

Après - demain

Le n° 8 € ■ N° 467

Août-Septembre 2004

FONDÉ PAR LA LIGUE DES DROITS DE L'HOMME EN 1957

COMMUNICATION ET CITOYENNETÉ

AUTEURS ET IDÉES-CLEFS

Sommaire détaillé

2

JEAN-PIERRE DUBOIS

Racismes, antisémitismes,
discriminations : refuser
tous les communautarismes

3

BERNARD WALLON

Communication et citoyenneté

5

JEAN-MICHEL BELORGEY

Lettres aux Princes

6

PIERRE ZEMOR

Actualité et urgence du débat public

9

JEAN-MARIE CHARPENTIER

Communication et entreprise :
questions de société

13

ANDRÉ SANTINI

Les enjeux de l'ère numérique

16

HUGUES CAZENAVE

Les représentations associées
à la i-démocratie

20

ERIC DACHEUX

Dynamiser
la démocratie européenne

23

FRANÇOIS HEINDERYCKX

Les défaillances
de l'information politique

26

GABRIEL THOVERON

Quand la sphère privée éclipse
la vie publique

30

JEAN-MARIE CHARON

Débattre sur le traitement
de l'information

33

ERIC FAVEY

Tout est possible...
même le meilleur !

36

LIVRES

39

DIRECTRICE :
Françoise Seligmann

RÉDACTEUR EN CHEF :
Jean-Pierre Dubois

RÉDACTION,
ADMINISTRATION :
BP 258-07
75327 Paris Cedex 07

Non vendu
dans les kiosques

ISSN 0003-7176

Renseignements
en dernière page

Prochain numéro :

LA RÉFORME DE L'ASSURANCE-MALADIE

AUTEURS ET IDÉES-CLEFS DE CE NUMÉRO

Numéro réalisé sous la direction de Bernard WALLON

■ P. 3 Racismes, antisémitismes, discriminations : refuser tous les communautarismes

par **Jean-Pierre Dubois**
Editorial.

■ P. 5 Communication et citoyenneté

par **Bernard Wallon**.
Présentation du numéro.

■ P. 6 Lettres aux Princes

par **Jean-Michel Belorgey**,
Conseiller d'Etat, Président de
la section du Rapport et des
Etudes.

Les élus, les décideurs, les investis communiquent en direction des citoyens. Sont-ils vraiment à l'écoute ? Comment le citoyen s'adresse-t-il à ceux-ci.

■ P. 9 Actualité et urgence du débat public

par **Pierre Zemor**, Conseiller
d'Etat, Président de
"Communication publique"

Les informations, l'implication, la responsabilisation des citoyens sont les ingrédients d'une démocratie vivante. Divers dans ses formes, le débat public mérite d'être généralisé et formalisé pour construire une démocratie vivante.

■ P. 13 Communication et entreprise : questions de société

par **Jean-Marie Charpentier**,
responsable de communication
en entreprises, docteur en
sciences de l'information et de
la communication, auteur
d'une thèse sur "le débat en
entreprise".

Dans une entreprise, une communication purement publicitaire, voire manageriale est de moins en moins opérante. L'entreprise et le travail participent d'un nouvel espace

public. Des questionnements et des pratiques naissent et s'y développent.

■ P. 16 Les enjeux de l'ère numérique

par **André Santini**, ancien
ministre, député des Hauts de
Seine, Maire d'Issy-les-
Moulineaux.

Les conséquences du développement rapide des TIC font évoluer les pratiques démocratiques en France et dans le monde. Peut-on en mesurer les impacts sur le citoyen ? comment peut-il en bénéficier ?

■ P. 20 Les représentations associées à la i-démocratie

par **Hugues Cazenave**,
Président d'Opinion Way.

Comme tous les médias, internet peut renforcer la démocratie sous certaines conditions. Quels sont à cet égard les attentes et les comportements des internautes français.

■ P. 23 Dynamiser la démocratie européenne

par **Eric Dacheux**, chercheur
au laboratoire "communication
et politique" du CNRS, enseignant
à l'IUT de Roanne,
Université de Saint-Etienne.

L'Union européenne souffre de deux maux que la communication ne peut seule combattre : l'absence d'un espace public européen et un manque d'utopie. Ils ne se décrètent pas, ils se construisent par l'action quotidienne des citoyens.

■ P. 26 Les défaillances de l'information politique

par **François Heinderyckx**,
enseignant en sociologie des
médias et de la communication
politique, Université libre de
Bruxelles, Président de la filière
"information et communication".

Désinvestissement et désintérêt

pour l'information politique et institutionnelle qui atteignent aussi l'Europe. Leurs causes se trouvent dans une lente et insidieuse dérive de la classe politique, des médias et des citoyens eux-mêmes.

■ P. 30 Quand la sphère privée éclipse la vie publique

par **Gabriel Thoveron**, profes-
seur émérite de l'Université
libre de Bruxelles.

La confusion des sphères privées et publiques, du bien commun et des intérêts personnels, la pseudo participation des citoyens dans les émissions pervertissent la mission des médias et singulièrement de la télévision. La démocratie fait place à une communication de la démagogie.

■ P. 33 Débattre sur le traitement de l'information

par **Jean-Marie Charon**,
Président des Entretiens de
l'information.

Face aux dérives et aux dérapages de l'information s'impose une nécessaire prise de responsabilité des acteurs sociaux. Comment créer les conditions d'un réel débat public sur ces questions, en inventer les nouvelles formes.

■ P. 36 Tout est possible... même le meilleur !

par **Eric Favay**, Secrétaire
national de la Ligue de
l'Enseignement, délégué à la
culture, l'éducation et la communication.

Notre volonté d'une communication généreuse, attentive à la diversité, à la compréhension entre les hommes, notre projet démocratique nous engagent dans un combat permanent contre une logique de la communication qui vend du "cerveau disponible".

Jean-Pierre DUBOIS

Racismes, antisémitismes, discriminations : refuser tous les communautarismes

Editorial

LE débat sur le racisme et sur l'antisémitisme monte depuis plusieurs mois, voire depuis plusieurs années, dans la société française. En lui-même, ce débat est non seulement légitime mais nécessaire : les préjugés collectifs, l'ignorance porteuse de haine de l'autre sont à l'œuvre dans notre société et, pour le moins, ne sont pas en recul. Ceux qui n'ont pas la mémoire courte n'ont pas oublié le 21 avril, et Monsieur Gollnisch vient de nous rappeler, d'une certaine façon fort opportunément, ce que le Front national pense de la relation entre les juifs et les chambres à gaz.

Plus généralement, nul ne peut aujourd'hui contester l'augmentation des actes à caractère antisémite, telle qu'elle ressort à la fois des statistiques policières, des rapports de la CNCDH et des travaux de chercheurs fiables tels que ceux de Nonna Mayer. La lecture de ces travaux montre clairement que l'ampleur des propos et des agressions antisémites varie pour l'essentiel en fonction de l'émotion suscitée par des

événements le plus souvent liés à la situation au Proche-Orient, comme si les Juifs de France étaient rendus responsables de la situation insupportable faite là-bas aux Palestiniens. Elle suggère aussi que les tabous qui, pendant plusieurs décennies après la Shoah, rendaient plus difficile le discours antisémite ouvert ont perdu de leur efficacité (encore que, là aussi, il convienne de ne pas avoir la mémoire trop sélective sur une certaine continuité antisémite française : rappelons-nous par exemple, en 1970, l'ignoble "rumeur d'Orléans"...).

Cette évolution a conduit à ce que, dans la période récente, les propos et agressions antisémites aient été plus nombreux que ceux qui relèvent d'autres formes de racisme dans le champ des infractions constatées par la police. Et l'on en vient ici à un objet de controverses souvent vives et parfois malsaines.

Il est évident pour tout observateur de bonne foi que la source policière ne saurait être prise pour étalon unique et

incontestable, en cette matière moins encore qu'en toute autre, à la fois parce que toutes les victimes ne portent pas plainte (leur capacité à le faire dépend évidemment de leur situation sociale et culturelle, voire de leur confiance dans les institutions, que nombre d'injustices fort réelles peuvent légitimement affaiblir) et parce que les propos et agressions n'épuisent pas la rubrique des actes racistes ou antisémites : là encore, les sieurs Le Pen, Gollnisch et leurs sympathisants, en particulier lorsqu'ils se livrent au petit jeu des offres d'emploi réservées "BBR" (pour "bleu blanc rouge"), nous ont habitués aux allusions, aux litotes, aux sous-entendus qui indiquent à quel point le courage des racistes est à la hauteur de leur lucidité et de leur respect des autres.

Il faut donc tenir compte et du plus visible (les injures, les agressions physiques voire les attentats) et du plus sournois (les discriminations à l'embauche, les contrôles au faciès, le racisme ordinaire de maints propos ambiants, notamment dans la suspicion particulière envers tous les membres

d'un groupe "ethnique" ou religieux). Il apparaît alors clairement, comme l'exemple des profanations de cimetières le montre de manière répétitive, que le même cocktail de bêtise et de haine peut frapper juifs, musulmans ou chrétiens dans les symboles qui sont pour eux les plus sacrés. On se rappelle aussi que le déséquilibré d'Épinay-sur-Seine, en juin dernier, avait agressé successivement un jeune juif visé très volontairement, puis un passant identifié au faciès comme "sale arabe"... puis finalement un voisin jugé "grognon" (sic) : dans ce cas extrême, on mesure les effets de la dégradation d'un climat général sur des cerveaux plus fragiles que d'autres.

Notre réponse, celle de "l'humanité consciente d'elle-même", doit donc être ici au moins autant celle de la raison que celle de l'émotion. On peut ainsi faire l'économie de discussions sans issue voire contre-productives : comment ne pas voir que le discours antisémite participe d'une logique de négation de l'individu réduit à une étiquette catégorielle fantasmée, de rejet de l'autre pour ce qu'il est (et non pour ce qu'il fait), et qu'en ce sens l'antisémitisme n'est pas séparable comme fléau social du racisme dont il est une des expressions ? Mais comment nier inversement que l'antisémitisme, s'il est bien une forme de racisme, ne saurait être pour autant banalisé ni regardé comme "un racisme comme les autres", à la fois parce que la haine du Juif a plus que tout autre rejet collectif traversé les siècles et les lieux de l'histoire humaine (et qu'à cet égard elle relève sans doute aussi d'une haine de l'Universel) et aussi bien sûr parce que cette haine a produit il n'y a pas si longtemps, sur le continent même qui avait "découvert" les droits de l'Homme, le

fait le plus monstrueux de cette histoire humaine ?

Il faut donc, parce que c'est l'intérêt commun, se garder de "mettre à part" l'antisémitisme, de refuser de combattre partout et toujours indivisiblement racisme et antisémitisme : ce serait non seulement "pécher contre l'esprit" mais aussi affaiblir dangereusement la cause de l'Universel qui est la nôtre (comme l'enseigne le Talmud, celui qui tue un Homme tue l'humanité...). Mais il faut tout autant refuser de faire disparaître la spécificité de l'antisémitisme en ne mentionnant que le racisme, comme si les Juifs n'avaient pas, ici et maintenant, de raison particulière de se rappeler l'innommable. Rien ne serait pire que le stupide enfermement dans des exclusives, dans des forteresses se vivant comme assiégées, avec au bout du chemin les Juifs défendant les Juifs, les Arabes, et les racistes et antisémites soulignant que tout cela n'est qu'affrontement entre "corps étrangers" faisant la preuve de leur inassimilabilité.

C'est pourquoi il est si important que la grande manifestation qui se prépare pour le 7 novembre 2004 à Paris (voir le site www.democratie-courage.org), accompagnée d'une dizaine de réunions et manifestations publiques dans les villes de province, ait été lancée par un appel conjoint de la quasi-totalité des organisations syndicales (à l'exception de la CGC, FO appelant en revanche à manifester même si elle le fait séparément), de la Ligue des droits de l'Homme et du MRAP, et que plus de soixante organisations politiques (dont tous les partis de gauche et d'extrême gauche... étant précisé que l'appel avait été lancé à tous à la seule exclusion de l'extrême droite), syndicales et associatives soutiennent cette

initiative de première grandeur. Il est vital de sortir des positionnements communautaires, des manœuvres de boutiques ou des tentations de récupérations partisans : la lutte contre le racisme, l'antisémitisme et les discriminations est l'affaire de tous, sans "concurrence des victimes" ni hiérarchisation des combats.

Bien entendu, cette manifestation n'est qu'une étape dans un combat permanent, et ceux qui se rassembleront le 7 novembre entretiendront cette si précieuse unité. Mais, dès maintenant, que toutes ces organisations aient signé un texte d'appel qui porte les valeurs de l'universel, de la liberté de conscience et de l'égalité ; que même des organisations conservatrices reconnaissent par exemple l'égalité des genres et l'égalité des droits quelles que soient les orientations sexuelles, voilà qui pèsera à l'avenir, qui construit des valeurs communes et qui fait reculer les germes d'injustice, d'intolérance et de violences. Telle est la question centrale d'aujourd'hui : que voulons-nous faire de la société diverse qui est désormais la nôtre ? Croyons-nous pouvoir trier *a priori*, rejeter, épurer, ou devons-nous construire le rassemblement autour de valeurs indérogeables dans le respect mutuel dès lors que la garantie de ces valeurs est assurée de nos histoires et de nos appartenances ?

La réponse des enfants des Lumières ne saurait faire aucun doute. C'est elle qui se manifesterait visiblement le 7 novembre, pour en finir avec les faux débats et les polémiques stériles. Il n'est pas d'autre avenir possible pour la liberté, l'égalité et la fraternité.

Jean-Pierre DUBOIS

Plutôt que d'acheter au numéro :

Abonnez-vous

(30% d'économie)

Renseignements en dernière page

Bernard WALLON

Communication et citoyenneté

RÉUNIR citoyens, professionnels, élus, associatifs, sur les problématiques de la communication, s'interroger sur les modèles économiques et culturels imposés, proposés ou choisis, tel a été régulièrement le rôle d'Après-Demain. Le rapport communication-citoyenneté mérite un questionnement aux mille facettes, constamment remis sur le métier en fonction des évolutions culturelles et technologiques dont la revue est l'observateur mais se veut aussi acteur depuis sa création.

Ce numéro tente, sans prétention globale, de faire le "décryptage" de certains aspects (pour reprendre le beau titre de la première émission de télévision sur la communication créée par Christian Dauriac sur France 3 il y a une quinzaine d'années).

La vision prétendument libérale, mais clairement dogmatique, ne nous a pas épargné ces derniers temps, un discours convenu et complaisant. Pour les fondamentalistes des TIC, l'informatique et internet sont un mode de vie qui permet de "rencontrer son prochain dans des quartiers numériques". Les

touches à tout de la finance et de l'industrie marquent leur attirance pour le secteur de la communication en général et des médias en particulier où ils entendent imposer leur management et leurs vues. "C'est un monde intéressant qui permet de faire passer un certain nombre d'idées" même si néanmoins "c'est un produit que l'on vend" pour Serge Dassault, industriel de l'armement. "Il faut que le cerveau du téléspectateur soit disponible. Nos émissions ont pour vocation de le rendre disponible. Ce qui se vend, c'est du cerveau humain" pour le patron de TF1. Cette logique s'incarne dans une communication "trans-cendante, descendante et condescendante" qu'une bonne partie des responsables politiques et économiques ne renient pas.

Ils n'imaginent pas que la communication se fonde sur le débat, la confrontation, la diversité des points de vues, l'échange et le partage. La recherche de la vérité, l'intelligence et la créativité des sociétés démocratiques est à ce prix. Notre liberté personnelle aussi.

C'est pourquoi, dans ce numéro, J.M. Belorgey, P. Zemor et

J.M. Charpentier analysent la relation des pouvoirs publics et de l'entreprise avec le citoyen et les modalités qui permettent d'être plus respectueux mais aussi plus efficaces pour le bien commun.

Experts des usages des nouvelles technologies, A. Santini et H. Cazenave s'interrogent sur la possibilité, grâce à celles-ci, de refonder le rapport du citoyen à la communication. Comment, à l'échelle de l'Europe, construire un espace public (E. Dacheux), développer une information politique qui intéresse les citoyens (F. Heinderyckx), combattre la logique de repli sur la sphère privée que les médias privilégient trop souvent sur la vie publique (G. Thoveron).

La nécessité d'un débat critique permanent sur les médias (J.M. Charon) et l'engagement des citoyens (E. Favéy) sont le meilleur gage d'une communication généreuse et libre.

Puissent ces quelques articles y contribuer.

Bernard WALLON

Jean-Michel BELORGEY

Lettres aux Princes

COMMUNIQUER. Dans quel sens ? Dans les deux ou dans un seul ? Les élus, les décideurs, les investis communiquent en direction des citoyens. Ils se veulent, en principe, également à l'écoute. Jusqu'à un certain point. Pas au-delà. Il circule, cela ne fait pas de doute, plus d'informations dans un sens que dans un autre : celui qu'ils gouvernent. Non que le citoyen n'ait pas, à l'égard des pouvoirs, des princes, lui aussi, toutes sortes de désirs de communiquer. Non qu'ils n'aient différentes sortes d'expériences, de souffrances, d'attentes, de frustrations à faire passer. Mais les voies dont ils disposent sont limitées. Le traitement réservé aux correspondances du citoyen est, au minimum, décevant. Le recours, en principe possible, aux faiseurs d'opinion, aux hommes de médias qui contrôlent, à des heures inégalement porteuses, des émissions destinées à faire valoir les insatisfactions civiques, est aléatoire. Ces monteurs d'ours choisissent leurs thèmes ; ils savent distinguer les scandales porteurs de ceux qui ne le sont pas ; les adversaires gratifiants des adversaires

dangereux. Intéressante et douloureuse histoire que celle des lettres aux princes et de l'écho souvent dérisoire qu'elles rencontrent. On tente ici d'en esquisser quelques traits⁽¹⁾.

La tradition n'est pas morte, non seulement de la quête d'une *intercession républicaine*, au sens où l'entendait Alain, qui y voyait une figure essentielle de la démocratie, mais encore du *placet*, du *cahier de doléances* individuelles ou collectives. Et quand, en réponse à ses appels à la justice, à la clémence, à l'humanité, à la raison, le citoyen ne voit rien venir, quand ces appels ne se heurtent qu'au silence, au mépris ou à l'impavidité de ceux - président de la République, Premier ministre, ministres, présidents des assemblées et de leurs commissions, chefs de cours, députés, sénateurs - dont il avait, quelques mois ou quelques années plus tôt, encore cru possible de toucher le cœur, de réveiller l'intelligence - "*le roi est bon*" -, vient l'heure de la colère, de l'invective, du prophétisme convulsif. Alors ce n'est plus pour avoir réponse que le citoyen prend, derechef, la plume. C'est pour dire son désespoir,

sa rancœur, sa haine impuissante. C'est pour maudire, vouer à l'exécration ces princes inconscients de leurs devoirs, indignes de la mission qu'ils exercent, qui n'ont pas prêté l'oreille à son cri. C'est pour *témoigner contre eux*, comme le dit fortement l'Ancien Testament, et contre l'*usurpation* dont atteste leur comportement, devant quelque divinité ou tribunal invisible.

