

Monsieur le Président, Mesdames, Messieurs,

Mes premiers mots, en votre présence, Monsieur le Président, avant d'introduire ensuite la problématique de nos trois rencontres, sont pour **vous remercier** de votre accueil, de vos propos encourageant notre réflexion et de l'accord donné par Radio France d'organiser une telle occasion d'analyse et d'échanges sur le civisme et les médias avec l'association "Communication publique", qui célèbre sa 15^e année.

"**Communication publique**" regroupe, en vue de conforter leurs savoir-faire dans des missions à la fois d'une richesse professionnelle exigeante et d'une déontologie civique délicate pour entretenir avec les citoyens une relation pérenne de confiance, regroupe les responsables de la communication des institutions publiques: corps constitués, administrations, collectivités territoriales (villes, départements, régions), établissements ayant des missions de service public et autorités régulatrices, également organisations d'intérêt collectif.

Nos travaux et l'engagement de notre réflexion visent à élever la qualité des diverses modalités d'échange et de partage de l'information.

On ne saurait en effet laisser regarder, selon un jugement expéditif parfois exprimé dans les salles de rédaction, la communication publique comme cette caricature d'une information promotionnelle, à propension manipulatrice.

La pratique d'**une communication authentique des institutions publiques**¹ avec les citoyens distingue :

- la communication de **l'information due au citoyen**, en tant qu'il est sensé connaître la loi, qui d'ailleurs est une condition de légalité ;

- **la mise à disposition des informations, nécessaires** ou utiles au citoyen, comme à la collectivité ou **à la vie de la cité**, ce qui soulève des questions délicates de diffusion ou commercialisation des données publiques, ainsi que de protection des libertés ;

- **la communication** de reddition des actes, **qui rend compte de l'action publique**, ce que prescrit en termes généraux une disposition constitutionnelle (art. 15 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen de 1789, en Préambule : "*La société a le droit de demander compte à tout agent public de son administration*") ;

¹ Voir les travaux de l'association "Communication publique", notamment sur www.communication-publique.fr

- **la communication de l'échange** d'information, pratiqué dans la relation **entre les usagers-citoyens et les agents publics** (bureaux, guichets, lieux publics) ou **les élus** (rencontres, entretiens) ;

- **la communication de promotion destinée à faire connaître les services publics qu'offrent des missions d'intérêt général ou la mise en œuvre des politiques publiques**, ainsi qu'à soutenir des causes humanitaires ou d'utilité publique ; dans ses modalités, c'est cette communication qui, sous réserve de certaines précautions de style et de moyens, s'apparente le plus à celles des entreprises placées sur des marchés concurrentiels.

- **la communication de valorisation des institutions publiques**, qu'il faut accepter comme **à la fois institutionnelle et civique**, car on en sous-estime ou néglige son caractère pédagogique quant aux règles du fonctionnement collectif et solidaire de notre société complexe ;

- enfin, **la communication de discussion et de débat public**, qui s'instaure selon des règles préétablies ou empiriquement élaborées, à divers niveaux de compétences pour :

- par le dialogue, adapter une disposition ou y déroger,
- par la négociation, rechercher un compromis sur une décision prise ou à venir,
- par la consultation, recueillir des avis de personnes intéressées,
- par la concertation, accepter les influences qui peuvent modifier un projet de décision ou de réforme, voire en dénier l'opportunité.

On le voit, la communication publique se définit² comme "*la communication formelle qui tend à l'échange et au partage d'information d'utilité publique, ainsi qu'au maintien du lien social et dont la responsabilité incombe à des institutions publiques ou à des organisations investies de prérogatives d'intérêt général*". Le débat en est la forme la plus accomplie.

Ma seconde observation a trait à un différent entre communicateurs publics et professionnels des médias. Nous estimons que **communiquer permet de mieux informer**. En démocratie, la communication devrait l'emporter sur la simple information, et pour deux motifs.

D'abord, la communication implique **la reconnaissance de l'autre**.

Elle permet de reconnaître le citoyen comme un récepteur actif de l'information qu'on veut lui faire partager. C'est la réaction à un message ou le dialogue qui autorisent un échange véritable des informations. Les journalistes qui pratiquent l'interactivité sur les ondes de France Inter au cours de "Radio com" savent que la communication établie avec l'interlocuteur leur permet de délivrer une information plus précise, plus complète, qui varie les codes sémantiques et les référents, bref meilleure.

