

Communication et médiation : regards croisés

Pierre Zémor *

La participation du malade, et plus généralement de l'utilisateur du système de santé, constitue un enjeu majeur dans l'élaboration des politiques de santé et pour l'évolution du domaine sanitaire. Le droit à la parole pour l'utilisateur, la mise en place des conditions lui permettant de s'exprimer, la prise en compte de cette expression se sont peu à peu traduites dans des dispositions législatives, en particulier dans la loi du 4 mars 2002, attachée à mieux définir et préciser les droits des malades. Cette loi vise en particulier à reconnaître et aussi à organiser **la représentation et la participation des usagers** dans les établissements hospitaliers et dans les instances de santé publique.

L'article L. 1114-1 du code de la santé publique prévoit, en effet, que cette fonction de représentation est désormais réservée aux associations bénéficiant d'un agrément au niveau national ou régional. Le rôle des associations est ainsi renforcé, institutionnalisé. Selon cet article, les décisions d'agrément au niveau national et régional sont prises sur avis conforme d'une commission nationale.

On légitime ainsi des associations représentant des usagers et appelées à participer aux décisions concernant l'évolution du système de santé. Cet acte de reconnaissance repose sur des critères objectifs, prévus à l'article L. 1114-1, précisés dans le décret du 31 mars 2005 relatif à l'agrément des associations, ces textes ayant été rédigés après une très large concertation avec les associations.

En tant que personnalité choisie en raison de son expérience de la vie associative, Michèle GUILLAUME-HOFNUNG a appartenu à la **Commission Nationale d'Agrément des associations représentant les usagers dans les instances hospitalières ou de santé publique** (CNAArusp). Présidant ladite commission, j'ai eu le plaisir de rencontrer Michèle GUILLAUME-HOFNUNG¹ et forcément d'enrichir mes connaissances et ma compréhension de la médiation.

Par ailleurs, mon implication en matière de communication, particulièrement dans la réflexion et l'action associative en faveur du développement et de la qualité de la communication institutionnelle publique², a fait que s'est ouverte entre médiation et communication une grande connivence.

Armé chacun de son "Que sais-je ?"³, nous avons mis en commun une curiosité sémantique exigeante et partagé le principe de respecter les finalités respectives. Nous faisons, l'une et l'autre, l'analyse que, dans un monde où prospèrent les extrémismes et prolifère le terrorisme, sont plus que jamais requises, tant **une communication authentique** qui, dans une relation de confiance pérenne, met la vérité à la disposition de la société, qu'**une médiation éthique**, un processus maïeutique bien utile pour la résolution des conflits ou la dissipation des malentendus. Et ces deux approches reposent sur les implications responsables des personnes et des organisations.

Le triptyque - droit, psychologie (ou psychosociologie), paix – des portails sur lesquels, à propos de la médiation, *Wikipédia* nous invite à venir frapper, ne pouvait que convenir au registre de la communication prônée par un conseiller d'État, privilégiant la qualité de la relation⁴.

* Conseiller d'Etat, président de *Communication publique*, ancien président de la CNDP et de la CNAArusp.

¹ Michèle GUILLAUME-HOFNUNG, Docteure et Professeure émérite en droit public, est fondatrice de l'Institut de Médiation (IMGH)

² Pierre Zémor a été en 1989 président fondateur, puis président d'honneur en 2009, de l'association *Communication publique* qui regroupe les responsables de communication des institutions publiques (Corps constitués, Parlement, ministères, collectivités territoriales, juridictions, agences, autorités indépendantes...)

³ Aux PUF, *La communication publique* (5 éditions) et *La médiation* (9 éditions).

⁴ "Le sens de la relation" est l'intitulé du rapport officiel de Pierre Zémor, publié à La Documentation Française en janvier 1992 sur l'organisation de la communication de service public

Si je préconise le dialogue et le compromis social dans la prise de décision⁵, le "Cahier" intitulé **Pour une autre communication politique**⁶ en dit la difficulté. Michèle GUILLAUME-HOFNUNG y manifeste une même inquiétude : « Face aux terribles événements que nous vivons... Il convient de mobiliser, à la disposition de nos sociétés, les moyens de ne pas subir l'avenir, mais de le créer... Créer veut dire faire confiance à la subversion positive dont la société civile se montre capable aux moments décisifs et prendre conscience du **potentiel civique de la médiation** ».