Le désir de témoigner sous cette forme peut se manifester indépendamment de toute requête, de tout souci de trouver une issue honorable à une difficulté personnelle. On n'écrit pas aux princes que pour se plaindre de torts subis, de malversations administratives vous faisant directement grief. On peut aussi leur écrire en adoptant une posture d'emblée *tutélaire*, non pour défendre des intérêts particuliers, mais au nom de l'*intérêt général* plus ou moins largement compris. Celui de l'espèce humaine. Celui de la France, et des Français, tous, ou seulement les vrais... Celui de l'économie. Celui des usagers de l'Administration. Celui des plus faibles, des plus jeunes, ou des plus vieux. Celui des institutions ou de leur

image. Celui de la *politique*, même, dont tous les citoyens n'ont pas définitivement tranché qu'elle était fatalement le lieu de la corruption, de l'enlèvement ; dont beaucoup perçoivent intuitivement l'utilité, mais à condition que ceux qui en ont la charge ne soient pas au-dessous de leur tâche, ne jouent pas l'efficacité, et le crédit de leur mandat à la baisse ; qu'ils sachent tenir les promesses qu'ils ont faites, ou s'abstiennent d'en faire qu'ils savent ne pouvoir tenir ; qu'ils évitent d'étaler leurs querelles et leurs appétits de puissance, et d'y consacrer l'essentiel de leurs énergies.

Le registre de ces correspondances est parfois celui du *"il faut que ça sorte"*, du *"trop c'est trop"*, du *"il faut tout de même qu'ils se rendent compte"*, tantôt plus retenu, plus conciliant, attestant que le souci de convaincre l'emporte sur celui de choquer. Les lettres écrites à chaud ou protestant contre la drogue, la délinquance, l'immigration clandestine, la dégradation des mœurs, la suppression de la peine de mort, se situent le plus souvent dans le premier registre - *"la suppression de la peine de mort, quelle abomination ! Il faut les tuer ! Il me fait vomir, votre Badinter"* - ; celles plus longuement méditées, ou traitant de questions déclenchant de façon moins automatique les peurs animales, allergies, prurits et nausées, se situent plutôt dans le second. Il faut aussi faire une place aux lettres d'inventeurs, de visionnaires qui, moins que du cours général des affaires ou d'une forme particulière de désordres dans leur conduite, entendent entretenir les décideurs de la contribution que pourrait apporter à l'avènement d'un âge meilleur un nouveau procédé technologique, ou une nouvelle stratégie de repérage des rues dans les villes...

Rares sont les responsables politiques, du plus modeste au plus considérable, qui sont vraiment attentifs aux courriers qu'ils reçoivent, quel qu'en soit la portée - requête, remontrance, conseil - surtout s'ils ne sont pas dactylographiés. Le temps des politiques est compté ; d'autant plus compté qu'il est le plus souvent, mal géré. Celui qu'ils consacrent à dévorer les hebdomadaires, en vue de s'y repaître de l'écho de la rumeur du sérail, ils ne le consacrent pas à lire de vrais livres, ni les lettres qu'on leur adresse. Ils laissent donc ce soin à leurs collaborateurs. Qui n'aiment pas tous l'*usager* ; qui s'en-

traînent même d'autant plus assidûment à surmonter ce mauvais penchant, s'ils se le connaissent, qu'ils se veulent promis à un grand destin. Rares sont par conséquent les lettres aux princes émanant de vulgaires citoyens qui trouvent pour de bon un lecteur ; ou qui ont une chance de recevoir une réponse. Ou : car qu'une lettre reçoive une réponse ne signifie pas qu'elle a été lue ; ce qu'on appelle pudiquement, dans les cabinets bien tenus, un *accusé-réception* - l'ordinateur sait faire, ou c'est tout comme - y tient souvent lieu de traitement définitif, qu'il soit ou non accompagné d'une *transmission* - les transmissions dont on ne vérifie pas qu'elles comportent des suites, ce qu'on fait rarement, ne valent guère mieux qu'une mise au panier. A moins qu'une insolence du postulant n'éveille chez le lecteur-administrateur, auparavant distrait, une tentation punitive, en mineur (morigéner l'insolent, le renvoyer dans ses buts, l'enfoncer dans ses torts), plus rarement - c'est une chance - en majeur (le menacer de poursuites en diffamation, ou le poursuivre, comme en fut tristement coutumier un président de la République, si soucieux de sa dignité - ou entouré de gens qui l'étaient pour lui - que les prises à partie dont il advenait qu'il fut l'objet, dans le secret d'une correspondance vengeresse, finissaient devant les tribunaux).

"Il y a tant d'injustices de par le monde", articule-t-on volontiers pour s'excuser de ne pas entreprendre de les combattre, aussi longtemps, du moins, qu'on n'en a pas soi-même été victime. Le citoyen directement frappé dans ses intérêts matériels et moraux, ou ayant pris fait et cause pour quelqu'un qui l'a été, ne l'entend pas de cette oreille. On peut durablement rester imperméable au sentiment d'injustice. C'est, une fois qu'il s'est emparé de vous, une maladie dont on ne guérit plus, dont on brûle, ou se consume intérieurement, dans des souffrances qui croissent à proportion de l'adhésion publique obtenue par l'atteinte, de la légitimité dont elle peut chercher à se prévaloir.

Ceux qui écrivent aux princes manquent rarement d'imagination. Certains affabulent. Ce n'est pas cependant la majorité. Les destinataires des courriers correspondants se trompent, qui pensent le contraire. Alors qu'ils devraient tenter de faire le départ entre les fantasmes et les syndromes résultant d'atteintes réelles. Ce qui n'est pas, expé-

rience faite, hors de portée. Mais ne motive ni les sceptiques, ni les cyniques, ni les paresseux, ni les résignés. A poser en principe que ce n'est pas le métier de l'administration de démêler les situations excessivement complexes, ou encore que *César ne peut être soupçonné*, on trouve, quand on est du côté du pouvoir, plus d'une sorte de commodité. C'est ce qui n'échappe pas au citoyen.

Aussi bien, comme dans les lettres de la Religieuse portugaise, assiste-t-on, au fil du temps, à une évolution significative du ton et des thèmes des correspondances rédigées par un même citoyen sur une même affaire, ou sur plusieurs connexes, à l'intention de la même autorité, ou d'autorités différentes. Les fins de non recevoir implicites ou explicites auxquelles s'est, depuis l'introduction de sa première requête, heurté l'auteur de celle-ci lui ont décilié les yeux, non seulement sur le mélange de négligence, de désinvolture, d'entêtement, de mauvaise foi présidant à l'examen, par les bureaux, des dossiers dont ils ont à connaître, mais sur l'incohérence des règles relatives à la répartition des compétences entre bureaux, sur l'absence de goût, ou d'envie, des hiérarchies pour l'exercice des pouvoirs de contrôle qui sont en principe les leurs, sur les ressorts cachés des désordres constatés : influences occultes d'ordre familial, partisan, sectaire, confessionnel ; corruption active ou passive.

Pour nombre d'esprits simples, et dont la foi civique s'est, sous l'effet des déconvenues accumulées, trouvée cruellement désabusée, la thèse du complot, technocratique, socialo-communiste, juif, franc-maçon, clérical, extraterrestre, celle de la dégénérescence collective, ou celle du déclin cyclique - de l'âge *mauvais* - comportent naturellement plus d'attrait que d'autres, plus subtiles, faisant appel à la psychologie, la sociologie, l'anthropologie, ou la science politique. Mais il n'est pas rare que l'auteur de lettres aux princes, dont les facultés mentales et la combativité sont demeurées intactes malgré les rebuffades, dont l'expérience de celles-ci a même élargi les horizons, enrichi la vision du monde, en vienne à faire preuve, sur les rapports entre les institutions, les relations entre les hommes qui les incarnent ou les peuplent, le rôle du droit, les limites du contrôle juridictionnel de l'administra-

tion, ou de la régulation du système juridictionnel, d'une réelle perspicacité, qui fait soit écho à la sagesse populaire - *summum jus, summa injuria* -, soit à de plus récentes et plus savantes découvertes - que tout droit n'est pas effectif ou efficace, ne serait-ce que parce que tout droit n'est pas écrit pour être appliqué, et parce qu'on en écrit parfois de l'inutile de préférence à de l'utile ; qu'entre adversaires politiques peuvent avoir cours plus de complicités profondes et de communautés d'intérêts qu'il n'y paraît à les voir s'écharper rituellement en public. La perspicacité citoyenne butte en général, en revanche, sur une incompréhension radicale de certaines des règles fondant la procédure parlementaire, administrative ou juridictionnelle : la forclusion, qui scelle, au nom d'une sécurité juridique qui n'apparaît souvent que de l'ordre de l'amnistie, des situations contraires à l'équité ; la conception pointilliste prévalant au contentieux des violations de la loi ou de la norme applicable, qui conduit à conclure à la légalité de procédures ne constituant qu'un long enchaînement d'actes tout juste, c'est-à-dire à peine, réguliers, en dépit d'un climat parfois à couper au couteau de *coup fourré*.

Lorsque, accoutumé à l'idée de sa défaite, ou de son malheur, mais ayant trouvé dans sa correspondance, fut-elle en forme de monologue, avec les pouvoirs, une raison alternative d'exister, l'auteur de lettres aux princes acquiert,

l'expérience et un début de sérénité aidant, la hauteur de vue qui lui faisait originellement défaut, il n'est pas rare qu'il donne le meilleur de lui-même. Ce n'est plus en qualité de suppliant, ni de vengeur, ni même de censeur - un stade de l'évolution où certains s'arrêtent, mais où l'énergie rapidement s'épuise - que notre auteur prend la plume, c'est en qualité de philosophe, d'éducateur. Il y a du Fénelon dans l'air, peut-être du Solon ou du Moïse.

.....

La plupart des lettres aux princes sont signées. Leurs auteurs ont le courage de leurs opinions. Certaines, œuvres collectives, ou collectivement assumées, comportent même plusieurs signatures, ou sont rédigées au nom d'une association. Quelques-unes, pas exclusivement les plus injurieuses, ou celles où sont relevées, en termes généraux, ou par référence à des événements particuliers, les liens obscènes entre pouvoir et sexe ou argent, mais notamment celles-là, revêtent la forme de lettres anonymes. Tel auteur, qui a ainsi cru devoir, une première fois, ou plusieurs, faire preuve de prudence, peut, au reste ultérieurement, s'enhardir à signer.

.....

Dérision et invective ne constituent cependant ni les registres les plus fréquents, ni ceux qui sont les plus édifiants d'un genre épistolaire où s'expriment plus d'une fois, de façon frustrée

ou profonde, avec maladresse ou avec un réel talent, des interrogations fondamentales non seulement sur le sens de l'aventure politique, mais sur celui de l'aventure humaine. Ecrire aux princes, c'est aussi, pour qui n'a pas accès au cabinet du psychanalyste, une façon de prendre la parole, de dire devant témoin. Etrange rencontre, à travers les lettres aux princes, entre le vieux divan oriental et le moderne divan occidental, qui témoigne de la pérennité de la vocation cathartique du pouvoir. Une vocation qui n'a rien à voir avec la dignité de ceux qui l'exercent, ni, peut-être avec l'attention dont ils sont capables. Le temps de la catharsis prolonge, tout en amorçant une rupture avec lui, le temps de l'hypnose. Peut-être le malade est-il prêt à renoncer à ses symptômes si on s'emploie à le persuader qu'ils n'existent pas. Mais que son interlocuteur n'y songe pas, et le voilà prêt à s'engager dans une carrière de libres associations, au terme de laquelle il aura, avec un peu de chance, tout à la fois conquis son autonomie vis-à-vis des politiques, et fait à leur égard le deuil de ses dernières illusions. Que la démocratie, à ce compte-là, soit perdante ou gagnante est de l'ordre de l'indécidable.

Jean-Michel BELORGEY

(1) - Ce texte reprend quelques extraits d'un texte plus long, intitulé "Lettres aux princes", à paraître.

RÉDACTION, ADMINISTRATION ET DIFFUSION D'APRÈS-DEMAIN :

(Rédacteur en chef : Philippe Bernard 1958-1975)

Philippe Blard, Alice Cloarec, Martin Collet,
Françoise Dargols, Bernard Deljarrie, Jean-Michel Djian,
Emmanuel Dufour, Bruno Fulda, Bernard Gaudillère,
Anne Lamouche, Bertrand Louët, Manolis Mavropoulos,
Pascal Perez, Michel Rieu, Anne Bourgeois,
Marc Serignan, Bernard Wallon.

Directrice :

Françoise Seligmann

Rédacteur en chef :

Jean-Pierre Dubois

Responsable diffusion et administration :

Denise Jumontier

Pierre ZÉMOR

Actualité et urgence du débat public

LE débat public est plus que jamais invoqué. On l'annonce. On le revendique. Parfois on le pratique, mais plus souvent on se satisfait d'en parler dans les médias. Il est à la fois souhaité et banalisé. L'expression "débat public" se galvaude au point qu'il suffit qu'une question soit objet de discussion dans l'opinion ou qu'un désaccord apparaisse sur la place publique pour dire qu'il y a eu débat. Au Parlement, lieu légitime du débat démocratique, les séances publiques donnent la représentation nationale en spectacle, plutôt que l'image de confrontations organisées, approfondies, allant au devant des préoccupations récurrentes ou juste émergentes de la société.

Pourtant, le débat, comme l'information et, plus généralement, la communication sont les ingrédients essentiels d'une démocratie vivante.

LE MODE LE PLUS ACCOMPLI DE COMMUNICATION

LA communication publique¹ offre diverses modalités d'échange et de partage de l'information. On ne saurait, par un jugement expéditif, souvent exprimé dans les salles de rédaction, la laisser enfermer dans la caricature d'une information promotionnelle, voire manipulatrice. Si, à la bourse des valeurs de la communication, la côte du débat public est aujourd'hui en forte hausse, c'est que celui-ci correspond au mode le plus accompli de communication, parmi les sept registres que l'on peut, par un rapide inventaire, utilement distinguer dans la pratique de la communication publique.

- La communication de l'information due au citoyen en tant qu'il est sensé connaître la loi. Elle a trait à la publici-

té, dont la réalisation peut d'ailleurs constituer une condition de légalité (l'affichage d'un permis de construire, par exemple).

- La communication des informations, nécessaires ou utiles au citoyen, comme à la collectivité ou à la vie de la cité. Celles-ci, sans être juridiquement requises, sont mises à disposition du public, 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").

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

• La communication de promotion destinée à faire connaître les services publics offerts par des missions d'intérêt général ou la mise en œuvre de politiques publiques, ainsi qu'à soutenir des causes humanitaires ou d'utilité publique. Dans ses modalités, cette communication, sous réserve de certaines précautions de moyens et de styles, s'apparente à celles des entreprises placées sur des marchés concurrentiels.

• La communication de valorisation des institutions publiques, à la fois institutionnelle et civique. On en sous-estime et néglige le 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 pré-établies ou empiriquement élaborées. Cette communication permet, à divers niveaux de compétences :

- par le dialogue, d'adapter une disposition ou d'y déroger,

- par la négociation, de rechercher un compromis sur une décision prise ou à venir,

- par la consultation, de recueillir des avis de personnes intéressées,

- par la concertation, d'accepter les influences qui peuvent modifier un projet de décision ou de réforme, voire d'en dénier l'opportunité.

On le voit, si on définit² la communication publique 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 une forme essentielle.

COMMUNIQUER POUR MIEUX INFORMER

CAR 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 permettent un échange véritable de l'information. Les journalistes qui pratiquent l'interactivité, par exemple sur les ondes de France Inter au cours de "Radio com" ou en donnant la parole aux auditeurs sur RTL, savent que la communication établie avec l'interlocuteur leur permet de délivrer une information plus précise, plus complète, qui adapte les codes sémantiques, bref meilleure.

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

On l'a bien vu, le 10 juillet 2004, 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 d'une vraisemblance en vérité.

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 régalién et jacobin. Avec un caractère sacré, qu'à 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 primordiale, 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, se refuser à la discussion, c'est sous-entendre l'existence d'une vérité immanente, que l'on entend imposer.

L'information, telle que nous concevons dans nos habitudes politico-administratives, ne se conforme-t-elle pas inconsciemment à un schéma idéalisé de la vérité et à la fois hiérarchique ? 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, non plus de l'écoute silencieuse du psychanalyste.

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 admini-

nistratives (horaires, polyvalence de l'accueil), des adaptations souhaitées, des incitations aux initiatives individuelles (soutien aux associations, économie solidaire, création d'entreprises), des mesures de prévention (protection de l'environnement, des ressources en eau, des incendies) 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.

LA FORMATION DU DÉBAT PUBLIC

MÉRITENT d'être généralisées les expériences de concertation préalable à l'élaboration d'un projet d'équipement (port du Havre, port de Nice, site de traitement de déchets radioactifs, nouvel aéroport pour le grand bassin parisien, à Notre-Dame des Landes, bientôt à Toulouse ou Bordeaux) ou d'aménagement d'une infrastructure (TGV, voie ferrée CDG-Express, ligne électrique THT, autoroute, contournements lyonnais ou bordelais,...).

Les débats publics bénéficient d'incitations législatives et réglementaires. Après quelques 150 ans de formes diverses d'enquêtes publiques, après leur généralisation et leur démocratisation par la loi, dite Bouchardeau, du 12 juillet 1983, des dispositions ont permis de répondre à la demande des citoyens d'être consultés plus en amont dans les processus de décision.

L'appréciation partagée de l'utilité publique devait ensuite s'élargir vers des compromis d'intérêts généraux conflictuels, mis en évidence par la protection de la santé ou de l'environnement. Comment, au-delà du rejet individualiste (syndrome "Nimby", pas dans mon jardin), prendre en compte la solidarité dans les avantages et les inconvénients du développement durable.

Après les réflexions des missions menées par le conseiller d'Etat Max Quérien (TGV Méditerranée) ou par le préfet Gilbert Carrère (Transports 2002), et après la "circulaire Bianco",

qui provoque, autour des préfets, des débats sur les opérations d'aménagement, la loi Barnier instaure en 1995 la CNDP, Commission Nationale du Débat Public, et formalise le débat public dans le domaine des occupations du territoire ayant des impacts sociaux ou environnementaux.

La loi du 27 février 2002, relative à la démocratie de proximité, fait de la CNDP une autorité indépendante, beaucoup plus fréquemment saisie. Les expériences de concertation se multiplient sur les grands projets, voire sur des dossiers d'intention, tel celui d'un nouvel aéroport pour la desserte aérienne du grand bassin parisien⁴.

L'apprentissage du débat public vaut pour tous les intervenants : décideurs politico-administratifs, techniciens et experts, usagers et associations de défense, grand public aussi. Le cheminement est difficile, mais il répond à un besoin d'appropriation collective des projets. On compense ainsi les pratiques unilatérales antérieures. Peu à peu, les élus constatent une certaine maturation de processus de décision habituellement très longs.

Comment débattre aussi, dialoguer avec l'opinion, sur des questions de société : santé, bioéthique, agroalimentaire, OGM, ressources naturelles, énergie et place du nucléaire, retraites, école, équilibre de la sécurité sociale, économie de la culture ?

Ainsi, le "grand débat sur l'avenir de l'école", animé par Claude Thélot, a-t-il permis une très large expression, au-delà des experts et des enseignants, sur les missions et le fonctionnement de l'école, la réussite des élèves, la place des parents, sans toutefois soumettre à la concertation des orientations précises préfigurées ou un projet de réforme annoncé, mais en se réservant d'en dégager, plus qu'un avis sur le fond, des propositions au gouvernement.

