incohérente entre deux idées issues de deux paradigmes différents. Par exemple : « Dans ce groupe où chacun coopère, qui sera le gagnant, qui sera le perdant ? » Cette question fait se combiner la logique de la coopération (réunir nos ressources pour résoudre un problème) et celle de la compétition (pour que je gagne, il faut que tu perdes). C'est, ici, l'inoculation d'une conception compétitive dans la description d'une situation qui ne relève pas de la compétition. (On peut ne pas s'en rendre compte tout de suite si l'on adhère, a priori, à la logique compétitive.)
Ne pas confondre ici « coopération » (solidarité, qui avance dans un esprit de réfutation des idées, pour résoudre des problèmes et améliorer la vie) et « alliance » (association provisoire qui se définit par opposition et dont la cohésion est maintenue tant qu'il y a un bouc émissaire à soumettre ou un ennemi à vaincre).

Extraits des Codes de Déontologie

Lien vers le Code de Déontologie des Psychologues :

<http://www.euthyma.com/codeonto.htm>

Lien vers la Charte des Devoirs et des Droits des Journalistes :

http://www.snj.fr/rubrique.php3?id_rubrique=19

Concernant le Code de la Propriété Intellectuelle :

http://www.celog.fr/cpi/lv1_tt2.htm

Le **Code de Déontologie des Psychologues** indique que le psychologue a pour premier devoir « le respect de la personne humaine dans sa dimension psychique ». D'autre part, « il n'intervient qu'avec le consentement libre et éclairé des personnes concernées. »

« Le psychologue ne peut aliéner l'indépendance nécessaire à l'exercice de sa profession sous quelque forme que ce soit. » Et « ...il est en droit de faire jouer la clause de conscience. »

Concernant plus précisément ses interventions publiques, le *Chapitre 5 de son Code de Déontologie* indique :

article 25 : Le psychologue a une responsabilité dans la diffusion de la psychologie auprès du public et des médias. Il fait de la psychologie et de ses applications une présentation en accord avec les règles déontologiques de la profession. Il use de son droit de rectification pour contribuer au sérieux des informations communiquées au public.

article 26 : Le psychologue n'entre pas dans le détail des méthodes et techniques psychologiques qu'il présente au public, et il l'informe des dangers potentiels d'une utilisation incontrôlée de ces techniques.

Les **Droits et Devoirs des Journalistes**, en termes de déontologie, indiquent que :

« La responsabilité des journalistes vis-à-vis du public prime toute autre responsabilité, en particulier à l'égard de leurs employeurs et des pouvoirs publics. » « Publier seulement les informations dont l'origine est connue ou les accompagner, si c'est nécessaire, des réserves qui s'imposent ; ne pas supprimer les informations essentielles et ne pas altérer les textes et les documents ; » « Le journaliste ne peut être contraint à accomplir un acte professionnel ou à exprimer une opinion qui serait contraire à sa conviction ou sa conscience. »

Psychologues et journalistes sont, l'un comme l'autre, soumis dans leurs écrits au **Code de la Propriété Intellectuelle** qui stipule, entre autre, que *ne pas faire mention du nom de l'auteur, dont les propos sont retranscrits, constitue une atteinte à son droit de paternité en tant qu'auteur.*

Bibliographie

Pour compléter cette réflexion :

<http://www.euthyma.com/psymedia>

<http://www.euthyma.com/biblio>

Bibliographie étendue (éthique, esprit critique et autres prises de recul,...)

André (C.) – « Les Thérapies cognitives ». Paris, Bernet-Danilo, 1999.

André (C.) – « Editorial : Psys et Médias ». Journal de Thérapie Comportementales et Cognitive 2007, 17, 2, 56-61

Baillargeon (N.) – « Petit Cours d'Autodéfense Intellectuelle ». Québec, Lux Editeur, 2006.

Beauvois (J.-L.), Joule (R.-V.) – « Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens ». Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, 2004.

Drozda-Senkowska (E.) & al. – « Les Pièges du Raisonnement ». Paris, Retz, 1997.

Liakhoff (S.) – « Psy et médias sont-ils compatibles ? ». Les Dossiers de l'audiovisuel N° 111. Editions INA, 2003.

Mehl (D.) – « La Bonne Parole. Quand les psys prêchent dans les médias ». Paris, La Martinière, 2003.

Morin (E.) – « La Méthode 6 : Éthique ». Paris, Seuil, 2004.

ou

Morin (E.) – « La Méthode ». Paris, Seuil, Coll. Opus, 2008. (*L'intégral en 2500 pages*)

Morin (E.) – « Les Sept Savoirs Nécessaires à l'Education du Futur ». Paris, Seuil, 2000. (= .pdf)

Popper (K.) – « Tout Vie est Résolution de Problèmes ». Arles, Editions Actes Sud, 1997.

Rémond (E.) – « L'Interview ». Paris, Victoires-Editions, 2007.

Ricard (M.) – « Plaidoyer pour le Bonheur ». Paris, NiL éditions, 2003.

Rosenbaum (A.) – « La Peur de l'Infériorité : aperçus sur le régime moderne de la comparaison sociale ». Paris, L'Harmattan, 2005.