Et de protester que «le mot soit si galvaudé, ses contrefaçons labellisées par des textes français et européens qui, sous l'emprise intellectuelle de l'Amérique du Nord, en ont fait un mode alternatif à la justice, enfermé dans un carcan. Comme réduit à un produit solvant - Desktop ou Cillit Bang - injecté pour « désengorger » les tribunaux ou les contentieux de masse, récemment encore dans le domaine de la consommation... Le rouleau compresseur institutionnel, a tellement déformé le sens et l'image qu'il faudrait rappeler la généalogie de la médiation pour en faire comprendre l'essence et l'impérieuse nécessité. »

« La médiation contemporaine a surgi de la société civile dans les années 80, comme **une nouvelle liberté publique de communication**. Portée par des pionniers investis dans des associations, qui ont combiné leurs expériences de terrain et une exigence intellectuelle au service de l'action, la médiation trouve une définition précise et opérationnelle : un processus de communication éthique qui repose sur la liberté et la responsabilité des personnes concernées ».

Son processus est pour Michèle GUILLAUME-HOFNUNG l'élément essentiel de la médiation. Il assume quatre fonctions. Les deux premières font clairement appel à la communication : créer le lien social, le recréer, prévenir les conflits et enfin, seulement s'il y a lieu, régler des conflits. Cette phase d'établissement préalable d'une relation ne fait pas œuvre de justice, ni de conciliation ou d'arbitrage, ni de négociation... « **Le processus de la médiation relève de la maïeutique**, science des accouchements, de soi et du dialogue avec l'autre ».

Le second élément bien caractéristique est le médiateur. Un tiers, extérieur au système. Il garantit son impartialité. Il ne témoigne aux protagonistes, ni sympathie, ni antipathie. « Grâce aux mots de chacun, il voit le monde et le donne à voir avec les yeux de l'autre. Il est indépendant à l'égard des pressions privées ou publiques extérieures. Il n'a aucun pouvoir, direct ou induit ». Sa neutralité facilite l'émergence de solutions, sans suggérer ou mettre en avant la sienne ou celles d'acteurs extérieurs.

« Pour cesser d'urgence de dénaturer la médiation, il faut, dit Michèle GUILLAUME-HOFNUNG, une révision terminologique et un moratoire mettant fin à des textes qui en méconnaissent le sens. »

Je dirai de même, que réhabiliter le concept de communication politique conduit à choisir le versant optimiste du vivre ensemble, menacé par la duplicité d'Hermès, à la fois messager des dieux et dieu des voleurs. Mais, avec Jürgen Habermas, nous savons notre capacité d'échanger des arguments rationnels en vue de prendre en commun de moins mauvaises décisions. Il a montré que l'émergence de la démocratie moderne est liée au développement d'une opinion publique, née dans l'espoir, au XVIIIème siècle. De surcroît les moyens modernes de communication ont favorisé la démocratisation de nos sociétés.

⁵ Voir sur <pierrezemor.fr> articles, ouvrages et travaux sur la concertation et la participation, Pierre Zémor ayant été président de la Commission Nationale de Concertation (logement) et de la CNDP (Commission Nationale du Débat Public)

⁶ Voir www.pouruneautrecommunicationpolitique.com

Le cadrage communicationnel s'est peu à peu imposé comme la lecture dominante de nos activités et de la politique en particulier. On peut, par la vertu de la communication, rassembler les peuples... Mais, plus qu'attendue, la définition de l'offre politique est en crise. Et forcément, le champ d'une véritable communication politique se trouve à la fois dévasté et déserté. Or pour gouverner en confiance durable, on se doit de gouverner avec les opinions.

Entendons-nous bien, il ne s'agit pas de flatter les opinions dispersées d'une société éclatée ou de céder aux plus efficaces des lobbies. Si l'on ne doit pas gouverner selon l'opinion ou bien, en démagogue, pour l'opinion, il est en revanche inévitable – et tout à fait souhaitable - de **gouverner avec l'opinion**. En s'efforçant de réduire les contradictions qui la traversent⁷.

Les citoyens voudraient encore croire que gouverner c'est surtout **savoir prévoir** et **savoir choisir**. Avec des horizons obscurcis par les crises et les difficultés à repenser la croissance ou à protéger la planète, il nous faut convenir que la prospective n'est plus, depuis longtemps, celle des "trente glorieuses". Nous l'a-t-on dit ? Ou bien la communication politique – forcément positive pour se conformer aux enseignements de la com' - aurait-elle observé un silence honteux sur les changements de nature des développements de notre avenir ? Les rodomontades de candidats et les mises en valeur des récents élus – toujours du positif ! – nous ont-elles trompés sur les degrés de liberté d'action dont nos gouvernants disposent ? Ou sur l'importance des changements nécessaires ?

Si l'on veut objecter à Pierre Mendès France que gouverner, c'est en fin de compte assez peu choisir, on se doit de suivre une autre de ses prescriptions, qui relève bien de la communication politique : dire la vérité.

Aujourd'hui, afin de pouvoir parler vrai, **gouverner, c'est prévenir**.

Prévenir signifie qu'un pouvoir, disposant de faibles degrés de liberté, doit être cependant capable d'anticiper la survenance de la plupart des obstacles, d'envisager la manière d'en contourner au moins quelques-uns – **la prévention c'est prendre les devants**. Et, tout autant, il doit être apte à partager les certitudes et les doutes avec les citoyens – **la prévenance c'est alerter**.