GRANDE DIVERSITÉ ET PRINCIPES DES DÉBATS PUBLICS

EN fait, sous l'appellation débat public, il existe une grande diversité de concertation. Leur finalité commune est d'informer et de faire participer les citoyens intéressés à l'élaboration d'une décision. Celle-ci peut

être ponctuelle et locale (horaire de la piscine, implantation d'un centre d'insertion sociale) ou correspondre à un projet (d'infrastructure ou d'un site de traitement de déchets) ou recouvrir une politique (multimodale de transports, orientation d'un budget municipal) ou encore préparer une réforme importante (d'un service public, des retraites).

La concertation provoque une maturation de la décision à plusieurs stades : politique de gestion ou d'aménagement (débat de principe ou d'intention), projet de service ou d'équipements (débat de projet), mise en œuvre d'une solution (consultation ou enquête publique).

La concertation est soit occasionnelle (ad hoc, liée à une décision ou un projet) soit permanente (institutionnalisée, quels que soient les sujets, dans un comté de quartier par exemple). Si les modalités d'organisation et de fonctionnement sont différentes et appellent une fixation claire des objectifs, en revanche, dans les deux cas de figure, des principes s'imposent⁵.

- L'élucidation des objectifs. Qui décide ? Quels sont les acteurs concernés ? Par quels enjeux ? Quel est le public intéressé ou indifférent mais qu'il serait utile d'impliquer ?

- Le choix d'un facilitateur indépendant. Il appartient alors au garant du débat public d'en fixer les phases, le déroulement général et les principales modalités qui pourront progressivement s'ajuster.

- Le partage de l'information. L'accès aux données et au savoir qui nourrissent la décision est un préalable indispensable. La qualité du débat est liée à la bonne communication du dossier.

- Des méthodes et techniques ensuite qui répondent à une éthique de la discussion. Quelles que soient les modalités de communication, une démarche de concertation repose sur l'esprit de dialogue et l'authenticité du débat contradictoire. Les arguments de chacun doivent être exposés, enregistrés, pris en considération par les autres et reformulés, exprimés rationnellement. L'écoute doit être équitable des divers points de vue. La controverse doit aussi accueillir les expressions irrationnelles d'émotion et de passion. Celles-ci méritent d'être accompagnées vers la rationalité du compromis par la recherche d'un langage commun. Pédagogie et

interactivité sont des ressorts de cet exercice de maïeutique collective.

PLUS DE DÉMOCRATIE PARTICIPATIVE

GOUVERNER c'est exercer le pouvoir politique... communication comprise. Comment diriger, administrer, conduire la collectivité, inciter à des actions, modifier des comportements et accompagner les évolutions de la société sans écouter et sans faire savoir. Gouverner c'est prévoir, choisir et, de plus en plus, prévenir, c'est-à-dire anticiper et informer. C'est aussi faire participer, dans un contexte où paraît revendiqué avec une force nouvelle le droit des peuples, mieux informés et avertis, à se gouverner eux-mêmes, tout au moins à se sentir associés aux décisions qui façonnent leurs vies quotidiennes, l'avenir de leurs situations et celui de leurs enfants.

La communication gouvernementale se heurte à l'obstacle des engagements programmatiques des partis politiques et des candidats. Comment séduire les électeurs par des promesses difficilement réalisables puis, une fois au pouvoir, prendre des distances avec celles-ci sans encourir l'accusation de trahison ?

Le récent hommage rendu à Pierre Mendès France, pour le cinquantenaire de son investiture, a été l'occasion de rappeler les conditions de réussite de sa brève communication gouvernementale, claire dans ses engagements et respectueuse de chacun. Pour PMF le devoir de vérité du responsable politique est une condition de la démocratie. Il ne croit pas à la vérité d'un savoir transcendant que l'Etat imposerait à tous.

Avocat, il sait que la vérité, que recherche la justice, se construit dans des débats contradictoires arbitrés par les lois de l'intérêt général. "*La conséquence de la politique continuelle de dissimulation est tragique*" dit-il analysant la crise de la démocratie, et craignant qu'un mur d'incompréhension et de méfiance s'élève entre les citoyens et les pouvoirs publics. Plus tard, Michel Rocard reprendra ce registre du parler vrai en invitant la classe politique à "*dire la complexité des choses et faire appel à la lucidité des gens*".

Devant les désordres de nos sociétés, révélés avec une instantanéité planétaire qui changent les formes de protestation ou de contestation, l'universalisation des droits paraît s'effacer derrière la globalisation des peurs. Les modèles sociaux et politiques sont ébranlés. Des formes de gouvernance mieux adaptées n'émergent pas et le compromis social pour vivre ensemble s'opère dans la violence.

Les pouvoirs de la démocratie représentative peinent à réguler, à protéger, à inciter le développement ou conduire le changement, à anticiper et prévenir.

Pourquoi alors participer à la désignation de représentant impuissants, au-delà des effets d'annonce, à dénouer la complexité des problèmes, l'enchevêtrement des responsabilités et à en rendre compte ? Les citoyens n'acceptent plus une participation qui les convoque à dates électorales, mais les oublie en permanence lorsque s'élaborent les décisions, les projets, les réformes qui doivent changer leurs conditions de vie, leur environnement quotidien ou l'avenir de leurs enfants.

Etre tenus à l'écart des doutes des certitudes des choix publics nourrit leur soupçon à l'égard du politique. La participation électorale n'est qu'une mesure occasionnelle de la participation des gens à la vie de la démocratie. Sa baisse est le reflet d'une relégation croissante.

On ne peut traiter le citoyen comme un consommateur d'offres de politiques publiques, bien éloignées d'être de simples produits finis. Il ne veut pas être un spectateur passif de débats politiques caricaturaux, ni un touriste à attirer vers les urnes. Il ne se satisfait pas des messages publicitaires ou des sondages que lui proposeraient les dérives d'une démocratie d'opinion ou les illusions d'une démocratie directe dépourvue de l'information et de la concertation suffisantes.

Même s'il n'est pas prêt à beaucoup s'impliquer, il demande aux élus et gouvernants de le prendre en considération, de l'informer à bon escient, de l'écouter dire sa part de vérité, de dialoguer et parfois par la concertation d'influer sur les décisions, dont un bon nombre d'ailleurs gagnerait en qualité à être coproduites. Dans les pays d'Europe du nord où l'information et la

participation des citoyens sont mieux pratiquées, l'abstention électorale est moins forte.

Les communications publique et politique ne peuvent se réduire à de l'information promotionnelle délivrée dans le temps comprimé des médias. En plus de respecter le droit à l'information, ces communications ont le devoir de maintenir le lien social et, avec une certaine urgence, le défi de rétablir et d'entretenir le lien civique.

Aujourd'hui, même la loi paraît devenir un instrument de communication. De manière trop bavarde au goût du Conseil d'Etat, elle affiche des intentions, voire des réponses au questionnement de l'actualité. Elle tend à confondre exposé des motifs, impact attendu et dispositif. Le législateur, qui normalement se situe sur une échelle des temps orientée vers le long terme, se voit sollicité de vite adopter, avec le moins possible d'amendements, des textes dont la complexité apporte à l'opinion peu de signaux apaisants. La contestation ne s'y trompe pas qui s'adresse au gouvernement et néglige le Parlement, où pourtant sont représentés ses intérêts. La démocratie représentative, ainsi contrainte par le rythme de l'exécutif, se prive d'une communication autre qu'expéditive et sommaire avec les citoyens.

Cet enjeu vital pour la démocratie représentative, dépend de son aptitude à être plus participative. L'information, l'implication, la responsabilisation des citoyens requièrent une communication publique authentique et un meilleur débat public.

Pierre ZÉMOR

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

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

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

4. DUCSAI, démarche d'utilité concertée pour un site aéroportuaire international, mission confiée en 2001 par le gouvernement Jospin à Pierre Zémor, alors président de la CNDP.

5. Voir "règle d'or" n° 79 de la Lettre de Communication publique.

Jean-Marie CHARPENTIER

Communication et entreprise : questions de société

DES craquements se font entendre dans les rapports entre communication et entreprise. L'habitude qui consiste à toujours mettre l'entreprise en images ou en récits positifs et enchantés, au demeurant non dénués de violence symbolique tant ils sont loin du quotidien des acteurs et des situations, reste une constante à l'externe comme à l'interne. La profusion d'outils et de techniques cache souvent mal une certaine misère du contenu. Quant aux mises en scène, elles peinent à séduire et plus encore à convaincre. D'où un certain malaise, une communication qui connaît des ratés, quand elle ne tourne pas à vide.

Que se passe-t-il ? Il se pourrait bien que la construction des dispositifs et des messages fasse l'impasse sur quelques facteurs majeurs de la transformation de l'entreprise et de son environnement. Elle est de moins en moins cet univers "communautaire" longtemps mis en images et en mots. Effet boomerang de la mondialisation, l'entrepr-

se est plus "ouverte", plus en prise, voire sous l'emprise de la société. Sa régulation sociale, autrement dit la production des règles en son sein entre pouvoir et contre-pouvoir procède de nouveaux équilibres entre contrôle et autonomie, négociation, conflits et communication.

Dans une entreprise plus complexe et réticulaire, limiter la communication à un exercice publicitaire ou n'en faire qu'un appendice managérial est décidément trop court et surtout de moins en moins opérant. Le malaise tient pour l'essentiel à une conception stratégique et unidimensionnelle de la communication, une conception éloignée des mutations qui l'affectent ou la traversent. Questions : l'entreprise est-elle aujourd'hui en mesure d'assumer qu'elle est aussi un lieu et un carrefour de débats ? Sa communication s'y prête-t-elle ? En l'état sûrement pas, même si, ici ou là, des pratiques fragiles, souvent réversibles, traduisent une prise de conscience.

NOUVELLE DONNE SOCIÉTALE ET SOCIALE

FACE à la pression d'enjeux qui modifient son rapport à la société, l'entreprise doit s'ouvrir, rendre des comptes, justifier les impacts de ses actions. Difficile de se soustraire à un dialogue souvent serré avec des acteurs externes (ex : élus, associations, ONG...) plus nombreux, plus exigeants, porteurs de demandes citoyennes, mais aussi avec des salariés plus critiques, moins "adhérents", parfois désinvestis. Au centre d'une série de défis (technologies, environnement, risques, développement, santé, alimentation...), elle doit répondre à la demande de "responsabilité sociale" qui, même instrumentalisée, traduit ce nouveau lien avec la société. L'essor des agences de notation sociale ou l'engagement social de grandes entreprises dans le cadre du "Global Compact" des Nations Unies sont parmi d'autres des signes de cette "ouverture".

La pluralité des “parties prenantes”, leurs échanges, les confrontations, les conflits sont de nature à modifier la donne de la communication de l’entreprise. Au risque d’être décalés, voire déplacés, les récits de l’entreprise ne pourront longtemps éviter cette réalité. Le type de communication qu’induit ce rapport à la société civile est plus orienté vers des pratiques dialogiques que vers une succession de monologues trop lisses. L’entreprise n’est pas indemne de ce qui se passe dans la société civile, sa communication non plus. L’éclosion de débats citoyens, de forums, de dialogues dans l’espace public est une réalité que l’entreprise ne peut éluder, d’autant qu’elle est souvent concernée.

Côté relation salariale, l’entreprise reste marquée par l’asymétrie et la subordination. Mais, les systèmes sociaux sont eux aussi plus complexes, en butte à la différenciation des identités professionnelles, à des rapports de pouvoir ou d’autorité moins simples, à des espaces nouveaux d’autonomie. Pour les salariés, les contraintes (poids des marchés, remise en cause d’acquis...) ne diminuent pas, au contraire. Les inégalités progressent entre ceux qui disposent de “ressources” ou de “compétences” et ceux qui en manquent pour satisfaire l’impérieux besoin de résultat. Mais la contrainte et la subordination, aussi fortes soient-elles, sont moins réductibles aux ordres hiérarchiques. Les rapports dans l’entreprise sont aussi soumis à des processus de légitimation et de justification pour rendre acceptables le travail et le contexte dans lequel il se déploie.

Une communication réduite à la seule “voix de son maître” devient une musique de fond que l’on n’écoute pas vraiment. Son effet sur la régulation sociale est quasi inexistant. Dès lors, les modes de communication ne peuvent que se diversifier, à la fois parce que le travail aujourd’hui contient en lui-même de plus en plus de communication (“On ne peut guère travailler sans communiquer”¹) et parce que la régulation sociale suppose des formes d’“accords” précédés d’échanges au plus près des situations et des métiers.

La séparation entre communication externe et communication interne tend en tout cas à disparaître. L’une et l’autre s’interpénètrent avant tout parce que l’externe pèse de plus en plus sur l’interne. Et cette nouvelle donne met

en question la répétition des stratégies et des messages trop formatés.

L’ENTREPRISE ET L’“ESPACE PUBLIC”

C’EST entendu, l’entreprise constitue un espace socio-économique qui a ses lois, ses contingences, ses contraintes. En tant que telles, elles n’ont que peu à voir avec la démocratie. Lieu de production, lieu de décision, lieu de subordination... Beaucoup a été dit sur ce qui fait la spécificité de l’univers de l’entreprise, de l’actionnaire au dirigeant, du manager au salarié. La légitimité entrepreneuriale fondée sur la propriété, fût-elle publique, n’est pas du même ordre que ce qui fonde la légitimité politique. Mais une fois rappelés ces fondamentaux, nous savons, et de plus en plus, que l’entreprise vit et prospère en société. Elle est “travaillée” par les questions de société.

Le débat sur le rapport entre entreprise et “espace public” en est d’autant plus complexe. On connaît la position du philosophe allemand Jürgen Habermas² pour lequel l’espace public est un espace de libre expression, d’échange, de communication et un lieu de médiation entre la société civile et l’Etat. La “communication” dans l’espace public impose, selon lui, de distinguer l’ordre stratégique et l’ordre communicationnel. La discussion dans l’espace public suppose une égalité des parties, une reconnaissance réciproque, la recherche d’une entente. Pour Habermas, l’entreprise se situe du côté du “stratégique” et de l’“intérêt” et ne participe donc pas de l’espace public.

Mais les croisements manifestes entre les questions de société et les questions de l’entreprise conduisent à s’interroger sur les frontières et les acteurs de l’espace public. Nous voyons bel et bien se développer un “nouvel espace public”³ avec le déploiement de la communication politique, de la communication publique, de la communication des organisations, de la communication des sciences... Ce nouvel espace public, sans doute moins chimiquement pur, met au jour des interactions partielles, une diversité des formes de communication, des espaces morcelés, une certaine inégalité des protagonistes, un rapport public/privé différent. La multiplication des agents sociaux produit un espace public multiforme et éclaté.

A notre sens, l’entreprise et le travail participent de ce nouvel espace public. La communication de l’entreprise ne relève plus seulement d’un espace “privé”, mais a de fait une certaine dimension “publique-politique” dans un espace élargi où de multiples acteurs interagissent. Faisceau de contingences, d’attaches sociales particulières, de rapports de force, de conflits de logiques et d’intérêts, l’entreprise a un caractère hybride dans la société contemporaine. Plus tout à fait “privée”, jamais complètement “publique”, elle est, pour reprendre la belle expression du sociologue Renaud Sainsaulieu “une affaire de société”. Et la communication en fin de compte est un des marqueurs du degré d’évolution de l’entreprise par rapport à la société.

En poussant plus avant la réflexion, on ne peut manquer de rencontrer la question de la démocratie. Vieille question qui court depuis le XIX^{ème} siècle, celle des liens entre démocratie et entreprise. En France, elle a entre autres pris la forme dans le passé d’une revendication de “démocratie industrielle”. L’entrée dans un nouvel âge des relations industrielles s’est accompagnée dans les entreprises de la mise en place d’institutions représentatives des salariés, de procédures de consultation et de négociation. Le choix a été fait du modèle représentatif, notamment via les organisations syndicales, non sans une certaine tension avec une aspiration récurrente à des formes de “participation directe”.

Or le modèle de démocratie sociale construit pour une bonne part après-guerre est en panne. Panne du côté de la représentation, panne du côté des acteurs collectifs chargés non seulement de représenter, mais de faire vivre le “jeu social”, panne dans la production et l’articulation des règles (loi, convention...). D’une certaine façon, la démocratie sociale souffre des mêmes difficultés que la démocratie représentative. L’aspiration à la participation directe est présente en entreprise comme dans la société. On n’a par exemple jamais autant parlé du besoin de “démocratie participative”.

Il y a manifestement aujourd’hui un enjeu de redynamisation de l’espace social de l’entreprise et cette redynamisation passe par une mixité nouvelle de la représentation et de la participation directe. Edgar Morin⁴ soulignait en 2002 que “la réimplication des salariés

passe par la reconstitution à la base de réseaux d'échanges, de débats, de confrontation, de contrôle, seule voie de réhabilitation de l'éthos démocratique." Et d'ajouter que "le vrai pari demeure de faire advenir un peu mieux la citoyenneté dans l'entreprise en France, en Europe et ailleurs".

VERS UNE COMMUNICATION INSTITUANTE

CES aspects sociaux ne sont nullement déconnectés des interrogations relatives à la communication. Ils appellent en fait une communication reliée au système social au moins autant qu'au discours stratégique. En réduisant la communication à la transmission, à l'imposition ou à la "référence" stratégique, à la mise en forme et en scène d'un seul discours, non seulement on la limite, on réduit son impact, mais on manque sa contribution effective à la transformation des organisations, on manque sa dimension proprement instituante. La réévaluation de la communication en entreprise viendra entre autres d'une plus grande latitude laissée au débat, à la confrontation d'opinions. Des pratiques dialogiques au sein même de l'entreprise permettent notamment aux salariés d'accéder par la confrontation des discours, des argumentations, des rationalités et des identités à la compréhension d'une réalité économique, sociale et culturelle plus complexe.

Une communication de débat en entreprise, parce qu'elle s'appuie sur l'expression, l'interaction avec d'autres acteurs, la diversité des représentations, l'apport de connaissances, une ouverture sur l'environnement nourrit les représentations, facilite les ré-élaborations, les co-constructions. La communication, contrairement à une conception qui fait d'elle un outil d'"adhésion" ou de "consensus" n'a pas vocation à faire disparaître les conflits. Elle permet une gestion des tensions et des rapports de force, au même titre que l'ensemble des relations sociales. Elle le fait à sa manière, avec ses modalités, ses techniques d'échange, avec une place particulière pour les discours, les représentations, la cognition. La communication en entreprise n'est au fond rien d'autre qu'un échange social. Le débat intervient dans le changement comme mode d'échange, de mobilisation, de recherche et de production sinon d'un

sens commun, du moins de sens partagés.

Bien entendu, ce type de communication suppose quelques pré-requis. L'espace du débat exige à la fois marges de manœuvre et ouverture du champ de la discussion, de l'élaboration, de la co-élaboration. En clair, tout ne doit pas être joué et ficelé d'avance, comme c'est le plus souvent le cas dans la communication stratégique. Le débat renvoie à l'acceptation du différend, à la reconnaissance du *polemos*. La "prise de parole" en entreprise est à relier au sens qu'en définitive on donne au conflit. L'entreprise "communautaire" cherche l'adhésion en lissant les divergences dans une conception à visée unificatrice ou fusionnelle. L'entreprise "institution" régule les contradictions et les conflits au plan macro-social des relations professionnelles et micro-social dans les relations et la communication de proximité.