² Pierre Zémor, "La communication publique", Que sais-je ? PUF 1995/1999

Sans l'échange, qui est un premier pas vers le débat public, l'information prend les risques de l'insuffisance de l'instruction des données, comme du recoupement des sources, également d'une absence d'anticipation sur les effets en retour -feed-back- ou les suites perverses d'une information mal dégrossie.

On l'a bien vu, le 10 juillet dernier, dans un climat sensible à la violence, à l'exclusion ou à la discrimination, l'emballement émotif de la communication politique, né d'un fait divers qui se serait déroulé dans le RER. Le fait générateur de l'information –la dépêche de l'AFP– était-il avéré ? Les personnes et autorités impliquées ont-elles discuté la qualité de cette info ? Une communication entre elles et les journalistes a-t-elle validé la fiabilité du message sur le point d'être émis sur la place publique ?

Les risques d'erreurs sont dus[, tant aux procès en indifférence ou à l'inverse en récupération événementielle que les médias sont prompts à ouvrir envers les politiques, que] surtout à **l'accélération de la circulation de l'information**. On ne se donne pas de temps. Emmanuel Levinas nous rappelle que le *temps c'est l'autre*. Le temps de la communication permet la découverte, l'approche de l'étrangeté, le discernement, le confortement possible d'une vraisemblance en vérité et en tout cas, avec la compréhension, plus de chances pour l'empathie que le dialogue de sourds.

On ne dit pas suffisamment **la responsabilité de l'immédiateté**, qui – étymologiquement– nie la médiation par l'autre et par le temps. L'information instantanée est privée de la valeur ajoutée de l'instruction des données d'abord à la source, autour de la découverte, puis par le journaliste, comme par le juge, par l'administrateur ou le décideur politique.

La seconde raison est que, avec la préoccupation d'une démocratie qui ne soit ni octroyée ni subie, il faut admettre que **l'information univoque** procède d'un héritage culturel régalien et jacobin.

Avec un caractère sacré, qu'a trop longtemps revêtu la parole de l'Etat, elle est **descendante et condescendante**.

Dans les histoires des pays organisés de manière fédérale ou lorsque la culture a fait que la subsidiarité y est première, la communication entre deux individus, deux groupes, le débat contradictoire entre deux parties ou deux projets permettent d'élaborer progressivement un fonds commun d'information. La *Commun law* émerge des contrats, de la négociation et d'une jurisprudence du dialogue. Là, éluder la discussion, serait sous-entendre l'existence d'une vérité immanente, qu'on entend imposer.

L'information, telle que nous la concevons dans nos habitudes politico-administratives, ne se conforme-t-elle pas inconsciemment à un schéma idéalisé et hiérarchique de la vérité ?

Les médias dans leur approche de la vérité, qu'ils contribuent à révéler, ne tombent-ils pas dans un certain mimétisme **du traitement administré de l'information** ?

L'échange est peu dans les traditions du secret, de la confession, ni du pouvoir exercé par l'émetteur sur le récepteur. L'investigation des connaissances et le débat contradictoire des interprétations appellent une réhabilitation du concept de communication.

La complexité des circuits d'information, la dispersion des offres et des accès au savoir, la multiplication des lieux de décision, dans la société dite civile, le développement des technologies de transmission et de traitement des données font que la communication en réseau remplace inéluctablement la distribution arborescente de l'information.

Partage, échange, dialogue, débat s'imposent.

De plus, on sait que **l'information de masse est sommaire**. Les publicitaires utilisent cette force, qui implique en contrepartie un contenu réducteur. L'histoire du débat public³ montre que le dialogue local permet de trouver de meilleurs fonctionnements collectifs, des simplifications de démarches administratives, des adaptations souhaitées, les incitations des initiatives individuelles, des mesures de prévention et de favoriser une évolution mieux ajustée des règles et des lois.

La proximité, tant vantée, ne réduit pas seulement la masse des interlocuteurs en vue d'enrichir l'information grâce à l'exercice de la communication. Elle vise la prise en considération des préoccupations pratiques et quotidiennes des récepteurs, comme les avis des citoyens concernés.