Informé ne suffit pas, n'en déplaise à l'orthodoxie journalistique⁸. On doit communiquer, s'enquérir de ce qui est compris. Surtout en situation de crise, l'information nécessite un échange. Sur le plan de l'entendement, mais aussi en vue d'une participation active des publics concernés⁹.

Le débat contradictoire est essentiel, pour se garder de l'illusion d'une vérité unique¹⁰ préexistante... accaparée par des sachants.

⁷ « Diriger c'est conduire un peuple avec son assentiment ... Connaitre l'acceptabilité d'une réforme ... et négocier un compromis démocratique... Il faut admettre une exigence de pluralité et de complémentarité des légitimités... » (Cynthia Fleury, *Le Monde*, entretien, oct. 2010).

Voir Pierre Rosanvallon, *La contre-Démocratie* – La politique à l'heure de la défiance, Seuil 2006

⁸ Depuis des années une bataille sémantique stérile oppose des journalistes qui portent aux nues la pureté de l'information qu'ils prodiguent et vouent aux gémonies l'information portée par les responsables de communication, fussent-ils représentants d'une institution publique et donc tenus de respecter leur mission d'intérêt général et une déontologie qui doit les mettre au service du public, donc des citoyens.

Le procès en manipulation, qui est fait à cette communication, peut être éventuellement instruit s'il s'agit de communication politique et du détournement du pouvoir informer. Sinon, on doit convenir que c'est l'information, en tant que contenu, qui peut ou pas être manipulatrice, qu'elle soit portée par le traitement univoque de l'information des médias, ou bien par un traitement communicationnel de l'information, qui fait l'hypothèse d'un échange avec un récepteur actif. Ce qui, à l'évidence, correspond à une prise en considération de l'autre, du citoyen d'une démocratie... **Avis à la communication politique ! Univoque, elle s'apparente à la promotion ou à l'injonction**. Les journalistes conviennent qu'en situation de communication, l'interactivité leur permet de faire une meilleure information. En fonction de ce qui a été compris, ils complètent, expliquent leurs propos, varient les codes et parfois sont amenés à rectifier le contenu d'une première information... faite avant communication !

⁹ Il ne suffit pas que la Météo annonce la vitesse du vent qui va souffler. Il faut en dire les conséquences dans un langage concret à l'usage de l'auditeur ou du téléspectateur : dangers pour les conducteurs, chutes d'arbres, amarrages divers... Difficile : alerter précisément en évitant d'affoler.

¹⁰ «La démocratie n'a pas de vérité, elle n'est pas propriétaire d'une vérité» (Edgar Morin, *Mes démons*, 1994)

Surtout dans le domaine de la politique, qui n'a rien d'une science exacte, la vérité n'apparaît qu'à l'issue de débats¹¹ où se confrontent plusieurs vérités, des intentions et des convictions diverses. Faute de controverse, de la controverse qui peut requérir une médiation, la vérité se dissimule derrière des clichés, des idées reçues. C'est la langue de bois ! Des pièges contre **la maturité de la démocratie** ! Et de plus il faut faire face aux renoncements à la vérité que sont la violence ou la haine, composants très présents dans la nature humaine¹². Face aux obstacles, il revient au politique de canaliser ces errements et de maîtriser les débordements, éventuellement en recourant à l'apaisement d'un médiateur et, en dernier ressort, en recourant au droit et à la loi.

Le préalable est toujours **une large mise à disposition des informations**. L'accès aux données répond à des exigences constitutionnelles¹³. De nos jours l'accès devient d'ailleurs plus important que la propriété¹⁴. Améliorations et simplifications sont encore nécessaires, au-delà des progrès pratiques accomplis par la communication publique. Accordons un bon point à la communication institutionnelle¹⁵ et à la démocratie administrative ! Des regains de citoyenneté pourraient venir de **la qualité de la relation** dans le service public. Si celui-ci sait se prémunir des dérives politiciennes.

Encore reste-t-il maintenant à faciliter l'usage de l'information d'utilité publique dans la proximité qu'offrent les réseaux numériques. En assumant la responsabilité de les valider, il convient de diffuser toutes les informations. Pour que les données soient largement reçues et bien comprises, on doit multiplier des "points publics polyvalents", destinés, sur l'ensemble du territoire, à favoriser une communication plus personnalisée. Aussi à populariser les bons usages du numérique.

Réactions du récepteur¹⁶ et dialogue sont nécessaires pour parvenir au stade communicationnel – informant dans les deux sens, on peut le redire - qu'exige le respect de l'autre en démocratie. Sans cet échange, l'info est vite, dans l'esprit d'un citoyen passif, de la propagande politique... Que les responsables de l'information et de la communication publique se le disent !