Cette approche de la communication rejoint la question des opinions dans l'entreprise. Tant les orientations stratégiques, que les choix d'organisation, les rapports sociaux, la conflictualité se constituent en partie et de plus en plus en termes d'opinion. Il y a dans l'entreprise, mais aussi à l'externe "bataille de communication" avec comme enjeu l'opinion (l'opinion des salariés, l'opinion des clients, l'opinion de la société civile...). C'est ainsi que l'on voit combien l'externe joue un rôle clé dans les opinions que les salariés se font de leur entreprise, de sa réputation. En tout cas, la montée en puissance de l'opinion, sa construction même intervient grâce à des formes de communication où la contradiction a sa place, où les parties développent leur logique et leur argumentation, les confrontent. La communication d'entreprise devient ainsi un moyen d'appréhender et de gérer les contradictions et les conflits d'intérêt qui se manifestent dans la construction des opinions.

Voilà qui nous éloigne d'une communication balistique et unidirectionnelle. Nous voyons s'épuiser des pratiques communicationnelles marquées par le seul discours stratégique. Un des éléments décisifs aujourd'hui pour les entreprises et plus largement les institutions concerne le changement, son acceptabilité et peut-être surtout sa "compréhension". Or, celle-ci ne viendra pas d'outils ou de mises en scènes aussi réussies soient-elles, mais du rap-

port que les salariés, les citoyens ont avec lui. Il ne suffit pas qu'il leur soit "raconté". L'essentiel est ce rapport, y compris conflictuel, que les acteurs ont avec les transformations. Encore faut-il qu'ils puissent l'exprimer, donner leur avis, échanger à ce sujet.

Dominique Wolton rappelle depuis longtemps déjà l'étroite relation entre communication et démocratie. La communication renvoie toujours, selon lui, "à la liberté et à la reconnaissance de l'autre". C'est pourquoi elle est inséparable de la démocratie : "Avec la communication, ses promesses, ses prouesses techniques, et ses limites, ce sont les grandeurs et les difficultés de toute expérience humaine et sociale que l'on retrouve. Mais aussi toutes les apories du projet et de la culture démocratique. La question de l'altérité, qui est l'horizon de toute problématique de la communication, est aussi le défi de toute société démocratique"⁵.

On pourra s'interroger sur les pratiques d'entreprises s'inscrivant dans cette approche plus étendue de la communication. Il n'y a en ce domaine aucun modèle pré-établi. Seulement des questionnements et des pratiques que l'on voit poindre et se développer. Pratiques de débat entre salariés par exemple à la SNCF autour du projet industriel de l'entreprise. Débats réunissant pendant une année dans les principales villes de France clients, élus locaux, agents au sujet de l'évolution d'EDF. Dialogue "multi-acteurs" d'un grand cimentier avec des ONG du tiers monde. Communication sur le développement durable associant diverses "parties prenantes" d'un grand groupe énergétique... Des exemples parmi quelques autres qui disent la trajectoire de transformation de la communication d'entreprise d'une figure imposée et univoque à une figure plus libre et interactive.

Jean-Marie CHARPENTIER

1 Michèle Lacoste in *Langage et travail - Communication, cognition, action*, ouvrage collectif, CNRS Editions, 2001

2 Jürgen Habermas, *Théorie de l'agir communicationnel*, Fayard, 1987

3 On se réfère là aux réflexions de Bernard Miège sur les rapports entre communication et société, communication et social.

4 Postface du livre de Jacques Le Goff, *Droit du travail et société*, Presses universitaires de Rennes, 2002

5 *Hermès*, n° 38, 2004

André SANTINI

Les enjeux de l'ère numérique

LES conséquences du rapide développement des technologies de l'information et de la communication, qui a marqué ces dernières années, ne sont probablement pas encore complètement perçues. Nous vivons une phase de transition, marquée par la modernisation des outils de communication, sans pouvoir en mesurer les impacts sur le citoyen. Or, le citoyen du XXI^{ème} siècle pourrait rapidement changer sa manière d'agir.

Même s'il n'est que le prolongement naturel des moyens de communication traditionnels, Internet, en introduisant l'interactivité, constitue le moyen, encore imparfait, de répondre à un besoin latent des citoyens envers le système démocratique. La meilleure illustration de cette évolution se trouve en Corée du Sud, un pays en mutation économique, sociale et politique. Après des années de dictature militaire, suivies par un processus de démocratisation entaché par la corruption d'une classe poli-

tique vieillissante, le pays du "matin calme" vit, depuis deux ans, une révolution tranquille, menée par les jeunes générations et par les femmes, revendiquant toute leur place dans une société moderne.

La conjonction de ce sentiment populaire, du changement démographique (les deux tiers de la population ont moins de 40 ans) et de l'explosion des technologies de l'information et de la communication (70% de la population est connectée à l'Internet à hauts débits) a abouti, en décembre 2002, à l'élection d'un Président de la République soutenu par aucun parti de la scène politique traditionnelle. Saisissant le prétexte d'une violation mineure de la loi électorale, l'hostilité du Parlement envers le président Roh Moo-hyun s'est exprimée, en mars 2004, par l'adoption d'une procédure de destitution. Aussitôt, 200.000 Coréens sont descendus dans les rues pour "défendre la démocratie", mobilisés en quelques heures par Internet et SMS. Les

réseaux ont également joué un rôle décisif dans la victoire écrasante du Parti du Président aux élections générales du 15 avril. Le Grand Parti National, parti conservateur qui dominait la scène politique, se retrouvait avec 121 sièges contre 152 (soit 51% des sièges) pour le parti présidentiel. 70% des députés élus sont des nouveaux venus sur la scène politique et 83% ont entre 30 et 50 ans.

La Corée du Sud se retrouve aujourd'hui à l'avant-garde des nouveaux modes d'expression. Dans la campagne électorale, ce sont largement les journaux en ligne qui ont fait l'opinion. Démarqués de la presse écrite, on les appelle même les "news guérillas". Le plus célèbre journal en ligne, "Ohmynews" dénonce "la presse traditionnelle, qui arrondit les angles" et revendique le droit de diffusion de "l'information brute". Créé il y a trois ans par un petit groupe de 4 jeunes, le site d'"Ohmynews" compte aujourd'hui 53 personnes, dont 35 journalistes et

un nombre de "citoyens reporters" qui dépasse les 26.000. Fer de lance du concept du "journalisme citoyen", le site mixte informations brutes et commentaires. Chaque jour, ce sont plus de 200 articles qui sont proposés par ces "citoyens reporters" qui, pour reprendre la formule de Dan Gillmor, éditorialiste au San José Mercury New Tech, "transforment le modèle du journalisme du XX^{ème} siècle en quelque chose de plus vaste, plus interactif et plus démocratique".

Ce qui vient de se passer en Corée du Sud peut-il se reproduire ailleurs, et notamment dans nos vieilles démocraties ? Rien n'est moins sûr tant la conjonction des différents éléments de la situation coréenne semble parfaite.

Il se passe pourtant quelque chose aux Etats-Unis. Quelque chose d'indéfinissable, d'à peine perceptible et qui pourrait bien démontrer que de simples citoyens reprennent l'espoir de pouvoir peser sur le système démocratique.

Dans un pays depuis longtemps gagné par le scepticisme démocratique, où seule la moitié de l'électorat se donne la peine d'aller voter pour son président, la campagne électorale de 2004 semble marquée par une recrudescence de l'intérêt des citoyens pour cette élection. Un intérêt exprimé, à la manière américaine, par un acte clair : faire un don financier à la campagne de son candidat préféré. Selon le Washington Post, George Bush avait collecté, à la fin du mois d'août, 242 millions de dollars, et John Kerry, 233,5 millions de dollars. Tous deux avaient ainsi battu le record établi aux élections de novembre 2000, qui atteignait 94 millions de dollars. Cela en fait la campagne électorale la plus chère de l'histoire des Etats-Unis (et probablement du monde), mais ce phénomène est surtout intéressant car, pour la première fois, républicains et démocrates se retrouvent quasiment avec le même budget de campagne.

Pour y parvenir, John Kerry a surfé sur une autre vague, aussi inédite, portée par la campagne de son rival démocrate Howard Dean, pendant les primaires. Ce candidat, gouverneur d'un petit Etat, le Vermont, est parvenu à passer du stade d'inconnu, à peine cité par les médias traditionnels, de l'audiovisuel comme de la presse écrite, à celui de favori, uniquement grâce à sa stratégie Internet. En moins de dix-huit mois,

la campagne d'Howard Dean est passée d'une équipe de 7 personnes, dotée d'un budget de campagne de 100.000 dollars et de 432 supporters recensés, à 650.000 citoyens engagés et plus de 50 millions de dollars collectés via le web.

Internet a constitué l'outil idéal pour mobiliser tous les citoyens anonymes qui voulaient exprimer autre chose que l'image véhiculée par leur pays depuis deux ans. L'Internet a été un catalyseur pour ceux qui pouvaient, enfin, exprimer leur opposition à la guerre en Irak et dénoncer la stratégie de la terreur organisée par certains médias audiovisuels, notamment de la part des plus jeunes. Ce n'est pas l'Internet qui, seul, a joué un rôle décisif, mais il a permis la mobilisation de ceux qui ne parvenaient pas à se faire entendre par les canaux traditionnels des mass média. La défaite d'Howard Dean à l'investiture démocrate montre cependant les limites de l'exercice. Le web n'aura pas, dans cette campagne du moins, l'impact qu'eurent, en leur temps, la radio dans la victoire de Roosevelt, et la télévision dans celle de Kennedy.

La campagne d'Howard Dean a tout de même changé fondamentalement la manière de faire campagne. En collectant autant de dons financiers, d'un montant moyen inférieur à 100 dollars, il a démontré la formidable capacité des réseaux à mobiliser massivement la base. Il a aussi renforcé le sentiment que les technologies de l'information et de la communication pouvaient revitaliser la démocratie et portaient les germes d'une révolution en marche. Son responsable de campagne, Joe Trippi, qui a fait la couverture du magazine "New Republic" comme l'homme qui a "réinventé la campagne électorale", vient d'ailleurs de publier un ouvrage au titre évocateur : "la Révolution ne sera pas télévisée".

Nous touchons là le cœur de notre réflexion. La communication consiste à mettre en relation un émetteur et un récepteur au moyen d'un médium. Emetteur et récepteur doivent s'adapter au médium pour se comprendre. Or, les utilisateurs d'Internet sont en train de modifier leurs comportements et ne se contentent plus du rôle de "récepteur". Ils veulent pouvoir s'exprimer eux-mêmes, diffuser les informations qui leur semblent les plus pertinentes, voire peser directement sur la vie politique.

C'est ainsi qu'un employé d'une boutique de cadeaux des studios de CBS, Matt Drudge, a pour passe-temps favori la publication, sur son site personnel, des bruits de couloir dont il est le témoin. Son objectif déclaré est de donner "au peuple américain l'information qu'il pense être correcte ou importante et de révolutionner l'industrie des médias en lui donnant un coup de jeune". Une ambition qui serait taxée d'idéaliste s'il n'avait été à l'origine de l'affaire Monica Lewinsky, en révélant l'information sur son site.

Plus récemment encore, c'est un ancien député de l'Etat de Californie, Howard Kaloogian, qui est à l'origine de l'élection d'Arnold Schwarzenegger comme gouverneur du plus grand Etat américain. En lançant, sur le Net, une campagne de pétition en faveur du rappel du gouverneur Gray Davis devant les électeurs, il a contribué à la chute du gouverneur démocrate, une Première dans l'histoire de cet Etat, et à l'élection du candidat républicain. Sans le web, il est peu probable qu'il serait parvenu à recueillir les millions de signatures nécessaires pour provoquer cette élection anticipée. Il est également parvenu, en utilisant le même procédé, à faire annuler la diffusion d'un téléfilm sur la vie de Ronald Reagan sur les réseaux de CBS, en dénonçant "une campagne de dénigrement" contre l'ancien président et en appelant les citoyens à inonder les bureaux de CBS, et de ses sponsors, de plaintes.

Cette capacité à mobiliser massivement, hors des circuits traditionnels de la politique ou des mass médias, est susceptible de bouleverser totalement les processus démocratiques que nous connaissons. Car peu de responsables politiques ont pris aujourd'hui la mesure du phénomène, tout simplement parce qu'ils ne vivent pas, au quotidien, sur les réseaux. Comment réagir alors qu'il est de plus en plus difficile de faire salle comble dans un meeting politique et qu'on apprend, dans le même temps, qu'une plate-forme technologique comme Meetups est aujourd'hui implantée dans 651 villes à travers 61 pays, que plus de 1,3 million de personnes y sont inscrites pour débattre de l'un des 4.000 sujets proposés, dont beaucoup concernent la vie politique ? Des sites comme Meetups ou MoveOn pourraient déstabiliser le système politique aussi profondément que Napster

ou Kazaa l'ont fait pour l'industrie du disque.

Les médias traditionnels observent cette situation en se contentant de hausser les épaules et ne mesurent pas davantage les risques. Ils devraient pourtant réagir face au développement des blogs, ces carnets en ligne que l'on commence à appeler des "micro médias". On dénombre aujourd'hui des millions de blogs à travers le monde. Certains ont réussi à sortir du lot et à gagner une popularité qui n'a rien à envier aux médias traditionnels. Les conventions démocrate et républicaine, aux Etats-Unis, ont, pour la première fois, accredité des "bloggers" aux côtés des journalistes. Ceux-ci traitent l'information négligée ou survolée par les médias traditionnels et se font une place de plus en plus envahissante dans le paysage médiatique.

On mesure mieux, à la lumière de ces expériences, l'impact de l'Internet sur nos moyens de communication. Le nombre de canaux de communication se multiplie, et nous pouvons imaginer, aux côtés des mass media traditionnels, des micro media qui s'adressent à une cible de plus en plus fine. Il s'agit d'une tendance profonde qui, si elle n'est pas suffisamment prise en compte par les responsables politiques et par les médias, peut laisser la place libre au développement des communautarismes. C'est pourquoi nous devons accompagner cette évolution, plutôt que de la rejeter d'un simple revers de la main.

D'autant que cette tendance est accentuée par les messages transmis par téléphone mobile. Les échanges de SMS deviennent le mode de communication privilégié par les plus jeunes. Outre un langage codé difficilement compréhensible pour un néophyte, ces messages échappent, plus encore que l'e-mail, à tout contrôle.

L'Espagne en a mesuré les effets lorsque, dans la nuit du 13 au 14 mars, deux jours après les attentats de Madrid, des milliers de personnes ont manifesté, dans de nombreuses villes sous les fenêtres du Parti Populaire.

Personne ne "tirait les ficelles". Aucun sigle, aucun parti, aucune association n'apparaissait dans les appels. La surprise affecta les socialistes eux-mêmes qui agirent, selon les mots de leurs porte-parole, conformément à leur

"sens de l'État", en appelant les manifestants à la sérénité et à rentrer chez eux pour cette "journée de réflexion" précédant les élections, où les manifestations sont interdites. Mais les milliers de personnes rassemblées devant les sièges du PP chantaient en souriant : "En train de réfléchir, nous sommes en train de réfléchir...". Parmi eux, nombreux étaient ceux qui, équipés de leur walkman, actualisaient et communiquaient les informations disponibles en temps réel à tous les manifestants.

Cette "nuit du SMS" a probablement contribué à la chute du parti gouvernemental aux élections générales qui ont suivi.

Les réseaux de communication ont toujours constitué, pour les Etats, une priorité. Il s'agissait d'une nécessité politique : il fallait savoir avant les autres. D'où la création des premiers réseaux de courriers dans l'Antiquité, devenus rapidement de véritables services postaux au service des empires. Services qui s'effondraient en même temps que ces empires, et se rebâtissaient aussitôt que se reconstruisaient les pouvoirs. Depuis Sun Tsu, l'information, bien plus que l'argent, constitue le nerf de la guerre

A la fin du XX^{ème} siècle, l'explosion des réseaux de communication audiovisuels et satellitaires avait déjà pour corollaire une diffusion de l'information quasi instantanée, les dirigeants étant, au mieux, informés quelques minutes avant le grand public. Savoir avant les autres pour agir et prendre les décisions qui s'imposent est toujours une nécessité politique. Avec les nouvelles technologies, il sera pourtant de plus en plus difficile de savoir avant les autres.

Cela aura pour conséquence de pousser les dirigeants à réagir et à se retrouver sous la pression de l'évènement de plus en plus fréquemment. C'est ce qui s'est produit, aux Etats-Unis, avec les images des sévices infligés aux prisonniers irakiens par des soldats américains. L'utilisation massive des appareils photos numériques et de l'e-mail, par les soldats eux-mêmes, a contrecarré la stratégie de communication des états-majors. Pour la première fois dans un conflit, des photos prises par de simples soldats ont provoqué un électrochoc dans l'opinion publique et anéanti le traditionnel contrôle de l'information des stratèges militaires.

Appareils photos numériques, téléphones mobiles dernier cri, ordinateurs portables et connexions Internet sans fil constituent, en effet, un arsenal redoutable contre le secret militaire.

De nombreux soldats communiquent quotidiennement avec leurs proches par courriers électroniques et tiennent des journaux intimes sur le web (blogs). Tant qu'ils ne divulguent pas leur position exacte en Irak ainsi que leurs ordres de mission, ils peuvent raconter la vie de tous les jours sur le terrain, offrant instantanément au monde entier les preuves en images. Copiées, échangées, diffusées entre soldats et civils sur le terrain, les images sont finalement arrivées entre les mains de journalistes.

"Tout d'un coup, les militaires doivent contrôler non seulement la presse mais aussi les combattants", constate Steven Barnett, qui enseigne la communication à la Westminster University de Londres. "Cela pourrait avoir un impact important sur l'organisation militaire à venir", ajoute-t-il, comparant les photos prises dans l'enceinte de la prison d'Abou Ghraïb à l'irruption dans les foyers américains des premières images de la guerre du Vietnam, par téléviseur interposé.

Tous ces éléments pourraient nous inciter à craindre que cette révolution technologique soit synonyme d'un chaos futur qui anéantirait les bases de nos démocraties. Je pense, au contraire, que si tous les responsables politiques prennent la mesure des enjeux, elle est porteuse d'espoirs dans une démocratie renouvelée.

En effet, l'Internet est le moyen le plus simple pour instaurer une relation directe entre élus et citoyens, pour un coût dérisoire. Via le réseau, l'information sur les affaires publiques devient d'un accès plus facile, les recommandations politiques sont plus rapidement formulées, les campagnes électorales plus faciles à mettre en œuvre, les programmes politiques plus aisément soumis à l'examen des électeurs.

Les Technologies de l'Information peuvent ainsi aider les citoyens à mieux connaître la politique et à mieux exercer leurs droits, leur permettant de prendre une part plus importante dans la décision et la direction de leurs affaires publiques. Il s'agit, pour moi, d'une opportunité unique de s'ancrer

davantage dans une citoyenneté active et de participer au renouvellement de la démocratie.

Tout en rejetant la notion de démocratie directe, qui n'a jamais été qu'une utopie, y compris dans la démocratie athénienne qui n'accordait la citoyenneté qu'à une minorité de la population, nous pouvons envisager une transformation progressive de la démocratie représentative en une démocratie participative, dans laquelle on verrait un investissement accru des citoyens. La demande de transparence et de participation d'une partie de la population trouvera là un moyen de s'accomplir.

Les citoyens ne sont pas demandeurs d'une démocratie directe généralisée, par manque de temps ou d'intérêt. Nous évoluons donc vers un système de délégation transparent et bien contrôlé. Les responsables politiques devront s'y adapter, en faisant preuve de capacité à concevoir sur chaque sujet des solutions alternatives, afin de présenter des choix et non des décisions toutes faites ; de capacité à expliquer clairement les enjeux, avantages et inconvénients des

diverses hypothèses ; et de capacité à créer des consensus.