Ne sommes nous pas, avec ces observations sur la communication, sur les relations entre institutions, et médias, au seuil de notre sujet ?

Le civisme fait peu recette. Il est plus facilement l'objet de cette dérision qui toise la désuétude ou du dénigrement de ceux qui le considèrent comme un baume palliatif des déchirures sociales et des clivages économiques

Il se trouve victime des indifférences au fonctionnement de nos démocraties complexes, comme des procès en légitimité des institutions publiques qui ont pourtant mission de réguler la vie de la collectivité, de protéger les citoyens et de préparer leur avenir.

La communication civique est réduite à quelques efforts louables, mais fluctuants, **bien insuffisants**, attachés à l'éducation publique ou associative des plus jeunes, à la mise en valeur de quelques grandes causes sociales et humanitaires, aux actions publicitaires limitées promouvant la participation électorale, dans un langage qui quête, désespérément, l'attention des plus démunis ou des moins intégrés à la société, comme des désabusés du politique. Aussi, aux regrets des occasions manquées d'un service national généralisé susceptible d'informer les jeunes des rouages institutionnels et de les mobiliser quelques mois sur des tâches de solidarité et d'utilité publique.

Quelles places les médias, la presse, la radio, la télévision, aussi les médias des émetteurs particuliers et diffus du téléphone, du fax, d'Internet, **prennent-ils dans l'intégration nécessaire, la solidarité, la fraternité et la civilité quotidienne ?**

³ Pierre Zémor, "Pour un meilleur débat public", Presses de Sciences Po, Bibliothèque du citoyen, 2003

Concourent-ils au sentiment social d'appartenance ? A un système de valeurs plus ou moins partagées, à cet *affectio societatis* sans lesquels les repères collectifs se brouillent, les protestations et contestations surgissent et se multiplient, tant localement, venues du terroir, de l'usine ou du quartier, qu'internationalement, tirées des craintes sociétales, environnementales, financières, de la détérioration récurrente des termes de l'échange entre Nord et Sud, comme de la dispersion de pouvoirs de nuisances plus accessibles ? L'universalisation des droits paraît s'effacer derrière la globalisation des peurs.

D'autant que, dans une instantanéité désormais planétaire, l'information et sa médiatisation nous révèlent les désordres actuels de nos sociétés. La rumeur, qui est le plus vieux média du monde, et qui revêt des habits neufs audiovisuels ou d'Internet, a pour ressorts le déséquilibre, l'alerte, le drame et colporte mal les messages de devoir accompli, de courage ou de prise de responsabilité.

Sociologues, psychologues et philosophes nous disent que l'homme porte en lui **la division, la contradiction, l'indifférence, le soupçon, la violence et à la fois la quête d'appartenance, du consensus idéalisé ou de l'harmonie.**

Pour ces trois rencontres aujourd'hui, le 17 et le 19 novembre, nous bornerons notre questionnement au champ déjà ambitieux du rôle des médias écrits et audiovisuels dans l'évolution, quasi-unanimement souhaitée, d'**un attachement collectif à des valeurs civiques** et sans laquelle la démocratie, chère à la liberté d'expression et aux journalistes, est menacée.

Aujourd'hui nous interrogerons les médias sur les effets de leurs démarches, de leurs méthodes professionnelles, de leurs techniques sur **l'information d'utilité publique et l'entretien de la mémoire collective.**

Après-demain nous réfléchirons à voix haute ensemble sur la manière dont sont accueillies ou ignorées **les paroles à contenus d'intérêt collectif** ou civique, comme **les paroles citoyennes, les messages des gens.**

Enfin, espérant ne pas être découragés par le fossé à combler ou le caractère escarpé des chemins à parcourir, nous ferons **un premier inventaire des réponses, des attitudes et des efforts amorcés ou envisagés** pour moins céder aux facilités de négliger le civisme, de prendre l'apparence et l'urgence pour la transparence et la constance.

Comment l'information et la communication devraient-elles contribuer à un débat public meilleur, car plus fréquent et naturel, plus ouvert, respectueux des autres ? A des explications, une pédagogie, à une maïeutique collective, à des dialogues par lesquels, dans les règles communes, chacun trouve sa place?