La **médiation** est une pratique ou une discipline qui se distingue de la communication principalement lorsqu'elle vise à définir **l'intervention d'un tiers** pour faciliter la circulation de l'information, éclaircir ou rétablir des relations. Ce tiers neutre, indépendant et impartial, est le médiateur. Si la définition de son activité varie selon les contextes, des constantes existent à chaque fois qu'un tiers intervient pour faciliter une relation ou la compréhension d'une situation.

Notons au passage que la communication partage avec la médiation des préoccupations de **pédagogie** et de maintien de la **qualité relationnelle**.

¹¹ Le débat contradictoire, cher au juge ou, dans le langage, une réconciliation de points d'achoppement, nous disent, à la suite d'Aristote, les philosophes de la rhétorique (Barbara Cassin, par ex.), sont susceptibles d'un *weness* ou d'une "nouïté" mettant fin à une opposition violente, voire à la haine.

¹² Les dictatures, très rationnellement organisées, réduisent à l'irrationnel les enjeux et le jeu politiques.

¹³ L'article 15 de la Déclaration des droits de l'homme, en Préambule de la Constitution, stipule : « La société a le droit de demander compte à tout agent public de son administration ». Sur l'accès à l'information, ne donnent pas totale satisfaction dans la pratique la loi du 17 juillet 1978, instaurant la CADA, l'ordonnance du 6 juin 2005 et la loi du 11 juillet 1979 sur la motivation des actes administratifs.

¹⁴ Pour Michel Rocard, in *Suicide de l'Occident, suicide de l'humanité ?* Flammarion, Paris, février 2015.

¹⁵ «La communication publique est la communication formelle qui tend à l'échange et au partage d'informations d'utilité publique, ainsi qu'au maintien du lien social, et dont la responsabilité incombe à des institutions publiques ou à des organisations investies d'une mission d'intérêt collectif » (*La communication publique* - Pierre Zémor, Que sais-je, PUF)

Voir notamment les travaux, les publications, la recherche des bonnes pratiques et les conseils de l'association **Communication publique**, qui regroupe – avec initialement son siège au Conseil d'État – les responsables de la communication des institutions publiques (corps constitués, services du Premier ministre, ministères, agences nationales, collectivités territoriales, services déconcentrés de l'État, autorités administratives indépendantes, organismes ayant des missions d'intérêt général,...

¹⁶ Bien des écrivains ou des réalisateurs audiovisuels soutiennent que leur écriture est finalement dans la langue de celui qui lit, écoute ou regarde. La communication se doit de tenir compte de sa réception.

Mais la médiation, dans son acception la plus popularisée, est attachée à la résolution des conflits. Pour la Chambre professionnelle de la médiation et de la négociation (CPMN), « la médiation est une discipline à part entière, rigoureuse, dépositaire d'un processus de résolution des conflits, mais qui doit entretenir la liberté relationnelle et contractuelle, par delà les aléas conflictuels ». Aussi les médiateurs professionnels dissocient-ils la médiation de l'arbitrage et de la conciliation, ces deux modes consistant à ce que l'intervention d'un tiers impose ou recommande une solution selon un rappel à la morale ou à la loi. Le débat se poursuit sur la définition de la médiation...

Les enseignements du jeu à trois de la médiation, en principe étranger à la communication, peuvent s'avérer utiles aux pratiques d'ajustement des messages et de préparation des décisions que sont les modes de la discussion, de la consultation, de la concertation. Les procédures de telles démarches, participatives et dans une sorte de jeu à trois, sont ouvertes aux pouvoirs et aux institutions. L'intervention d'un tiers, comme garant de la qualité des échanges, s'avère opportune pour éclairer le processus de décision, sans toutefois inclure, dans les dispositions législatives françaises, la prise de décision elle-même.

Une médiation partielle, souvent inachevée : les processus de décision parlementaires ou gouvernementaux sont hésitants ! À la traine des premiers pas de rapprochement et de concertation, menés avec la société civile... Citons avec cruauté l'exemple du projet abandonné de l'aéroport de Notre-Dame-des-Landes, qui a mis une dizaine d'années à revêtir la forme d'un projet soumis à la CNDP (Commission Nationale du Débat Public)¹⁷, avant d'enchaîner diverses formes de consultation et de négociation, un référendum, une mission d'audit...

Alors, pour plus de clarté et d'efficacité, ne faudrait-il pas confirmer la responsabilité d'un décideur en le munissant d'**une double médiation**, dans un premier temps, garante de la qualité de la participation du public et, dans un second temps, préparant une décision avec l'exécutif et avec le Parlement¹⁸ ?

L'administration prend la mesure de ce que les démarches de concertation encouragent une écoute plus ouverte sur la société, une plus grande capacité d'anticipation de l'action publique, finalement une attitude plus simplificatrice des procédures que chronophage¹⁹.