En permettant l'accès à l'information comme jamais auparavant, l'Internet constitue un véritable progrès démocratique. Des parlements, des conseils municipaux, des conseils de quartiers proposent déjà en ligne les débats, délibérations, agendas et comptes-rendus nécessaires à l'expression démocratique.

La Finlande est, dans ce domaine, l'un des pays les plus avancés dans ce domaine. Une avance qui repose, selon les finlandais eux-mêmes, sur le fait que les citoyens ont été sensibilisés très tôt et que la volonté politique a été au rendez-vous immédiatement. Depuis plusieurs années, le Parlement Finlandais s'est doté d'un "Comité pour le futur" unique au monde. Son objectif est d'étudier les Nouvelles Technologies dans tous leurs aspects et à tous les niveaux. Aucun thème n'est exclu, dès lors qu'il est dans le domaine de la prospective. Son rôle est d'écrire des rapports adressés au gouvernement, d'initier les parlementaires aux défis posés

par la Société de l'Information, et de préparer des propositions de loi. Pour ces parlementaires finlandais, le "vieux système" repose sur le rôle passif du Parlement, plus souvent chambre d'enregistrement que force de propositions. Si les Parlements veulent davantage de pouvoirs, ils doivent discuter des dossiers en amont, et lancer les débats sur les sujets qui concernent l'avenir de leur pays.

Il faut en revenir à cet axiome de Marshall Mc Luhan, axiome souvent critiqué mais néanmoins pertinent en ce qui concerne l'Internet : "le médium est le message". Il faut opérer un changement radical afin de profiter de ce nouveau support et de ses qualités intrinsèques pour mettre en place une communication innovante, et non pas simplement reproduire en version multimédia ce que l'on a l'habitude de faire sur les supports classiques.

André SANTINI

Fédération Internationale des Droits de l'Homme

Si vous souhaitez être informé de la situation des droits de l'homme dans le monde lisez,

« la lettre de la F.I.D.H. » et ses « rapports de mission »

Abonnement annuel à « la Lettre » (24 numéros)

Simple : 45 € - Étranger : 53 €

Abonnement annuel à « la Lettre » (24 numéros) et aux « rapports de mission » (30 rapports)

Simple : 90 € - Étranger : 106 €

Abonnements par chèque bancaire ou postal à la Fédération Internationale des Droits de l'Homme

17, passage de la Main-d'Or, 75011 PARIS - Tél. 01 43 55 25 18

Hugues CAZENAVE

Les représentations associées à la i-démocratie

A l'occasion du Forum Mondial de la i-démocratie à Issy-les-Moulineaux, l'institut OpinionWay a réalisé une grande enquête sur les perspectives ouvertes par internet en matière de démocratie telles qu'elles sont perçues par les internautes français. Cette étude a été menée auprès d'un échantillon de 879 personnes, représentatif des internautes français. Elle a révélé des attitudes très favorables au développement de la i-démocratie. D'une manière générale, les personnes interrogées se montrent particulièrement enthousiastes sur les effets attendus des nouvelles technologies dans les domaines de la vie politique. Ils semblent également plutôt enclins à participer plus activement à la vie politique grâce à ces nouveaux moyens électroniques.

Ces représentations positives d'Internet tiennent tout d'abord au sentiment largement partagé selon lequel il s'agit d'un bon moyen de communication et d'information sur le politique. Internet est ainsi considéré par ses utilisateurs comme un outil bénéfique en termes :

- de possibilités d'expression
- d'information sur les programmes et les personnalités des candidats
- de sensibilisation des jeunes à la politique
- d'opportunités d'échange avec les élus

- d'amélioration du fonctionnement de la démocratie

- de lutte contre l'abstentionnisme.

Cette bonne perception d'internet comme outil de transparence politique apparaît clairement à travers les résultats d'une question posée aux internautes concernant le moyen d'information préféré sur le référendum européen. Pour s'informer au sujet du référendum sur le projet de constitution européenne, c'est internet qui arrive en tête, juste devant la presse écrite et la télévision, mais loin devant la radio. Ce sont principalement les 35-49 ans qui plébiscitent internet, alors que les plus de 50 ans privilégient la presse écrite et les plus jeunes la télévision.

Ces résultats prennent d'autant plus de relief que les enjeux associés à la constitution européenne semblent relativement complexes et que les détracteurs d'internet mettent souvent en exergue la fiabilité relative des contenus qu'il véhiculerait. A tort ou à raison, les internautes ne partagent pas ce point de vue et font plutôt confiance à internet pour s'informer sur des thématiques aussi complexes et sensibles que celle de la constitution européenne.

Il est d'ailleurs frappant de constater que ces attitudes favorables progressent au fil du temps : une enquête similaire menée il y a quatre ans faisait déjà apparaître des réflexes positifs sur la i-

démocratie, qui se trouvent aujourd'hui confirmés et amplifiés dans cette dernière enquête. Cette progression est d'autant plus remarquable qu'en quatre ans le nombre des internautes a bien entendu nettement augmenté, mais surtout la structure de cette population a fortement évolué et s'est rapprochée de celle de la population française dans son ensemble. En d'autres termes, il aurait été légitime de formuler l'hypothèse selon laquelle internet susciterait l'enthousiasme de ses premiers adeptes ("early adopters"), puis progressivement déclencherait moins d'adhésion au fur et à mesure que de nouveaux utilisateurs se développeraient.

En réalité, cette hypothèse se trouve invalidée par les résultats de l'enquête OpinionWay. Les utilisateurs d'internet au profil plus "grand public" d'aujourd'hui se montrent encore plus favorables à la i-démocratie que les pionniers au profil plus marqué d'il y a quatre ans. Les internautes contemporains se limitent de moins en moins aux activistes technophiles d'il y a quelques années, et cependant ils s'expriment de manière encore plus positive sur les avancées démocratiques d'internet.

Pour expliquer ces représentations positives associées à la i-démocratie, le modèle d'analyse de la vie politique fondé sur la théorie économique peut se révéler très fécond. La participation politique, qu'elle prenne la forme du

vote, de la prise de parole ou de la mobilisation, génère des coûts pour le citoyen : coûts en temps passé, en déplacement, en prise de risque social ou symbolique, etc. Celui-ci effectuerait donc selon cette théorie un calcul de ces coûts et évaluerait les bénéfices (satisfaction personnelle, prestige aux yeux de son entourage, etc.) qu'il pourrait retirer de sa participation. Si la participation citoyenne reste à un niveau faible, c'est parce que les coûts associés sont considérés comme excessifs, ou les bénéfices insuffisants, ou encore les deux à la fois. L'une des caractéristiques majeures d'internet est d'alléger sensiblement les coûts de la participation citoyenne : suppression des déplacements (dans la mobilisation en ligne, ou encore le vote par internet par exemple), allègement des coûts financiers (liés aux déplacements par exemple), atténuation des risques sociaux ou symboliques (par l'absence de contact physique avec les politiques par exemple), etc. Tout se passe donc comme si les internautes avaient bien pris conscience de la diminution potentielle des coûts de la participation sous l'effet de l'utilisation d'internet. C'est vraisemblablement la raison pour laquelle ils expriment des jugements positifs sur ces enjeux et se déclarent prêts à s'engager plus en politique dès lors qu'internet leur en offre la possibilité.

On assiste ainsi à un décalage important entre l'offre et la demande d'i-démocratie : la demande est forte, celle des citoyens internautes ; l'offre reste modeste, sous l'effet d'une certaine prudence de la part des politiques peut-être. De fait, une autre enquête d'OpinionWay, réalisée cette fois auprès d'élus, parlementaires et maires, avait révélé des attitudes beaucoup plus partagées sur la i-démocratie. Les élus se montrent plus réticents, plus prudents, plus sensibles en tout cas aux risques d'internet en termes de sécurité, et peut-être aux risques politiques induits par les nouvelles technologies. Invités à se prononcer sur l'avance ou le retard français en matière d'i-démocratie, les internautes se prononcent d'ailleurs très nettement en faveur du retard (86%). Force est de constater qu'en dehors de quelques territoires, comme Issy-les-Moulineaux ou Vandœuvre, les initiatives en matière d'i-démocratie restent limitées dans notre pays.

Cependant, l'image démocratique d'internet n'est pas exempte de points noirs, et les internautes restent plus réservés sur la capacité d'internet à :

- intéresser davantage les citoyens en général à la politique
- renforcer la transparence de la vie politique
- réconcilier les citoyens avec leurs élus

Même s'ils considèrent Internet comme un outil d'amélioration de la vie démocratique, les internautes ne voient pas dans le web la potion magique, susceptible de soigner tous les maux de la vie politique. Les relations plus ou moins conflictuelles qu'ils entretiennent avec le personnel politique ne s'amélioreront pas subitement avec l'irruption d'internet dans la démocratie. On peut même imaginer qu'ils perçoivent plus l'outil comme un moyen d'action, une arme qu'ils pourraient utiliser contre les politiques : pour mieux s'informer sur leurs bilans, leurs projets, leurs personnalités, afin de les mettre en défaut, pour protester, pour remettre en cause des décisions jugées non conformes à leurs attentes, etc.

Les internautes restent également conscients des risques liés à l'utilisation d'internet.

Une très large majorité d'entre eux considère que le vote par internet pourrait être :

- à l'origine de fraude électorale
- un moyen d'exclusion d'une partie des citoyens non internautes.

Ils sont moins nombreux à craindre que l'acte de voter ne se banalise à cause d'internet, argument pourtant fréquemment invoqué par les détracteurs du vote par internet.

Des risques sont aussi largement perçus dans l'utilisation même d'internet. Une très large majorité des personnes interrogées considère, en effet, qu'internet risque d'être utilisé comme :

- un instrument de propagande
- un moyen de ficher les opinions des citoyens
- un outil de manipulation par des mouvements politiques extrémistes.

Cette conscience des risques d'internet pour la démocratie s'effrite légèrement depuis 2000, à l'exception de celui de manipulation par des groupes extré-

mistes (sous l'effet des événements du 11 septembre 2001 très probablement).

Il est certes difficile d'extrapoler à partir des intentions exprimées par les internautes pour anticiper les pratiques d'"i-démocratie" les plus à même de se développer. De ce point de vue, les enquêtes d'opinion ne sauraient avoir de valeur prédictive fiable. Pour autant, ces intentions exprimées aujourd'hui peuvent être révélatrices des usages potentiels de l'outil. Le modèle de Mancur Olson développé dans son ouvrage "Exit, voice and loyalty" permet de mieux comprendre ces usages potentiels. Selon Mancur Olson, un citoyen dispose de trois moyens pour exprimer son mécontentement à l'égard d'une entreprise ou d'une institution : la sortie ou la fuite (exit), la prise de parole (voice) ou la fidélité (loyalty). Le choix entre ces trois options est opéré par le citoyen en se fondant sur un calcul coûts-bénéfices pour chaque option et sur la comparaison entre ces trois calculs. L'irruption d'internet dans le champ politique est susceptible de générer trois types d'effets : il allège considérablement les coûts associés à la prise de parole et incite nettement les internautes à choisir l'option "voice".

Il rend ainsi moins intéressante la stratégie de fuite (comme l'abstention par exemple) de même que la stratégie de fidélité.

Chacun de ces trois effets mériterait à lui seul de plus amples développements. Mais à ce stade, le modèle "Exit, voice and loyalty" est conforté par les intentions d'usages des internautes interrogés. Les pratiques qui recueillent le plus de suffrages sont la signature de pétition et son envoi à des amis et l'envoi d'un message de protestation à une personnalité politique, c'est-à-dire des pratiques de type "voice".

En revanche, les pratiques démocratiques nécessitant plus d'engagement (et donc des coûts plus élevés) rencontrent un moindre succès :

- l'envoi d'un message de soutien à une personnalité politique
- la participation à un "chat" avec une personnalité politique
- la participation à un forum politique.

Ces stratégies de type "loyalty" sont jugées moins attractives car elles restent assorties d'un coût élevé pour le citoyen.

Le critère de l'âge joue un vrai rôle dans les usages possibles. Les jeunes de moins de 25 ans se sentent disposés à s'informer ou à débattre de politique via les forums mais se montrent moins enclins à dialoguer avec une personnalité politique sur un "chat". Cette dernière pratique rencontre plus de succès auprès des 25-34 ans.

De même, l'envoi d'un message de protestation ou de soutien à une personnalité politique semble plus attractif pour les personnes âgées de plus de 50 ans.

Examinons enfin les attitudes des internautes à l'égard du vote par internet, qui peut être considéré comme l'une des formes les plus emblématiques de l'i-démocratie.

Près de 8 internautes sur 10 se disent favorables au vote par internet. Cette proportion a augmenté de 6 points depuis septembre 2000. Cette adhésion plus large s'est produite alors même que des évolutions importantes affectaient la structure socio-démographique et culturelle de la population des

internautes, et que se multipliaient les débats sur la perte de solennité de l'acte et les risques d'insécurité du vote en ligne. L'adhésion au vote par internet se manifeste également dans les intentions exprimées, puisque 82% des sondés déclarent qu'ils utiliseraient internet pour voter s'ils en avaient la possibilité (dont 61% de manière certaine). Ce sont les votants occasionnels et les abstentionnistes qui seraient les plus intéressés. De ce fait, il n'est pas illégitime de faire l'hypothèse que le vote en ligne puisse avoir un effet positif sur le taux de participation aux élections puisque ce sont les votants occasionnels et les abstentionnistes qui sont les plus nombreux à déclarer qu'ils voteraient plus souvent s'ils pouvaient utiliser internet. Sans aller jusqu'à désigner internet comme le remède miracle à la crise de participation électorale, on peut penser qu'il pourrait contribuer à atténuer l'abstentionnisme.

En conclusion, les internautes se montrent plutôt lucides sur les apports d'internet à la démocratie: ni vraiment rési-

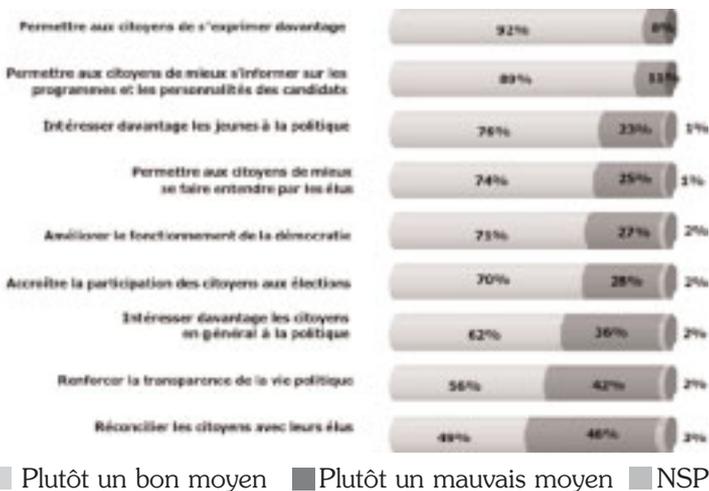
gnés face à la crise du politique, car conscients des bénéfices que les citoyens- et la démocratie - peuvent retirer d'une utilisation plus poussée d'internet ; ni totalement enthousiastes, car conscients des risques potentiels d'internet, notamment si l'outil est mal utilisé ou s'il tombe aux mains de forces politiques mal intentionnées.

En d'autres termes, on pourrait dire que les internautes français adoptent une attitude très pragmatique sur l'i-démocratie. Ils ne sombrent nullement dans l'idéologie techniciste, qui voudrait que le medium, la technique, transforme magiquement le fonctionnement de notre démocratie, indépendamment des contenus ou des messages. Ils ne semblent pas adhérer à la formule de Mac Luhan selon laquelle "le message, c'est le medium". Internet n'est après tout qu'un média, et comme tous les médias il peut contribuer à renforcer la démocratie, mais sous certaines conditions seulement...

Hugues CAZENAVE

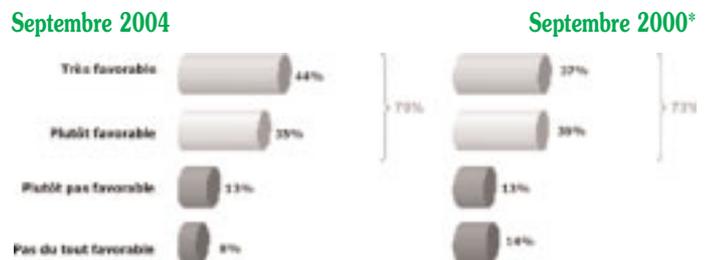
Apport d'Internet à la démocratie

Q. : Selon vous, Internet est-il plutôt un bon moyen ou plutôt un mauvais moyen pour...?



Opinion à l'égard du vote par Internet

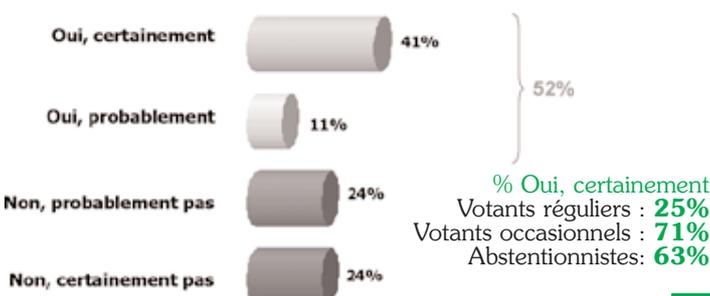
Q. : Etes-vous très, plutôt, plutôt pas ou pas du tout favorable au vote par Internet ?



* Étude OpinionWay réalisée auprès d'un échantillon de 455 personnes représentatif des internautes français en septembre 2000

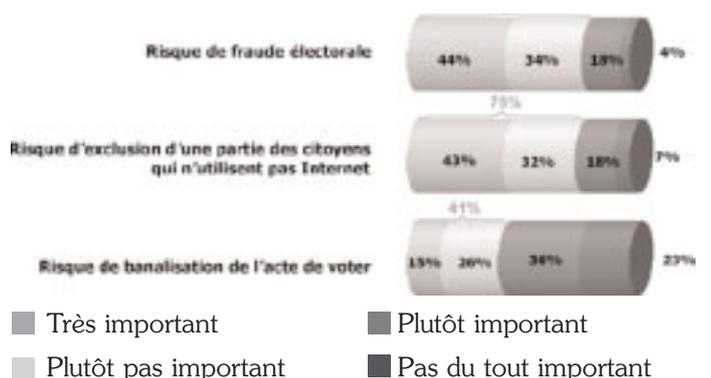
Internet comme levier sur la participation

Q. : Si vous aviez la possibilité de voter par internet, voteriez-vous plus souvent qu'aujourd'hui ?



Risques liés au vote par Internet

Q. : Pour chacun des risques suivants liés au vote par Internet, dites s'il vous semble important ou pas ?



Eric DACHEUX

Dynamiser la démocratie européenne

LE nouveau président de la Commission européenne, M. Barroso, a fait de la communication, l'une de ses priorités. Il a d'ailleurs nommé comme première vice-présidente de la Commission européenne, la Suédoise Margot Wallström qui dirige une nouvelle direction générale chargée d'élaborer une stratégie de communication. Cette action se place dans la continuité de celle de R. Prodi dont l'un des mots d'ordre favori était "il faut rapprocher l'Europe des citoyens". Ainsi, pour les dirigeants européens, la communication politique doit "jeter un pont entre l'Europe et ses citoyens" (Commission européenne, 2001 : 3). Il nous semble que cet objectif est inadéquat. D'une part, il fait du citoyen un atome plus ou moins passif d'une opinion publique rétive, alors que le citoyen est aussi un acteur qui s'engage dans la communauté politique dans laquelle il vit. D'autre part, il surévalue l'impact de la communication politique. La communication n'est ni la cause principale ni la solution miracle au déficit démocratique de l'Union européenne. Il convient donc

d'assigner à la politique de communication européenne un autre objectif : aider les citoyens à dynamiser la démocratie européenne. En effet, l'Union européenne souffre de deux maux que la communication politique ne peut, seule, combattre : l'absence d'un espace public européen (I) et un manque d'utopie (II).

