

5. LA PEUR DU COVID-19: LE CARBURANT D'UN MOTEUR QUI S'EMBALLÉ

Nicolas Vermeulen.....	281
Média, décisions officielles et risque perçu	281
Conséquences cognitives de la peur	282
La peur et le collectif.....	283
Personnalité et menace.....	285
Persuader par la peur.....	286
Pour conclure ce texte.....	289

6. NUDGES EN TEMPS DE CRISE

Malik Bozzo-Rey	291
Les défis de la communication de crise.....	291
Les nudges comme outils de comportement	294
Vers un nécessaire questionnement politique.....	303

PARTIE 4:

QUESTIONNEMENTS ET RÉFLEXIONS 305

1. L'EXPERTISE ET LA COMMUNICATION VERS LE CITOYEN DANS LA CRISE COVID-19 EN BELGIQUE

Olivier Servais et Denis Flandre	307
Structuration des comités d'experts Covid-19 en Belgique	307
Dysfonctionnements scientifiques.....	309
Dynamiques et tensions dans la communication au grand public.....	317
Leçons de crise et pistes de solutions.....	326

2. QUELLE ÉTHIQUE PAR TEMPS DE CRISE?

David Doat et Jean-Michel Longneaux.....	331
Un spectacle désolant	331
« Pro-vax » et « anti-vax »: des croyances opposées mais la peur comme base partagée.....	333
La dialectique de la peur et de l'espoir: le triomphe de la peur.....	337
Retrouver la raison?	343
Quand la vérité est incertaine.....	348