Définir la communication est donc aussi une tâche ardue. Une approche juridique s'est avérée peu fructueuse, son regard étant borné par un horizon d'attributions ministérielles uniquement intéressées par les règles afférentes à la publicité ou les dispositions concernant la gestion des médias²⁰.

¹⁷ Sous ma présidence, le 14 février 2002, la CNDP a lancé un débat public mené par une Commission publique, présidée par Jean Bergougnoux.

¹⁸ Voir, déjà citée, la démarche www.pouruneautrecommunicationpolitique.com

¹⁹ Voir les "Considérations générales" du rapport public du Conseil d'État pour 2011. Il n'est pas anodin que, pour répondre à deux impératifs qui lui paraissent de saison - réformer l'État et faire face aux crises - le Conseil d'État affiche l'ambition - comme un souhait - de rendre l'administration plus « délibérative » et, ce qui correspondent aux préoccupations des gouvernants et des dirigeants, d'éviter que s'accroisse la méfiance ou la défiance à l'égard de la parole publique, comme vis-à-vis des procédures et des institutions publiques.

²⁰ " L'inventaire méthodique " du droit de la communication, tel que celui auquel a procédé l'étude d'un groupe de travail de la Section du Rapport et des Études du Conseil d'État, présidé par Pierre Zémor, va pour une première fois, au-delà du droit des médias et de la presse et des droits afférents à la publicité (qui délimitent les attributions du ministère chargé de la communication). L'étude (adoptée par l'AG du Conseil d'État le 9 février 2006 et publiée à La Documentation française), effectue une analyse juridique de l'information mise à disposition du public, des droits attachés à la création, au contenu, au stockage, à la publication, à l'accès, à la réutilisation, à la diffusion des informations.

Sont évoqués l'accès à l'information, les relations avec le public (accueil, signalisation, dialogue, maisons de service public, points publics...), les consultations, les enquêtes, le référendum, la concertation, le débat public. Est effleurée la communication politique des périodes électorales, les sondages...

D'abord, il y a plusieurs communications, qui devraient d'ailleurs mieux se différencier en fonction des finalités que leurs "émetteurs" ont en vue. Dans une quête d'authenticité, la communication se conçoit et définit ses outils et ses attitudes selon les propres finalités d'un domaine donné d'activité. Tentons de ne retenir que cinq communications²¹.

La communication des entreprises, par principe rayonnante, est lotie de bons instruments, souvent exportés ou soldés sous forme de com'. Sa pratique est à revoir à la lumière de nouveaux modèles économiques – faible croissance, changements du marché du travail et du salariat, surtout critères financiers entravant la production de richesses.

La communication des associations d'intérêt collectif, des fondations, des ONG, **des initiatives de la société civile**, balbutiante devant les séductions de la com', se mobilise notamment pour les transitions énergétiques et écologiques ou autour des valeurs de la solidarité et des distributions équitables et proches de la production. Elle va développer une information des circuits courts, ainsi que ses propres médias, ses diffusions d'images et d'expériences. Elle doit apprendre les bons usages du numérique et faire le tri dans le foisonnement des réseaux sociaux.

La communication des médias – rétrograde par déni du concept de communication – est entrée hâtivement dans l'ère numérique. Les médias par ailleurs devront se professionnaliser, avec plus de place à l'écoute, au débat, à l'expertise d'usage des citoyens et avec un questionnement moins égocentré et une **distribution plus maïeuticienne de la parole**. La diversité, le pluralisme, le développement de médias des acteurs, imposent d'explorer les gisements de créativité, d'aller aux sources de la recherche scientifique et de l'expression artistique et de moins se préoccuper de détenir des pouvoirs.

La communication institutionnelle publique répond depuis un tiers de siècle à cette définition : «La communication publique est la communication formelle qui tend à l'échange et au partage d'informations d'utilité publique, ainsi qu'au maintien du lien social, et dont la responsabilité incombe à des institutions publiques ou à des organisations investies d'une mission d'intérêt collectif »²². La communication publique – dont les développements sont dits ici louables – aura à approfondir son respect de l'intérêt général et de la transparence des processus de décision d'un État de droit. Elle doit écarter la menace d'une proximité, séduisante pour ses enjeux, mais polluante, de la com' politique, accélératrice par sa forme de la désaffection des institutions.

La communication politique, eu égard à une période de vacuité des projets politiques, n'est qu'en devenir. Elle picore, parmi les formes nouvelles de réalisations médiatiques, de quoi faire les propres productions des acteurs politiques, les enquêtes, les reportages et les débats certes utiles à une auto-valorisation, mais forcément soumis aux réserves, aux commentaires et au feu stimulant des critiques médiatiques, politiques, citoyennes...