I - L'ABSENCE D'UN ESPACE PUBLIC EUROPÉEN

LES politologues soulignent tous le déficit de légitimité de l'Union européenne. Or, dans une perspective kantienne reprise par Habermas (1978), l'espace public est le lieu de légitimation du politique. L'espace public, dans sa dimension politique, est l'espace du débat démocratique et le lieu de l'action politique. C'est par l'espace public que les citoyens ont accès aux informations politiques, qu'ils peuvent débattre et se forger une opinion et qu'ils peuvent choisir les personnes qui exerceront le pouvoir politique. C'est par l'espace

public que les citoyens se sentent non seulement destinataires du droit, mais aussi auteurs de ce droit (Habermas, 1997). Sans espace public toute construction politique démocratique est vouée à la défiance des citoyens ! Mais la construction d'une légitimité politique n'est pas la seule vertu de l'espace public. Celui-ci permet également, on le sait depuis Hannah Arendt, de mettre en scène les institutions et les acteurs politiques, de rendre visible les problèmes démocratiques (Arendt, 1983). Enfin, comme le souligne Etienne Tassin, l'espace public permet de relier des individus de communautés différentes à une même société politique. L'espace public crée une identité politique commune. Nous avons, grâce à une équipe pluridisciplinaire, conduit des recherches empiriques visant à vérifier l'existence (ou la non existence) d'un espace public européen dans chacune de ses trois dimensions (légitimité, visibilité, identité). Nos conclusions montrent qu'une dynamique se met lentement en place mais qu'un espace public européen large et populaire n'existe pas (Dacheux, 2003). En effet,

la construction européenne s'accompagne d'une mise en visibilité partielle de son système politique, de la naissance d'un sentiment d'appartenance à la communauté politique européenne chez une faible minorité de citoyens, de l'émergence d'espaces de débats européens permettant de légitimer certaines directives (dans le domaine de l'environnement, par exemple). Il existe donc, dans l'Union européenne, des fragments d'un espace public européen. Fragments accessibles à une population plus large que le personnel politique et administratif des institutions européennes, puisque des chercheurs, des responsables associatifs, des représentants de mouvements sociaux, etc. prennent part à ces espaces. Cependant, cette population est restreinte à une élite ayant suffisamment de temps et de capital culturel pour accéder à un espace communicationnel européen (maîtrise de plusieurs langues et connaissance du système institutionnel européen) ouvrant les portes du conflit politique à l'échelle de l'Union. En définitive, à l'heure actuelle, l'espace public européen est une dynamique fragile qui demeure fragmentaire et élitiste.

Les instances européennes sont conscientes de cette fragilité. Un des sous groupes de travail constitué lors de la préparation du livre blanc sur la gouvernance s'intitulait même "Espace public européen". Une lecture attentive de ce livre blanc sur la gouvernance, montre que, selon la Commission, on peut remédier à l'absence d'un espace public européen large et populaire en coordonnant trois types d'actions :

a - Développer les nouvelles technologies d'information et de communication permettant une communication interactive directe et transparente entre les citoyens et les institutions européennes.

b - Renforcer les liens avec les députés nationaux et européens.

c - Etablir un dialogue institutionnalisé entre les institutions européennes et les organisations de la société civile organisées au niveau européen (ONG, réseaux associatifs, fondations).

Pour le dire d'un mot, le livre blanc sur la gouvernance donne à penser que l'on peut remédier à l'absence d'espace public européen en créant des espaces de débats. Pourtant, si l'Europe

manque de débats, elle souffre, d'abord et avant tout, du manque de désir de participer à ces discussions. L'Union européenne, ne fait plus rêver, elle manque de projets collectifs mobilisateurs, en un mot, l'Union européenne est en panne d'utopie.

II - L'ABSENCE D'UNE UTOPIE EUROPÉENNE

L'UTOPIE est l'un des moteurs de l'action collective et, plus généralement, de l'action politique. Constat illustré par l'Union européenne elle-même, puisque, en définitive, l'histoire de la construction européenne est aussi celle de la lente concrétisation d'une utopie. Cependant, le rôle de l'utopie ne se limite pas à son pouvoir performatif. L'utopie est, dans nos démocraties, au fondement même du politique. En effet, nous ne pensons pas, contrairement à beaucoup de politologues, que la démocratie représentative soit en crise. Ou, plus exactement, nous pensons avec Claude Lefort (Lefort, 1986), que cette crise est consubstantielle à la démocratie. En effet, comme le précise Lefort, la démocratie est : "un régime fondé sur la légitimité d'un débat sur le légitime et l'illégitimité". La démocratie est un régime qui aménage une représentation du pouvoir en faisant un lieu vide qui n'appartient à personne. C'est pourquoi, "la démocratie se révèle ainsi la société historique par excellence, société qui, dans sa forme accueille et préserve l'indétermination". Dès lors, l'étude de la citoyenneté européenne s'inscrit dans un cadre théorique mettant l'accent non pas sur une crise de la représentation de toute façon inhérente à la démocratie, mais sur la soumission du politique à l'économique, ce que Karl Polanyi (1983) nomme le désencastrement de l'économie. Pour le dire autrement, ce qui est frappant, ce n'est pas la remise en cause de la représentation, mais sa soumission à une idéologie instaurant le primat de l'économique sur le politique. Or, dans cette optique, la notion d'utopie est fondamentale, puisque, justement, l'utopie permet de lutter contre l'hégémonie de l'idéologie. C'est, en tout cas, ce que montre Paul Ricoeur dans son livre "L'idéologie et l'Utopie". Dans cet ouvrage, Paul Ricoeur pense ensemble ces deux notions, car elles sont pour lui

des "médiateurs symboliques de l'action humaine" (1997). Selon Ricoeur, l'idéologie et l'utopie sont des structures ternaires qui se répondent et s'opposent.

- A un premier niveau, qu'il nomme pathologique, l'idéologie est une dissimulation, une distorsion de la réalité, tandis que l'utopie est une fuite hors de la réalité.

- A un second niveau, l'idéologie a pour fonction de légitimer l'autorité établie, au risque d'une distorsion de la réalité. Risque que combat l'utopie, puisque, dit Ricoeur, elle a pour fonction d'exposer le problème de crédibilité des systèmes d'autorité.

- Enfin, à un troisième niveau, l'idéologie est une matrice de l'intégration sociale, alors que l'utopie, en proposant des variations imaginaires sur le pouvoir, le gouvernement, la famille ou la religion est une forme de subversion sociale.

Dès lors, l'utopie n'est pas simplement un principe régulateur qui fixe un cap politique mais elle est, selon le mot de Paul Ricoeur, "le remède à la pathologie de la pensée idéologique". En effet, poursuit l'auteur, "l'utopie nous met à distance de la réalité présente, elle nous donne l'aptitude à éviter de percevoir ladite réalité comme naturelle, nécessaire ou inéluctable, mais plus important encore l'utopie nous propose de nouvelles réalités possibles" (Ricoeur, 1997).

Existe-t-il une utopie européenne, un projet politique autre que le dessein libéral d'une société mondiale de l'information ? Il semble que oui, mais cette utopie européenne est diffuse, elle n'est pas formulée comme telle, elle n'est pas incarnée dans un homme ou dans une association particulière, mais elle est portée par ce que nous avons appelé, "les réseaux associatifs européens civiques" (Dacheux, 2000). En effet, il existe dans l'Union européenne de nombreuses associations sociales et civiques créées pour et par des citoyens qui, tout à la fois, plaident pour la construction d'une Europe politique forte et critiquent la gestion actuelle de cette construction. Ces réseaux proposent de renforcer la démocratie représentative par la démocratie participative et militent pour la construction d'un espace commun interculturel (Dacheux,

1998). Dans celui-ci, l'Etat-nation reste fort, la représentation continue à jouer un rôle clef et le développement des pratiques sociales transfrontalières (tourisme, échanges d'étudiants, etc.) ainsi que la multiplication des espaces internationaux de médiations (les ONG et les médias transnationaux, etc.) permettent de dépasser la simple "cohabitation politique" actuelle au profit d'une interculturalité européenne (Dacheux, Meyer Bisch, 1998). Cette interculturalité⁽¹⁾ venant s'ajouter et non se substituer aux identités collectives existantes. L'espace public européen interculturel ne serait, dans cette perspective, qu'une complexification supplémentaire dans l'imbrication existante entre les différents espaces publics de l'Union européenne. Le problème majeur de cette utopie associative, de cette vision participative et interculturelle de l'Europe est qu'elle ne peut pas mobiliser les citoyens faute d'être diffusée et surtout débattue sur un espace public européen. C'est pourquoi, il convient de penser ensemble les deux problèmes politiques majeurs que nous venons d'évoquer : l'espace public européen ne peut pas surgir sans une utopie mobilisatrice qui, elle-même, ne peut pas avoir d'impact si elle ne se diffuse pas dans l'espace public européen.

Bien qu'elle soit devenue, depuis l'introduction de l'Euro, une réalité palpable, en tout cas pour les habitants de la Zone Euro, l'Union européenne souffre d'une crise de légitimité engendrant un euroscepticisme croissant. Face à cet écart dangereux entre l'importance grandissante des politiques européennes dans la vie économique et sociale des européens et le recul constant du soutien politique des citoyens, l'Union européenne multiplie les outils de communication permettant de "rapprocher l'Europe des citoyens". Cet objectif, ou plutôt ce véritable leitmotiv que les responsables européens répètent à l'envie, est le symptôme reconnu d'une crise de légitimité. Ce n'est pas le remède de cette crise. L'Union européenne cherche à établir un débat alors que les conditions symboliques de ce débat (l'espace public européen) n'existent pas. Elle agit comme si la construction européenne était un projet clair et mobilisateur, alors qu'elle demeure un processus ouvert en panne d'utopie. Dans ces conditions,

aucune politique de communication ne peut "rapprocher l'Europe des citoyens" en jetant un pont informationnel venant combler le "déficit démocratique" de l'Union. La communication n'est pas une potion magique qui donnerait aux citoyens méfiants, confiance et enthousiasme. L'action d'un système politique, c'est-à-dire sa capacité à répondre concrètement aux problèmes des gens (la lutte contre le chômage, les inégalités, le racisme, etc.) compte au moins autant que la performance de sa politique de communication. Vu sous cet angle, l'injonction communicationnelle n'est qu'un paravent commode cachant le peu d'impact des politiques européennes en matière de cohésion sociale. Mais l'action d'un système politique ne dépend pas exclusivement des décisions prises par les élites politiques et administratives, elle dépend également de l'engagement de ces citoyens. La citoyenneté ne consiste pas, seulement, à distribuer les bons et les mauvais points aux actions des dirigeants à intervalles électoraux réguliers. La citoyenneté, c'est aussi faire l'effort d'acquiescer une culture civique (fonctionnement des institutions, histoire, etc.), faire l'effort de rechercher et de recouper l'information, faire l'effort de prendre part à des manifestations, etc. Un espace public européen ou une utopie européenne ne se décrète pas d'en haut, ils se construisent (ou ne se construisent pas) d'en bas, par l'action quotidienne des citoyens. Seulement, cette action à un coût : il faut prendre du temps, sacrifier des loisirs, dépenser de l'argent, etc. Or, si ce coût est relativement peu élevé à l'échelon local, à l'échelon international il devient vite titanesque (prix des transports, frais de traduction, etc.). En tout cas, pour un individu isolé. En revanche, l'adhésion collective à des réseaux européens permet de mutualiser les ressources et de partager les frais de l'action citoyenne concrète. De plus, s'engager dans des regroupements associatifs européens (civiques ou professionnels) c'est, en outre, échanger des informations, comparer des modes d'actions, peser plus fort sur les décideurs, forger un vocabulaire commun, une doctrine commune, bref créer, dans un secteur particulier, une utopie et un espace public européen. La citoyenneté européenne sera collective ou ne sera pas.

Eric DACHEUX

1 Nous employons ce terme non pas dans son sens le plus courant (la rencontre entre des cultures différentes), mais dans celui qui lui donne Carmel Camilléri : une situation de coexistence culturelle qui se caractérise par : la reconnaissance de la diversité culturelle, l'acceptation de cette diversité et le désir de trouver un langage commun permettant de nouer un dialogue enrichissant chaque culture (Camilléri, 1989).

BIBLIOGRAPHIE

- Arendt H. (1983). *La condition de l'homme moderne*. Paris : Calman-Levy.
- Banchoff T., Smith M. P. (1999). - *Legitimacy and the European Union*. - New York : Routledge.
- Bastien F., Neveu E. (1999). - *Espaces publics mosaïques*. - Rennes : PUR.
- Calame P. (1995). - "La citoyenneté en Europe". - *Territoires*, n°354.
- Camilléri C. (1989). - *Chocs de cultures*. - Paris : L'harmattan.
- Caremier B., Hubert A. (1999). - *La démocratie et la société de l'information en Europe*. - Rennes : Apogée.
- Commission européenne (2001). - *Livre blanc sur la gouvernance européenne*. - Bruxelles : Commission européenne (Com (2001) 428 final).
- Dacheux E. (2004). - *L'impossible défi : La politique de communication de l'Union européenne*. - Paris : Cnrs Editions.
- Dacheux (2003). - *L'Europe qui se construit : Réflexions sur l'espace public européen*. - St Etienne : Presses universitaires de St Etienne.
- Dacheux E. (2000). - *Vaincre l'indifférence : le rôle des associations dans l'espace public européen*. - Paris : CNRS éditions.
- Dacheux E., Meyer Bisch P. (1998). - "De la coexistence à la cohabitation". - *Hermès*, N° 23/24.
- Fraser N. (1992). - "Rethinking the Public Sphere". - in G. Calhoun ed, *Habermas and the Public Sphere*. - Cambridge (Mass.) : MIT Press.
- Habermas J. (1997). - *Droit et démocratie*. - Paris : Gallimard.
- Habermas J. (1978). - *L'espace public*. - Paris : Payot.
- Lefort C. (1986). - *Essai sur le politique*. - Paris : le Seuil.
- Magnette P. (2000). - *L'Europe, l'Etat et la démocratie*. - Bruxelles : Complexe.
- Ricoeur P. (1997). - *L'idéologie et l'Utopie*. - Paris : Seuil.
- Tassin E. (1991). - "Espace commun ou espace public ?". - *Hermès*, N° 10.
- Wolton D. (1993). - *La dernière utopie*. - Paris : Flammarion.

François HEINDERYCKX

Les défaillances de l'information politique

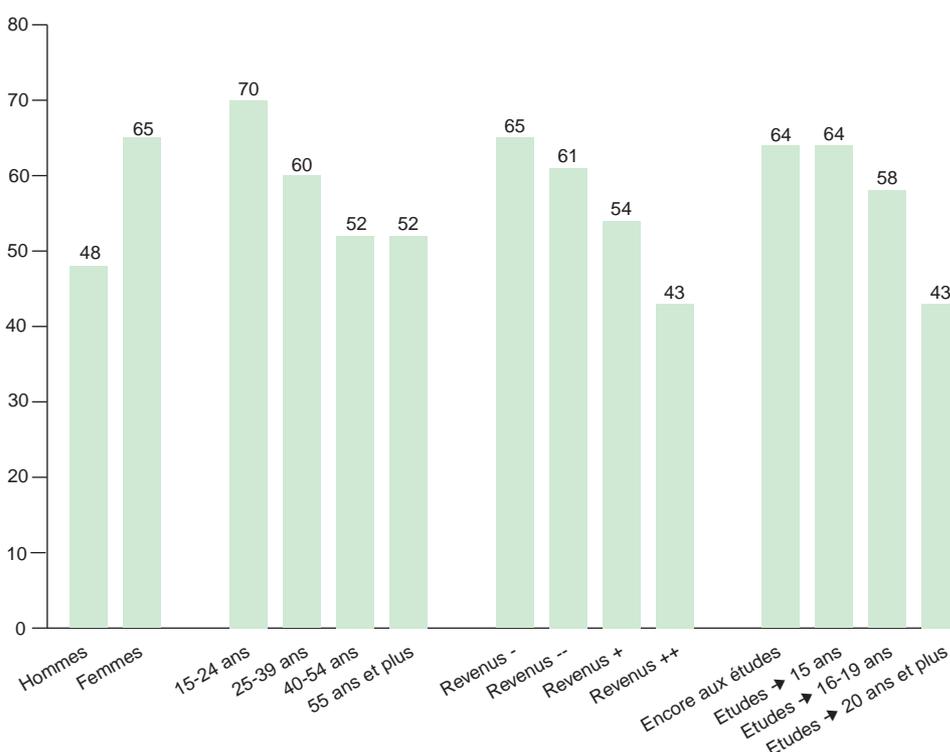
La plupart des “vieilles démocraties” traversent une crise liée au désinvestissement des citoyens à l'égard des mécanismes traditionnels de participation politique. Cette distanciation se marque surtout dans les manifestations très institutionnalisées de la vie politique, et particulièrement dans le taux de participation aux diverses élections dont les baisses successives finiront par mettre à mal jusqu'à la légitimité des mandataires élus au suffrage universel. Les acteurs de la vie politique connaissent simultanément une dégradation de l'image qu'ils projettent vers le public, au point qu'il n'est pas exagéré de parler d'un certain mépris, lequel nourrit un désintérêt ouvertement affiché pour la politique et donc pour l'information qualifiée de telle.

Les études d'opinion sont édifiantes. Un sondage mené par la Commission européenne en 2001 (Eurobaromètre 55.2) indiquait qu'en moyenne, quelque 57 pour cent des Européens se déclaraient “plutôt pas intéressés” par la politique. La situation varie considérablement d'un pays à l'autre : plus de trois quarts des Portugais déclarent leur désintérêt pour la politique contre à peine un tiers des Danois. La proportion en France est légèrement supérieure à la moyenne européenne (61 pour cent). Dans la même étude, les politiciens arrivent au dernier rang des professions pour lesquelles les Européens ont une haute estime (moins de 7 pour cent en moyenne !).

Ce renoncement relève à présent de ces tendances endémiques que l'on réprouve, dont on s'inquiète, mais auxquelles on finit par s'habituer puis à se résigner. Un examen un peu approfondi du phénomène, au-delà des moyennes souvent trompeuses, apporte des nuances plus préoccupantes

encore. Il apparaît d'abord que le divorce est plus prononcé au sein de certaines populations déjà fragilisées, à tel point qu'on peut affirmer que ce qui ressemble bien à une “fracture politique” se développe en superposition aux fractures sociales traditionnelles.

