

1. Veuillez lire attentivement le texte ci-dessous.
2. Répondez ensuite aux 7 questions suivantes.

### Le malade imaginaire.

En quoi une pub de 30 secondes pour un shampoing pourrait-elle remplacer des études et recherches scientifiques ? L'appropriation de la science par l'ensemble de la société est une belle idée. C'est en tout cas ce que croyaient les philosophes des Lumières au XVIII<sup>e</sup> siècle qui voyaient dans la diffusion des connaissances au plus grand nombre le moyen d'assurer les progrès politique et moral de l'humanité. Ainsi, l'Encyclopédie de Diderot, commencée en 1750 s'inscrit dans ce mouvement : rédiger, imprimer et diffuser une somme raisonnée des sciences, des arts et des métiers. Le bénéfice ? C'est qu'on est plus libre et moins crédule. Littéralement, « l'appropriation de la science par l'ensemble de la société » signifie que la science devient la propriété du plus grand nombre et qu'il peut en disposer comme on dispose de sa maison ou de sa voiture. Ainsi, si j'ai quelques connaissances en mécanique, si je sais comment fonctionne le moteur de ma voiture, je serai capable de savoir un peu mieux distinguer le vrai du faux quand le garagiste me dira que la panne vient des bougies, de la batterie, etc. J'aurais donc moins tendance à croire n'importe quoi.

C'est ainsi que Condorcet, un autre philosophe des Lumières, explique le bénéfice apporté par la diffusion des connaissances dans une Esquisse d'un tableau des progrès de l'esprit humain : « Toute erreur est combattue dès sa naissance. » Grâce à la diffusion des connaissances permise notamment par l'imprimerie, les idées fausses sont « ébranlées par cela seul qu'il est devenu impossible d'en empêcher la discussion, de cacher qu'elles pouvaient être rejetées et combattues ». Après, on peut remplacer le garagiste par n'importe quel chef religieux qui impose son pouvoir à des fidèles qui sont prêts à croire n'importe quoi. De même qu'un garagiste peut inventer une panne et faire croire au conducteur qu'il doit bien la réparer, de même, le religieux peut inventer des malheurs et des maux qu'il est seul à guérir. Ainsi, précise Condorcet, « on imagina jusqu'à un enfer d'une durée limitée, que les prêtres avaient le pouvoir d'abrèger. » C'est d'ailleurs cette même manipulation que dénonce Molière dans Le malade imaginaire. Ce sont surtout ses médecins, notamment le bien nommé monsieur Purgon, qui assurent à Argan qu'il est malade. Par suite, ils n'ont pas de mal à lui faire payer très cher des traitements inefficaces censés guérir une maladie qu'il n'a pas. Mais s'il ne s'imaginait pas malade ? On se doute que les discours de son médecin n'auraient aucun effet sur lui et par suite, qu'il ne lui laisserait pas le traiter et le triturer à sa guise. Il ne le laisserait pas lui faire des saignées et des lavements et surtout, il n'obéirait pas à ses ordres. Pourquoi Argan s'en remet-il à son médecin ? D'abord, parce qu'il pense être malade, ensuite, parce que monsieur Purgon prétend disposer d'un savoir qu'il est seul à connaître. Alors, si le malade imaginaire était moins ignorant, il ne croirait pas ceux qui lui disent qu'il est malade, et saurait que leur prétendue médecine n'est pas une vraie science.

La science de la publicité a toutes les caractéristiques des fausses sciences. « Si les médecins avaient le vrai art de guérir, écrit Pascal à la même époque que Molière, ils n'auraient que faire des bonnets carrés ; la majesté de ces sciences serait assez vénérable d'elle-même. Mais n'ayant que des sciences imaginaires, il faut qu'ils prennent ces vains instruments qui frappent l'imagination à laquelle ils ont affaire ; et par là, en effet, ils s'attirent le respect. » Après des siècles de progrès au cours desquels la médecine est devenue une vraie science, reposant sur des connaissances solides du corps humain, la publicité nous ramène au Moyen-âge, lorsque les gens se soumettaient volontiers à ceux qui prétendaient disposer seuls d'un savoir. Qu'est-ce que cette fameuse blouse blanche du scientifique de la publicité, sinon une nouvelle version des bonnets carrés évoqués par Pascal ? Si les crèmes antirides et autres shampoings tenaient leurs promesses, ils n'auraient que faire des faux chercheurs pour se vendre. Le latin ou le grec a été remplacé par des termes pseudo-scientifiques parfois

inventés de toutes pièces, mais c'est bien la même chose.

Cette représentation de la science a pour but d'impressionner le consommateur et de lui faire imaginer les pouvoirs d'un produit qui n'existent pas. Le discours ampoulé et jargonneux entretient l'idée que la science peut tout et qu'elle n'est accessible qu'à un petit nombre auquel les autres peuvent se soumettre. Quelle différence, entre le religieux qui invente un enfer pour prétendre qu'il a le pouvoir d'en libérer ses fidèles et le médecin qui invente une maladie pour prétendre qu'il a le pouvoir de la guérir ? Quelle différence, entre le garagiste qui invente une panne pour prétendre qu'il a le pouvoir de la réparer et le fabricant de crèmes qui se sert de la peur de la vieillesse et de la mort pour prétendre qu'il a le pouvoir d'y remédier ?

Face à la science publicitaire, nous sommes tous des malades imaginaires : nous nous croyons malades de notre nature, changeante, vieillissante et cherchons le moyen d'y échapper. Or, la vraie démarche scientifique consisterait plutôt à faire comprendre aux gens que le temps, la vieillesse et la mort sont inscrits dans la nature des choses et qu'il ne sert à rien de chercher à les fuir. Nous sommes des malades imaginaires, et nous gâchons le temps qu'il nous reste en dépensant des fortunes, parce que nous pensons seulement au temps qu'il ne nous reste pas.

Vervisch Gilles, « Quelques grammes de Philo dans un monde de pub », Max Milo, 2012, pp.85-88.

Question 57. Ce texte s'intitule « Le malade imaginaire » parce que le personnage de Molière :

- A. est un exemple de ceux que Pascal qualifie de « bonnets carrés ».
- B. personnifie l'appropriation de la science par l'ensemble de la société.
- C. croit en la médecine comme le consommateur actuel croit en la publicité.
- D. est le prototype du charlatan qui exploite l'ignorance de ses victimes.

Question 58. Dans cet extrait : « il est devenu impossible d'en empêcher la discussion, de cacher qu'elles pouvaient être rejetées et combattues », le pronom « elles » représente :

- A. les connaissances en général.
- B. les idées fausses.
- C. les connaissances diffusées par l'imprimerie.
- D. les idées dont on discute.

Question 59. Dans cet extrait : « Le bénéfice ? C'est qu'on est plus libre et moins crédule. », l'adjectif « crédule » a pour synonyme :

- A. stupide
- B. croyant
- C. ridicule
- D. candide