N'est-on pas loin du compte quant à la relation entre pouvoirs et société ? Les responsables politiques ne prennent pas assez conscience de ce que les demandes économiques, sociales, culturelles, sociétales sont respectivement associées à des attentes d'autres modes et instruments de communication.

Les élus et la classe dirigeante sont-ils prêts à faire les premiers pas pour favoriser ces évolutions siamoises, de la politique et de la communication ? Pour contribuer à un bon fonctionnement de la démocratie, **la communication politique se doit d'être imbriquée dans la politique**, les changements attendus de l'une et de l'autre sont liés, approximativement simultanés...

²¹ "Le Cercle des 5 C" (site : lerendezvousdes5communications ou le RVdes5c) est une association quelque peu éphémère après 2008-2010 en dépit d'une convention passée avec l'Institut ISC-CNRS.

²² Op. cité : La communication publique - Pierre Zémor, Que sais-je ?, PUF 4^{ème} édition

Et quelle utilité peut avoir le modèle de la médiation pour la communication ? N'est-il pas en fait sous-jacent au modèle de la communication politique, qui ne se limite pas dans les faits à un jeu à deux, entre les pouvoirs et la société ?

D'abord les pouvoirs ne savent pas comment parler et *a fortiori* échanger avec la société, sauf peut-être dans le cas d'une réelle proximité. C'est le cas pour la communication communale d'un quartier ou d'une petite ville.

C'est aussi le cas, pour en revenir aux progrès de la démocratie sanitaire, de la relation qui se développe entre un médecin attentif à commenter ses actes et la personne malade qui renonce à maintenir à distance son intimité. Souvent, les efforts du personnel soignant, de prise en considération et d'explication, requièrent de faire appel à un tiers, soit quelqu'un de la famille, soit un membre d'une association qui veille aux droits des patients et à la qualité de la prise en charge. Mérites de ces associations médiatrices ! Un tiers permet de pallier les silences d'un malade trop jeune ou trop âgé, en perte d'autonomie ou handicapé. Ce porte-parole, passeur ou médiateur, facilite la communication... Mérites du jeu à trois !

Dans le large champ de la société, des tiers s'introduisent dans la diversité des relations qu'a tout acteur détenteur d'un pouvoir politique, économique, social, artistique... Ces émetteurs potentiels s'adressent à tous les récepteurs, qu'ils soient administrés, usagers, citoyens, acteurs économiques, corps intermédiaires, etc.

De surcroît, on ne peut prolonger **la fiction d'un jeu à deux**, émetteur-récepteur, en faisant mine d'ignorer le vrai tiers, indépendant dans une démocratie, qu'est le pôle professionnel de l'information, des journalistes et des médias. Au sens de la médiation **entre pouvoirs et société**, le journalisme et les médias interviennent comme des tiers.

Avec la médiatisation, on entre dans **un jeu à trois** où les médias s'imposent en médiateurs. Trompeur voisinage sémantique !

Certes **le journaliste**, qui dit son devoir d'informer facilite la circulation de l'information, à l'instar du **médiateur**. Il éclaire une situation, parfois dit le contexte et l'état des relations. Contrairement au médiateur, être impartial n'est pas la première préoccupation, la difficulté de l'objectivité étant assez facilement admise.

D'autant qu'en rejetant par principe la communication, le professionnel de l'information se prive du dialogue, qui permet de partager la connaissance, de simplifier la complexité et de mieux approcher une vérité. On se condamne à communiquer au rabais.

Les médias critiquent alors – à juste titre - les dérives d'une com' réductrice et manipulatrice qui sévit sur les registres de la promotion, de l'image de marque ou des promesses infondées aux seules fins de conquérir le pouvoir. Quels que soient les efforts – certes bien insuffisants - d'authenticité ou de respect du citoyen, la parole politique est démonétisée.

Tout est médiatisé et une sorte d'intermédiation ou de valeur ajoutée d'arbitrage s'impose. L'information ne parvient à l'opinion qu'en tant que communication médiatisée. Tous les supports s'en mêlent. Une info, avant d'être reprise par un média écrit ou audiovisuel, est déjà dans les réseaux sociaux, intégrée dans des opinions progressivement forgées. Un sondage l'estampille. Les médias s'empressent de le citer pour accréditer ladite info...

On tend à retrouver **le jeu à deux**, mais cette fois entre le monde politique et celui des médias. Ceux-ci disent connaître les attentes de la société et en être porteurs. Avec la démocratie d'opinion, *exit* la société. La communication politique se fait alors **entre pouvoirs et médias**, sur le terrain choisi par et pour les médias.

L'information ne naît-elle pas, avant d'y vite mourir, dans un microcosme assez isolé du public et des préoccupations quotidiennes ? Loin des signaux faibles qu'émettent les mouvements profonds qui traversent la société ?