Figure 1 : Désintérêt pour la politique dans l'Union européenne (Moyennes pondérées pour l'Union européenne à 15, source : Eurobaromètre 55.2, n=16130)

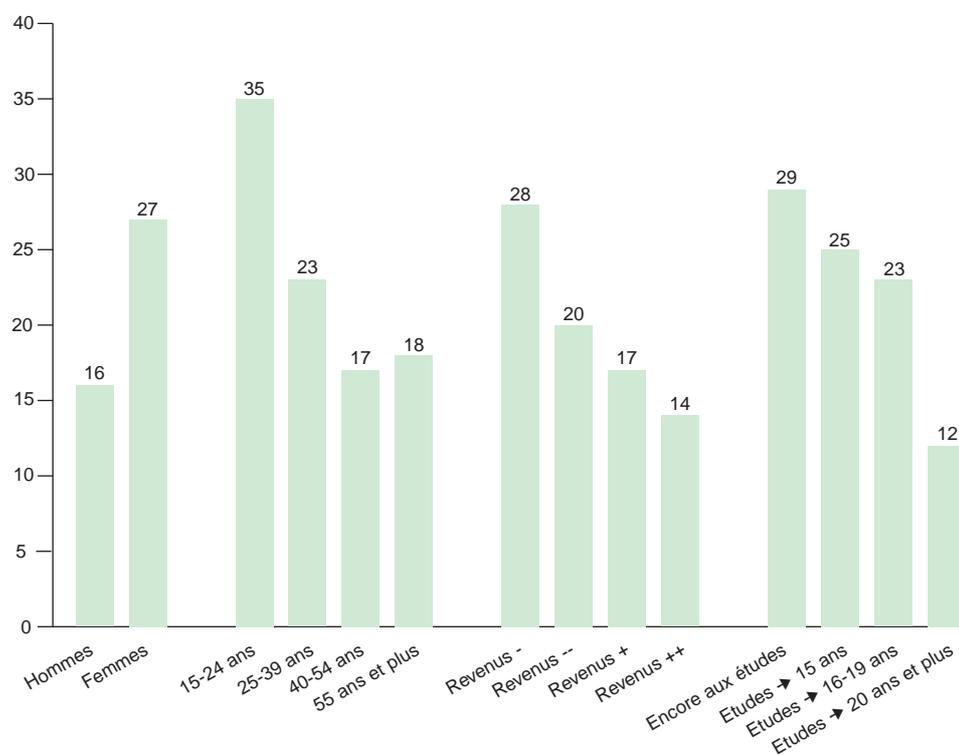


Femmes, jeunes, revenus inférieurs et niveaux d'instruction les plus bas manifestent un désintérêt significativement plus marqué encore. Cette convergence entre fractures sociale et politique (on pourrait y ajouter la « fracture numérique ») laisse entrevoir un effet d'entretien, d'entraînement même qui contribue à la marginalisation voire à l'isolement de populations particulièrement vulnérables.

l'on constate que plus de la moitié des Européens se déclarent mal informés sur la politique (Eurobaromètre 55.2). Ici aussi, des écarts importants apparaissent selon les pays, selon les groupes sociaux, suivant un schéma parfaitement superposable à celui constaté pour l'intérêt et l'attention pour la politique.

Pour comprendre ce désintérêt et la dégradation de l'information politique du citoyen, il est nécessaire de prendre

Figure 2 : Ne prêtent aucune attention à l'actualité politique (Moyennes pondérées pour l'Union européenne à 15, source : Eurobaromètre 55.1, n=16163)



Cette distanciation se marque également dans l'attitude vis-à-vis de tout ce qui touche à la politique, à commencer par ce qui est identifié comme « actualité politique ». Près d'un quart des Européens déclarent ne prêter aucune attention aux nouvelles concernant la politique. Là encore, la moyenne européenne masque des écarts énormes entre moins de 10 pour cent en Suède, en Autriche et au Danemark et près de 50 pour cent au Portugal (27 pour cent en France).

Dans ce cas aussi, les indicateurs socio-démographiques de base montrent que les femmes, les jeunes, les revenus inférieurs et les moins scolarisés sont particulièrement peu attentifs à l'actualité politique. C'est donc sans surprise que

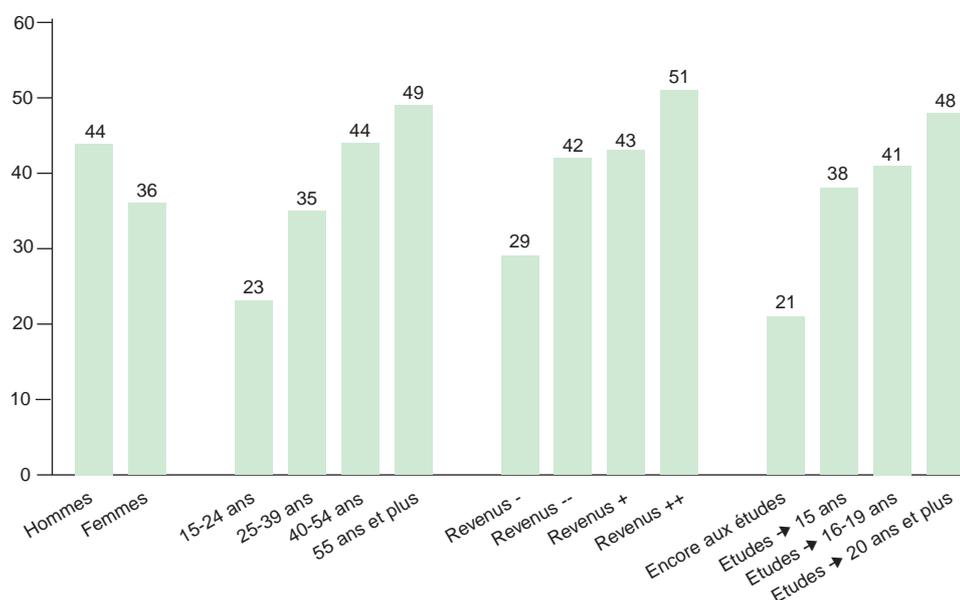
un peu de recul et d'envisager les comportements et attitudes à l'égard des médias d'information en général. La presse quotidienne de qualité, encore perçue comme repère fondamental dans les dispositifs d'information, connaît, à quelques rares exceptions près, une crise endémique qui se matérialise par une lente érosion de son lectorat. On aurait tort de penser qu'il s'agit simplement d'un glissement, d'un transfert de public de la presse vers la télévision. Certes, le journal télévisé s'est progressivement imposé comme le principal vecteur d'information de masse. Il n'est pas pour autant suivi assidûment par tous : le principal journal télévisé (celui qui est diffusé en début de soirée) attire, selon les pays,

des audiences comprises entre 15 et 20 pour cent. Lorsqu'on interroge les Européens, en prenant en compte l'ensemble des JT proposés, un peu plus de deux tiers déclarent regarder un journal télévisé tous les jours (Eurobaromètre 56.2, automne 2001). Cette proportion tombe à 40 pour cent pour les informations à la radio ou en presse quotidienne. En France, un tiers des personnes interrogées dans cette enquête déclarent écouter tous les jours les informations à la radio ; 28 pour cent lire tous les jours la presse quotidienne. Quel que soit le média considéré, derrière les valeurs moyennes reviennent les mêmes axes de fracture : sexe, âge, revenus, niveau d'instruction.

Ces observations cumulées laissent entrevoir les contours de groupes d'individus qui ne s'intéressent ni à la politique, ni à l'actualité ni, c'est évident, à l'actualité politique. L'existence et le développement de ces populations fuyant l'information constituent un facteur de dégradation de la santé de nos démocraties. Il serait toutefois naïf de ne s'inquiéter que pour ces non informés. Peut-on en effet considérer que la consommation régulière de médias d'information est garante d'une information politique adéquate ? Ces médias sont-ils lisibles, clairs, complets ? Les sujets liés à la politique retiennent-ils seulement l'attention du public (« lire le journal » ne signifie évidemment pas « lire tout le journal ») ? Des voix s'élèvent régulièrement pour dénoncer une information politique phagocytée par les « petites phrases », par l'événementiel, par la personnalisation. Rien ne permet d'affirmer que le citoyen consommateur de médias d'information est en mesure, sur la seule base de l'offre des médias généralistes, de comprendre les enjeux politiques, la diversité des approches et des choix, les nuances entre les positions des uns et des autres et les arguments qui sous-tendent ces positions.

Le désintérêt pour la politique et la désaffection des médias d'information ébranlent les fondements des démocraties représentatives en affaiblissant les bases de l'exercice de la citoyenneté dans sa dimension de contrôle démocratique de l'électeur sur les élus et, plus simplement encore, dans l'acte élémentaire de choix électoral lors des divers scrutins. La fragilité des connaissances de l'électeur en matière d'enjeux et d'options politiques entrave gravement

Figure 3 : Déclarent s'informer tous les jours dans la presse quotidienne (Moyennes pondérées pour l'Union européenne à 15, source : Eurobaromètre 56.2, n=15939)



sa capacité à construire ses propres opinions et à les confronter à celles défendues dans l'arène politique par les partis, les mandataires, les candidats.

Bien sûr, tout le monde s'accorde pour considérer comme priorité absolue la réconciliation du citoyen avec la politique et une information adéquate sur le sujet. Mais ces bonnes intentions tardent à se concrétiser. Les initiatives en la matière sont entravées par un énorme problème de lisibilité. Lisibilité institutionnelle d'abord. Les différents niveaux de pouvoir et les changements dans la répartition des compétences entretiennent une certaine confusion qui contribue à donner des institutions publiques l'image d'un ensemble complexe et nébuleux. En France, par exemple, les politiques de décentralisation d'une part, les avancées de l'intégration européennes d'autre part, provoquent des difficultés à saisir la répartition des compétences et donc l'action publique. Cette incertitude peut en outre nourrir une insécurité teintée de méfiance à l'égard d'un système jugé obscure. En Belgique, les réformes successives accompagnant la transition vers un système fédéral ont accouché d'un paysage institutionnel d'une rare complexité, multipliant les niveaux de pouvoirs (local, provincial, régional, communautaire et fédéral). L'imbricolage est aggravé par l'omniprésence, dans l'actualité politique, de débats et négociations sur de futures modifications des

répartitions de compétences. De plus, la mobilité des mandataires, tantôt ministres à un niveau de pouvoir, puis candidats à un autre, pour finalement siéger encore ailleurs, ne contribue pas à éclaircir l'horizon.

Autre entrave à la lisibilité : les partis politiques. Les efforts de reconfiguration ou de refondation, de dissidence ou de fédération de nombreux mouvements et partis politiques provoquent une confusion non négligeable. Dans certains cas, les transferts qu'opèrent des candidats d'une formation politique à l'autre achèvent de semer le trouble dans un paysage politique déjà perçu comme peu contrasté. Ce phénomène est encore accentué dans les pays où règnent des gouvernements de coalition (lorsqu'il est nécessaire de réunir plusieurs partis pour constituer une majorité parlementaire) et où cohabitent, au pouvoir, pour défendre un programme commun, des partis aux idées présentées comme différentes, voire opposées, au cours de la campagne électorale. Les compromis imposés par ces mariages forcés présentent le spectacle troublant d'une équipe soudée faite d'individus se présentant, en d'autres circonstances, comme adversaires politiques.

Enfin, dernière entrave à la lisibilité, et pas des moindres : le marketing politique. Celui-ci conduit les partis et candidats à tenter d'élargir leur base élec-

torale en formatant leur communication de manière à plaire au plus grand nombre. Conséquence : les messages présentent une densité idéologique faible et soutiennent souvent des objectifs vagues et largement consensuels. L'électeur perçoit mal les axes fondamentaux de clivage entre formations politiques car ceux-ci portent avant tout sur les moyens à mettre en œuvre. Lors des campagnes électorales, les supports jouent de plus en plus sur l'esthétique. Les slogans, quand ils subsistent, sont devenus interchangeable parce qu'ils dénotent essentiellement des attitudes et non des idéologies. Cette évolution tient du paradoxe puisqu'au même moment, les appareils de partis déploient une énergie toute particulière pour élaborer et structurer des programmes fouillés, raisonnés et argumentés.

Les problèmes de lisibilité n'expliquent pas tout. La malinformation¹ politique résulte de facteurs dont la combinaison entretient un cercle vicieux. Quand tout converge pour entraver la lisibilité de la vie politique, alors qu'une partie importante du corps électoral s'en détourne, comme il se détourne de l'actualité en général, faut-il se résoudre à une fracture citoyenne ? Doit-on se résigner au développement d'une frange de citoyens exclus du débat politique ? Dans les pays où le vote est obligatoire (Belgique, Grèce), comment l'exercice électoral est-il affecté par cette portion d'électeurs contraints et malinformés ? Dans les pays où le vote n'est pas obligatoire, comment la légitimité du pouvoir politique est-elle affectée lorsque les élus le sont par une minorité de citoyens ?

Les causes et, dans une large mesure, les responsabilités de cette lente et insidieuse dérive sont partagées entre la classe politique, les médias et les citoyens eux-mêmes. C'est donc auprès de ces trois protagonistes de la scène démocratique qu'il faut chercher les remèdes. La *classe politique* doit établir un meilleur équilibre entre communication publique et marketing électoral. Les tentations démagogiques et populistes, l'opacité ou l'imprécision des opinions exprimées, la personnification excessive (qui masque les idées derrière quelques ténors omniprésents), l'approche *people* (construire la popularité sur certains éléments choisis de la vie privée), la complexité et l'instabilité institutionnelles, autant de tendances

qu'il revient à la classe politique de juguler pour favoriser l'intelligibilité de la vie politique et, par là, rétablir les conditions d'un véritable débat politique susceptible de provoquer ne serait-ce que l'intérêt des administrés.

Les médias, généralement mis en cause pour expliquer tout ou partie des maux dont souffrent nos sociétés, occupent une position stratégique dans cette problématique. Sous la pression des contraintes liées à la concurrence exacerbée que se livrent les supports médiatiques, l'offre de contenus est largement conditionnée par la demande ou, plus précisément, par l'image que se font les médias de leurs publics. Si cette offre est segmentée, elle veillera à satisfaire les attentes d'une cible particulière ; si le média est généraliste, il tendra à exclure les contenus supposés impopulaires ou insuffisamment consensuels. Dans un cas comme dans l'autre, l'actualité politique est considérée comme peu attractive. L'information politique s'est ainsi progressivement marginalisée dans de véritables ghettos que sont les pages politiques des journaux, les émissions ou chaînes spécialisées en radio et en télévision. La forme de ces contenus est adaptée à un public averti qui attend un niveau de discours et d'analyse peu compatible avec les attentes et les capacités de ceux qui ne s'y intéressent que de façon occasionnelle. L'information politique tend à s'enfermer dans un discours hermétique et réservé aux initiés qui achève de dissuader ceux qui s'en sentent exclus. Ceux-ci s'informent donc moins, perdent le fil des débats et des enjeux et s'excluent davantage encore de l'information politique.

Les médias (service public en tête) ont le devoir de donner une place impor-

tante à l'information politique, de proposer des contenus susceptibles de nourrir le débat politique et d'éclairer le citoyen. Au-delà, ils ont surtout le devoir de ramener un large public vers les débats d'idées et les enjeux contemporains. Les stratégies à mettre en œuvre sont complexes et délicates. Lorsque, par exemple, on tente d'introduire une dimension divertissante en espérant stimuler l'attention, le dérapage menace en permanence dès lors que le ludique, le spectaculaire ou le cocasse risquent à tout moment de prendre le dessus et d'étouffer toute densité politique. Les exemples d'initiatives innovantes dans la forme, mais déficientes et contre-productives sur le fond ne manquent pas, surtout en télévision.

Enfin, les citoyens ne sauraient être considérés comme simples victimes. Il leur revient d'assumer leurs responsabilités, d'exercer leurs droits et de manifester leur mécontentement éventuel autrement que par le rejet, la démission, le renoncement. Peut-être devrait-on s'inspirer des méthodes innovantes de lutte contre le tabagisme. Plutôt que de dénoncer le manque de civisme de certains, d'insister sur l'importance du débat politique et d'une bonne information, on devrait d'abord lutter contre une attitude, contre un schéma de pensée et une posture sociale conformiste de rejet de la politique au nom de sa médiocrité, de sa vanité, de son inutilité. Il faut inverser la pression sociale et présenter comme déviant, médiocre, voire ringard et ridicule celui qui s'exclut du débat politique (et donc de l'information) et non celui qui s'y implique. Peut-être faut-il aussi valoriser l'action politique sous des formes moins conventionnelles, moins institutionnelles. Comme le soulignait Pierre

Rosanvallon dans une récente analyse publiée dans *Le Monde*, l'investissement des Français dans les milieux associatifs, par exemple, connaît un regain qui permettrait d'interpréter les baisses de participation aux élections non comme un désinvestissement du citoyen de la vie politique, mais comme un redéploiement vers d'autres modes d'expression et d'action. L'apparente dépolitisation de nos sociétés ne serait alors qu'un désenchantement à l'égard des formes convenues de la vie politique.

La solution est entre les mains des citoyens. En leur qualité d'électeur, ils sont en mesure d'exiger la lisibilité et la transparence de la vie politique. En leur qualité de consommateur, ils sont en mesure d'exiger des médias de leur fournir les clés, les moyens d'exercer le contrôle démocratique. Cette double exigence doit se manifester non pas en se détournant avec dédain de la vie politique (abstention et refus de s'informer), mais au contraire en s'y investissant, chacun selon ses moyens, chacun selon ses aspirations, chacun selon ses priorités. Et si "politique", "élections" et "opinions" n'éveillent plus que mépris et désintérêt, peut-être faudra-t-il dépoussiérer la terminologie comme on l'a fait lorsque la réclame est devenue publicité, lorsque la propagande est devenue communication politique. Mais au-delà des mots, il faudra trouver les moyens de changer les attitudes.

François HEINDERYCKX

1. Pour un développement du concept de malinformation, voir notre ouvrage "La malinformation : plaidoyer pour une refondation de l'information", Bruxelles, 2003.

NUMÉROS À PARAÎTRE

- La réforme de l'assurance-maladie
- La recherche
- Justice et sécurité
- Les USA

Gabriel THOVERON

Quand la sphère privée éclipse la vie publique...

Au XIX^e siècle, la presse, longtemps artisanale, se voulait d'opinion. Au XX^e, devenue industrie, puis relayée par la radio, elle se fait d'information, affirmant qu'elle s'attache à relater les faits le plus objectivement possible, afin de laisser au lecteur le soin d'en tirer des conclusions. Aujourd'hui, les médias ont tendance à se vouer au spectacle, à l'image de ce que propose celui qui est devenu le principal d'entre eux, la télévision. Nous sommes entrés dans ce que j'ai appelé *Le Troisième Age du quatrième pouvoir*⁽¹⁾.

Certes, à l'origine, les télévisions européennes, où dominait le service public, proposaient des émissions souvent longues, appartenant à des genres bien distincts, respectant des frontières, évitant toute confusion entre information, culture et divertissement. Leurs images s'adressaient, comme diront

Charaudeau et Ghiglione, à "*une cible de téléspectateurs relativement bien équilibrés quant à leur intellect et à leur affect.*"⁽²⁾ Une cible que la télévision visait, ou au besoin construisait, entendant jouer un rôle culturel, considérant souvent ses publics, non tels qu'ils étaient, mais tels qu'ils auraient dû être. La télévision publique voulait former les goûts, de façon pédagogique et paternaliste. Elle offrait une fenêtre sur le monde, un monde qu'il fallait nous faire découvrir et nous faire comprendre.