Est-il exclu, dans ces conditions d'attendre que les médias contribuent à faire comprendre ce qu'est l'exercice complexe du pouvoir ? Qu'ils participent à expliquer « la difficulté à penser le temps long face à la dictature de l'urgence et à la pression médiatique » (Emmanuel Macron) ? Peut-on escompter des propos civiques et des évolutions dans les attitudes politico-médiatiques qui soient susceptibles d'écarter le fantasme d'une action politique ayant des effets instantanés afin de s'accorder au rythme du temps médiatique ?

Les journalistes n'ont-ils pas, dans une démocratie, à **faire connaître l'État de droit**. Il n'est pas réservé aux seuls pouvoirs de rappeler les fondements de l'intérêt général, les causes d'intérêt collectif et de dire le légal, afin que la société discute mieux du légitime et de la réforme. Sinon, réduire la communication politique à ses instants médiatiques ?

Faute de tenir lorsque nécessaire le rôle du tiers indépendant de la médiation, ne reste-t-il aux journalistes, devenus plus récepteurs qu'émetteurs, qu'à dénoncer les trains retardés, les détournements d'information d'un cabinet ministériel, la posture artificielle d'un élu occultant un conflit d'intérêt ou encore le message éphémère d'une grande entreprise polluante. Sombre horizon !

De **contre-pouvoirs**, indiscutablement **nécessaires à une démocratie**, la presse et les médias ne s'égarent-ils pas à vouloir s'imposer comme un premier pouvoir ? Avec la société, comme avec un citoyen, le jeu à trois est détourné de l'esprit et de l'éthique de la médiation.

Au-delà d'alerter l'opinion sur l'irrespect de droits fondamentaux des individus ou des principes de l'État de droit, de dénoncer les détournements de pouvoir ou d'information, les mensonges, les fraudes, les manipulations ou les pièges de la com', pourquoi des professionnels de l'information veulent-ils fixer l'agenda politique, dire l'heure de la nomination d'un ministre ?

Est-ce là un savoir faire de l'information ? Pourquoi, à la place des acteurs publics, dans un ministère, à Matignon ou au Parlement, critiquent-ils des compromis, encore partiellement élaborés ou objet de discussions en cours ? Pourquoi prennent-ils le risque de changer la nature d'une négociation par des "fuites" ? Pourquoi conférer à un média **un véritable rôle d'acteur** ?

Mais – c'est le piège déjà signalé - sans médiatisation, les informations des pouvoirs parviennent peu ou mal aux divers publics et la grille de lecture des médias est essentiellement inspirée par l'immédiate actualité. Elle s'avère peu novatrice pour scruter une société en crise et en mutation et pour répondre à l'attente inquiète des citoyens. Les médias sont des filtres obligés entre la société et les élus ou les gouvernants, qui directement voudraient écouter les gens, discuter avec eux, promettre et rendre compte...

Le déni de la communication pratiquée à deux, encourage l'illusion d'une médiatisation à trois, aux allures de fausse médiation. Aux USA – un contre exemple ! – la communication est première et le jeu d'échanges de la communication est une base respectée des relations, notamment par les médias professionnels. Elle ne s'est pas instaurée dans un mouvement de décentralisation. L'histoire institutionnelle fait du contrat entre deux parties le premier pas dans la construction progressive, *bottom up*, de l'intérêt général. Pour nous - en France en particulier – l'intérêt général ou la parole publique sont transcendants et descendants, *top down*. Délivrer l'information s'affirme, par certains aspects, comme un pouvoir, voire comme **une médiation critique**.

Peut-on escompter des progrès de démocratie grâce aux changements introduits par les usages du numérique ou par les degrés de liberté qu'offre le foisonnement des réseaux sociaux ? Ce serait sous-estimer les lourdes menaces d'influence et d'intrusion de ces vastes médias, aux ambitions planétaires, que sont les Google, Apple, Facebook, Amazon, Twitter et autres. Ces médias-pouvoirs, économiques et culturels, s'imposent à la politique.

Si les modes d'exercice du pouvoir doivent évoluer, les mutations des modes de communication doivent être concomitantes et modifier les relations entre les pouvoirs et les citoyens. Mieux associer les citoyens aux prises de décisions et aux choix des projets, grâce à un large accès aux données publiques et à la transparence des procédures. Une communication, qui se veut authentique, doit **rechercher et dire la vérité, dialoguer et débattre**.

D'autant que **la com' caricaturale** menace de prendre la place de la politique. La démocratie aux USA a sélectionné Donald Trump, un bateleur apte à annoncer l'inattendu et son contraire, qui conçoit ses actes à partir de leur promotion et au gré des tweets de l'actualité. Dans une instantanéité peu responsable, cette forme d'exercice du pouvoir retient-elle sérieusement l'attention d'une presse américaine ambiguë ?

La liberté d'expression, chère à la démocratie, n'est pas seulement celle des professionnels de l'information ou de l'investigation, ni celle de tous ceux qui diffusent des nouvelles et des messages sur les ondes, les écrans, les réseaux, souvent sans qu'existent des contre-pouvoirs susceptibles de valider les contenus ou de préciser la responsabilité des émetteurs et des sources.

Les médias ont-ils les aptitudes à vouloir perdurer dans leur monopole d'informer ? Vont-ils continuer à choisir eux-mêmes la nature, le lieu, le décor, la mise en scène d'une média-réalité qu'ils élaborent et qui leur est familière ? On se contente de plaisanter des formatages imposés par la presse et les médias : dire les contraintes et les évolutions du budget de la France en deux minutes trente... Cela crée une relation asymétrique, plus autoritaire à l'égard du politique, que maïeuticienne au bénéfice du public.

Ne devrait-on pas admettre que le responsable politique, qui doit expliquer, être pédagogue et convaincre, soit libre de s'exprimer quand il veut, où il veut, le temps qu'il veut ou sur le support de son choix ? N'en déplaise aux tentations d'anticipation, de scoop, si les exégèses et critiques viennent ensuite.

Le défi essentiel pour le politique n'est-il pas de communiquer sans être nécessairement contraint de se conformer à **un moule médiatique**. Et soyons rassurés, s'il s'avérait que la communication d'un pouvoir bascule vers la com', vers le silence, la promotion, l'injonction, plutôt que vers la mise à disposition de l'information, l'explication, la concertation, il se trouvera sans difficultés des opposants, des contre-pouvoirs et des médias prêts à entamer une véritable controverse.

Ne pas être maître de **la communication, partie intégrante de l'action**, est un handicap pour la politique. On ne s'étonnera pas que des personnages politiques importants ou des partis en viennent à disposer de leurs propres médias, comme déjà dans la communication numérique.

On voudrait plutôt penser que, dans une période où la démocratie voudrait se ressourcer, les acteurs publics aient besoin et envie de redéfinir leurs rôles vis à vis des médias. Ils doivent repenser leurs comportements avec le public et les électeurs qu'ils représentent : des relations naturelles, simples et directes, des propos et des attitudes, non de professionnels de la communication, mais de médiateurs essentiels entre les citoyens et la politique²³.

²³ Voir, in www.pouruneautrecommunicationpolitique.com, l'appel du manifeste aux politiques et élus, aux universitaires et chercheurs, aux associations et groupes de réflexion, aux journalistes et médias, ainsi qu'à toutes les initiatives citoyennes qui émergent dans la société.

Cet impératif vertueux se retrouve dans la formule, forgée avec Michel Rocard : "reconnaitre la complexité des choses et faire appel à la lucidité des gens". Une louable intention, mais encore du chemin à parcourir avec la tendance à la facilité, de plutôt "caricaturer la réalité des choses et se satisfaire du désintéret des gens" !

Les parlementaires élus ne doivent pas à communiquer à la traine des déclarations et des textes de l'exécutif. Pour la clarté de la communication, on doit un peu plus penser à la séparation des pouvoirs... Constitutionnellement prévus par leur mandat, l'échange ouvert avec les gens, le dialogue permanent avec les électeurs, permettent d'exposer les projets et les réformes à l'ordre du jour. Ils précisent leurs positions, sans se limiter aux questionnements des médias, en définissant leur rôle, voire en l'apprenant...

La communication politique est fort peu – pour parler français – **bottom up**. Comment encourager les citoyens à s'exprimer, sans attendre qu'ils manifestent leur mécontentement ou leur colère ? La parole publique en France est clairement descendante, *top down*, sous la V^{ème} République, transcendante et encore souvent condescendante. Comment faire et dire la politique en **impliquant simplement les citoyens**²⁴, sans avoir à décréter leur participation ? Beaucoup plus hors de l'actualité immédiate, sur des sujets du moyen terme, sur des questions de société ou de vie quotidienne, **une large diffusion du débat public** ne pourrait-elle pas permettre de prendre le temps de comprendre et de se comprendre ? Ainsi de développer les propositions de loi du Parlement et alléger la pression qui pousse l'exécutif à bâcler des textes de circonstance.

Les professionnels de l'information conviennent de leur coté qu'ils ont à réinventer des métiers et qu'ils ne peuvent plus dire qu'ils ont le monopole de l'information. Il ne s'agit pas d'une réflexion à huis-clos, car les modalités, les exigences et la déontologie de l'information intéressent tous les citoyens.

La bonne démarche pour un pouvoir est de **gouverner avec les gens**. Laissons les pouvoirs s'exercer avec cet objectif, à leur manière. Aussi avec l'éthique de la médiation, toute critique admise, mais communication comprise !

²⁴ En vue de « passer d'une démocratie intermittente à une démocratie permanente et, simultanément, d'une démocratie de délégation à une démocratie d'implication » (Pierre Rosanvallon).