Les temps ont bien changé. La dérégulation du marché, les créations de chaînes privées, les privatisations de chaînes publiques, la généralisation des télécommandes et des pratiques de zapping, tout a contribué à l'accroissement de la concurrence entre les chaînes, et même entre les émissions : l'audimat a installé sa dictature et c'est à chaque instant qu'il s'agit de s'assurer

la part de marché la plus importante. La télévision commerciale, pour s'imposer, a flatté tous les goûts de son auditoire, même les moins honorables. Elle a offert des émissions plus courtes, se succédant de manière saccadée, émissions hybrides où se mêlent les thématiques, ou l'information se marie à l'entertainment pour devenir infotainment. La publicité, tantôt agressive et tantôt insidieuse, a affirmé sa présence, incitant les programmeurs à cibler désormais les spectateurs les plus vulnérables, ceux dont, notent Charaudeau & Ghiglione, "l'intellect est troublé et l'affect envahissant." La pédagogie a cédé la place à la démagogie.

UNE TÉLÉVISION "DE PROXIMITÉ"

POUR flatter son public, la télévision se dit proche de lui, tend un miroir aux téléspectateurs, leur

offrant le spectacle d'eux-mêmes ou de gens qui leur semblent proches. Elle prétend s'intéresser à leurs problèmes, et d'abord les plus simples et les plus personnels, et se passe des commentaires explicatifs du spécialiste ou du journaliste en principe objectif. Elle se fie aux récits subjectifs faits par des témoins qui sont censés nous ressembler, offrant à chacun une image dans laquelle il doit se reconnaître. C'est maintenant ce que j'ai appelé *La Télévision dont vous êtes le héros*⁽³⁾.

Cette évolution se marque dans tous les types d'émissions.

Les journaux télévisés et magazines d'information accordent une importance croissante aux faits bruts, des faits que l'on décrit plus qu'on ne les commente - peu importent leurs causes ou leurs conséquences. Le journaliste, plutôt qu'à des experts, tend le micro à des protagonistes ou des témoins, témoins oculaires ou familiers des lieux, à qui l'on ne demande que de dire ce qu'ils ont vu, et l'émotion qu'ils ont ressentie. La tendance est particulièrement forte lorsqu'il s'agit de ces faits divers qu'on nomme prétentieusement *faits de société*, mais tout est occasion de faire de l'homme de la rue une grande vedette.

De la même manière, depuis 1970, les débats de société ont accordé de moins en moins d'importance aux experts pour ne laisser "en moyenne, pas moins de la moitié de l'ensemble des places disponibles aux membres de la société civile. Les progressions ultérieures ne proviennent pas d'une extension de cette place. Elles s'expliquent plus modestement par la disparition des derniers responsables d'émissions totalement réfractaires à l'idée d'autoriser les Français moyens à intervenir dans leurs programmes."⁽⁴⁾ Il n'y a plus d'autre autorité que celle des animateurs pour commenter les aveux des témoins, des témoins tout simples plutôt que des porte-parole d'organisations représentatives, des témoins qui ne le sont souvent que d'eux-mêmes, mais prêts à tout évoquer, surtout les sujets jusque-là tabous, l'intimité, et particulièrement le sexe... On a pris l'habitude d'exister sous le regard de tous, la vie privée entre dans le domaine public, on n'a plus rien à cacher. On ne lave plus son linge sale en famille, mais portes et fenêtres ouvertes.

On voit d'ailleurs que les émissions de fiction, téléfilms, séries ou feuilletons, s'attardent de plus en plus sur la vie privée de leurs héros. Souvent évoquée, madame *Columbo* est restée invisible. Mais on n'ignore rien des vies affectives, familiales ou sentimentales de *Julie Lescaut*, d'*Une Femme d'honneur*, de leurs coéquipiers comme de leurs descendants, ascendants, ou collatéraux,

Il reste encore des jeux traditionnels où le candidat doit être armé d'une bonne culture, éventuellement spécialisée, ou s'être donné la peine d'une bonne préparation, pour ne se battre guère que pour l'honneur. Les nouvelles joutes, de *Qui veut gagner des millions* au *Maillon faible*, s'adressent à des messieurs - mesdames - tout le monde, et l'on veille à ce que la plupart des questions soient à leur portée. Comme le note Jean-Jacques Delfour à propos du jeu *Bigdil*, le principal mérite des candidats est d'être là : "N'ayant rien de construit à échanger, ils font prestation d'eux-mêmes : le gain éventuel est en quelque sorte un salaire offert en contrepartie de l'exhibition de soi sur le plateau télé."⁽⁵⁾

De fenêtre sur le monde, la TV est devenue fenêtre sur cour...

La télé dite réalité est au bout de ces tendances. De *Loft Story* à *Nice People* en passant par *Star Academy*, elle nous propose des émissions basées sur le spectacle de vies intimes, mettant en évidence des personnages communs qui prétendent nous offrir leur simple vérité, ou, dans *La Ferme Célébrités*, des gens connus qu'on a réduits à des activités élémentaires. Elle nous offre autant que possible des images en direct, prétendant abolir et le temps et l'espace, offrir ainsi la vérité sans fard. C'est un leurre : les réalisateurs ont choisi les participants en fonction du rôle qu'ils pourraient jouer, assez sympathiques ou antipathiques que pour susciter l'identification ou la projection. Des scénaristes organisent les résumés quotidiens de telle sorte que semble se développer une intrigue, au moins élémentaire, avec un ou des éléments déclencheurs. Et même, à ces scénarios *a posteriori*, se substituent petit à petit, dans les émissions plus récentes, des scénarios *a priori*, dans ces jeux de rôles que sont *Le Bachelor* ou *L'Île de la tentation*.

Le téléspectateur se voit offrir des occasions d'apparaître sur le petit écran, et donc de passer du rôle de récepteur à celui d'émetteur de messages, se situant alternativement, voire simultanément, aux deux pôles de la communication. Tantôt il regarde, et tantôt il peut être regardé. Mais il n'est jamais vraiment appelé à dire des choses, exprimer des idées, ou faire preuve d'imagination, de créativité. Les participants à *Ça se discute* ou les acteurs de la télé réalité se contentent de se montrer. Ils n'ont rien à exprimer ou expliquer, ou pas grand-chose. Leur seul message, c'est eux-mêmes. Afficher leur narcissisme en espérant bénéficier, selon la célèbre expression d'Andy Warhol, d'un quart d'heure de gloire dans une vie monotone.

LE PRIVÉ PRIME SUR LE PUBLIC

LA télévision, pour nous ouvrir ses portes, nous impose la confession publique. Elle crée une émulation d'aveux - on ose dire à tout le monde (le public sert d'amortisseur) ce que l'on n'ose pas révéler à ses proches.

L'idéal démocratique impliquait la séparation de la sphère privée et de la sphère publique, le rôle du citoyen étant de se préoccuper du bien commun. Ce citoyen n'est plus que consommateur quand son horizon se réduit à des intérêts personnels. La vie intime, sur le petit écran, éclipse la vie sociale.

Avec impudeur autant que sans morale. Chacun pour soi. Dans *Loft Story*, comme dans *Star Academy*, les participants font tout ce qu'ils peuvent pour éviter l'élimination. Ils s'efforcent donc de paraître sympathiques, de plaire, de soigner leur image auprès du public comme de leurs partenaires. En même temps, ils manœuvrent pour que leurs concurrents les plus dangereux mordent la poussière. D'ailleurs, les candidats mis sur la touche se répandent ensuite dans les médias pour se plaindre amèrement d'avoir été victimes des manipulations des autres. *Le Maillon faible* est l'émission où l'on avoue, parfois cyniquement, qu'on joue sur deux tableaux. Les candidats votent régulièrement pour désigner - et éliminer - celui qui leur semble le moins performant, celui qui, péché impardonnable, fait perdre de l'argent à l'équipe. Chacun étant tenu de justifier son choix, on avoue parfois qu'on

cherche à se débarrasser de celui qu'on a peur de rencontrer en finale. Ou à se venger de celui qui, précédemment, a cherché à vous perdre. Ce qui montre bien qu'il n'y a pas d'équipe, qu'il n'y en a pas eu, qu'il n'y a pas de maillon puisqu'il n'y a pas de maillage. Le combat est individuel. C'est le spectacle d'un *struggle for life* où l'arrivisme est récompensé, les perdants, carrément jetés, s'en allant sans guère d'au revoir.

LE VOTE, MAIS SANS IMPORTANCE

CETTE télévision se veut interactive et nous donne une illusion de puissance. Le spectateur pénètre chez les autres, découvre leur intimité, les voit sans être vu. Parfois les regarde de haut, quand les caméras, disposées près du plafond, plongent sur les internés du Loft ou de l'Academy... Et la télé réalité prétend faire du public un juge, faire de chacun de nous un juré potentiel. Nous sommes invités à voter, pour condamner ou pour sauver. S'il y a des spectateurs en studio, ils manifestent.

Paradoxalement, à un moment où recule la participation démocratique, où le premier parti devient celui des abstentionnistes, on se presse pour voter, et on paie pour voter pour ou contre tel candidat, exprimer sa sympathie ou sa détestation. Nous voilà juges, même si notre instruction n'est pas vraiment faite, puisque cette télé, qui prétend sacrifier à la vérité, à la transparence, ne nous montre que ce qu'elle veut bien nous montrer. Elle use de techniques de la narration qui sont chargées d'embellir les choses, mais au risque de les dénaturer. De même, les débats comme le *Ça se discute* de Jean-Luc Delarue, qui donnent l'impression d'être réalisés en direct, font l'objet d'un montage et subissent de nombreuses coupures.

UNE CARICATURE DE LA DÉMOCRATIE

LES genres ressortant à la télé réalité sont-ils *inévitablement contemporains* ? s'agit-il d'une télévision *postmoderne*, s'inscrivant dans le *passage progressif de la modernité à la postmodernité* ? est-ce une *résultante d'une mutation des fondements spécifiques aux médias et de fondements sociaux plus large*, l'apparition d'une *néotélévision* ?⁽⁵⁾ À quel nouveau monde médiatique sommes-nous donc confrontés ?

Pour certains, la participation du public dans les émissions est la marque d'une citoyenneté en marche. François Jost a dressé un florilège d'auteurs soutenant cette idée⁽⁶⁾, par exemple Chambat et Ehrenberg qui évoquent une triple évolution, "*de la masse à l'individu, de la passivité à l'activité, de l'aliénation à la relation à soi-même*", ou Plaisance, qui lie "*le développement de la télé vérité à celui de la démocratie*." D'autres ont considéré déjà que l'audimat n'établissait pas une dictature, sinon celle de tous, affirmant que les mesures d'audience assurent le contrôle démocratique du média, prétendant que "*L'audimat, c'est nous (...) la critique de la dictature de l'audimat est d'abord la forme moderne de l'ancienne méfiance des élites progressistes à l'égard du peuple et singulièrement à l'égard de l'opinion et des goûts des 'classes basses'*."⁽⁷⁾ C'est évidemment faux, puisque l'audimat n'est pas un système qui donne une voix égale à chacun : un téléspectateur y pèse en fonction du temps qu'il passe devant le petit écran. En gros, en France, un tiers des téléspectateurs sont responsables des deux tiers de la consommation télévisuelle, et disposent donc de deux voix en moyenne : c'est un retour au vote plural, et les mesures d'audience enregistrent le poids des gros téléphages.

Les émissions interactives nous appellent certes à voter, mais nous pouvons voter autant de fois que nous sommes disposés à payer de communications téléphoniques. Ce suffrage est, en quelque sorte, censitaire.

Les médias ne sont pas démocratiques. Ils s'inscrivent totalement dans une culture de la consommation. Les stars que produit la télé réalité sont réifiées – chosifiées – elles sont marchandisées, transformées en produits d'un bon rendement, quoique peu coûteux à fabriquer. Ces produits sont périssables, ces stars ne sont que de passage.

Si nous nous identifions à elle, nous partageons leur sort : nous nous croyons consommateurs, et nous ne sommes plus que des marchandises enregistrées et comptabilisées par l'audimat.

Gabriel THOVERON

(1) Bruxelles, éditions Labor, collection Quartier libre, 1999.

Si j'ai mis l'accent sur le spectacle, d'autres préfèrent mettre en avant la communication, au sens qu'elle a pris aujourd'hui : voir Jean CHARRON & Jean DE BONVILLE, "Le paradigme de communication" dans la revue *Communication*, Université Laval, Québec, 1996, pp. 51 à 97.

(2) Patrick CHARAUDEAU & Rodolphe GHIGLIONE, *La Parole confisquée. Un genre télévisuel, le talk show*, Paris, Dunod, 1997, p. 7.

(3) Bruxelles, Le Grand Miroir, collection Petit Panorama, 2004.

(4) Sébastien ROUQUETTE, *Vie et mort des débats télévisés 1958-2000*, Bruxelles, De Boeck-INA, 2002, p. 94.

"Que cache vraiment l'idéologie des jeux télé ?", dans l'hebdomadaire *Marianne*, 8 Avril 2002. L'auteur est présenté comme philosophe.

(5) On trouvera ces expressions dans le rapport *Réalité et fiction* réalisé par Daniël Biltreyst et une équipe de l'Université de Gand pour le compte de la Fondation Roi Baudouin, soit qu'ils les reprennent à leur compte, soit qu'ils les citent.

(6) cités par François JOST, *La Télévision du quotidien*, INA & De Boeck Université, 2001, p. 168.

(7) Michel GHEUDE, *Voir c'est faire, apologie de la télévision*, Ottignies LLN, 1997, pp. 123-124.

Jean-Marie CHARON

Débattre sur le traitement de l'information

DE rencontres publiques en sondages désormais réguliers, le public manifeste avec force ses interrogations et plus souvent ses critiques à l'égard du traitement de l'information. Les acteurs sociaux, politiques, culturels font preuve également de leur agacement face aux conditions dont les médias leur paraissent rendre compte de la réalité au sein de laquelle ils interviennent. Les professionnels, eux-mêmes, à commencer par les journalistes, sont loin d'être satisfaits. Certains d'entre eux le manifestent bruyamment dans des livres souvent sévères. Pour autant il n'était pas certain jusqu'à ces derniers temps qu'ils soient prêts à en débattre avec ceux auxquels ils destinent leur production. Les logiques de structures telles qu'elles se manifestent quotidiennement, course à l'audience, pression publicitaire, concentration, etc. ne sauraient non plus être tenues à l'écart de toute réflexion quant à la qualité et à la pertinence de l'information diffusée dans une société telle que la nôtre.

Le constat des problèmes n'est donc plus à faire. Peut-être faut-il revenir sur la manière dont les questions sont posées. Il faut également s'attarder à l'éventail des réponses communément invoquées. Comment interpréter les réticences à les mettre en œuvre ou leur faible impact. Il semble dans tous les cas qu'un préalable fasse défaut, celui des conditions d'un débat public, dans la durée, centré sur les conditions dans lesquelles se trouve traitée notre information.

CRITIQUES ET CRISE DE CONFIANCE DU PUBLIC

CHAQUE début d'année le désormais célèbre sondage *La Croix* – SOFRES¹, vient rappeler l'ampleur du doute à l'égard de l'information délivrée par chacun des grands médias : bon an mal an, un Français sur deux ne croirait pas à ce qu'écrivent, disent ou montrent les grands médias. Ce qui est surtout significatif, est que lorsque le traitement des événements a été particulièrement contesté, la proportion des tenants du doute s'accroît. Ce fut particulièrement frappant après les affaires du charnier de Timisoara, puis de la première guerre du Golfe. Le phénomène fut également d'une très grande ampleur, après la présidentielle de 2002.

La liste des griefs avancés qui peut être déduite des principaux sondages sur le sujet, comme d'un très large ensemble de séminaires, réunions publiques, auditions ou missions, est assez stable et tout à fait significative. Au premier rang des reproches figure toujours le mauvais traitement fait aux personnes (viol de l'intimité, non respect de la présomption d'innocence, représentation dans des postures ou situations dégradantes, etc.). Très rapidement va intervenir également la question de l'absence d'anticipation quant aux conséquences de ce qui est présenté dans l'information (risque d'imitation ou de contagion en matière de violence ou de délits, atteintes à l'autorité ou la crédibilité d'institutions, dégradation de l'activité d'une entreprise, etc. En troisième

lieu se trouve regroupé tout un ensemble de comportements découlant de la surenchère concurrentielle (recherche du spectaculaire, coups, démagogie, etc.). Il faut enfin accorder toute sa place à l'importance qui est donnée à l'accumulation d'imprécisions, approximations, petites erreurs, contresens, etc. qui finalement seraient omniprésents dans le traitement courant des nouvelles. Ce que certains qualifieront de "manque de fiabilité".

LES REPROCHES DES PRINCIPAUX ACTEURS SOCIAUX

QU'ILS soient politiques, dirigeants d'entreprises, syndicalistes, travailleurs sociaux, responsables de mouvements, militants associatifs, etc. la litanie des reproches à l'égard des médias est impressionnante, mais aussi marquée d'une certaine constance. Il n'est pas étonnant, que le reproche le plus fréquent porte sur les choix et la hiérarchie des sujets : pourquoi privilégier tel événement, telle question, tel phénomène, alors que celui-ci aurait moins de signification ou de conséquence, que l'acte ou la déclaration de chacun des acteurs appelés à s'exprimer par le sujet. Le décalage est compréhensible et pas forcément condamnable. A l'examen et dans le cours de nombreux débats, il faut bien reconnaître que les reproches ainsi formulés, mériteraient souvent d'être entendus et analysés par les rédactions. Ce qui semble impensable, tant pour celles-ci, il ne s'agirait que de la prétention de "sources" à limiter l'indépen-

dance nécessaire du travail journalistique.

Dans un second temps et de manière finalement beaucoup plus significative les reproches vont porter sur une multiplicité de distorsions, contresens, approximations qui émaillent les comptes rendus, citations, reportages les concernant. Loin d'être marginales ces déformations produiraient de nombreux effets pratiques qui peuvent concerner la vie concrète du public lui-même, le rapport aux institutions, les relations entre acteurs politiques ou partenaires sociaux, etc. Ces conséquences sont finalement tellement substantielles, qu'elles conduisent à invoquer l'irresponsabilité, mais aussi l'impunité, qui caractériserait à leur yeux le comportement des journalistes. Irresponsabilité, d'autant plus insupportable que ceux qui revendiquent en permanence leur légitimité à critiquer, refuseraient de voir cette critique s'appliquer à eux-mêmes.

CRAINTE DE TENTATIONS LIBERTICIDES

NOMBRE des ouvrages écrits par des journalistes au cours de ces dernières années ne sont pas moins critiqués² à l'égard des dérives que connaîtrait l'information. Il n'en reste pas moins que pour toute une partie de la profession, il est difficile d'entendre ce procès instruit, de la part du public ou de la part des « sources », qui sont bien souvent également des représentants des différents types de pouvoirs (politiques, économiques, etc.) ou pour le moins des intérêts particuliers. Que les journalistes s'interrogent sur leur activité est une chose, accepter les critiques et reproches des principaux acteurs de l'actualité, voire de milieux sociaux ou professionnels, ouvrirait les portes à toutes les tentations d'encadrement de l'information³.

Dans un vieux pays de lutte pour la liberté de la presse, les crises et combats successifs ont laissé des traces profondes, chez les journalistes, toujours prompts à repérer les intentions « liberticides ». Et s'ils risquaient de l'oublier, les multiples initiatives du législateur, sans parler des annonces des politiques, seraient là pour leur rappeler ce penchant français à vouloir sans cesse intervenir la loi, là où devrait prévaloir, la responsabilité et la déontologie professionnelle. Sans compter qu'un syndi-

cat tel que le SNJ-CGT s'inquiète alors de voir dans cette critique de la pratique journalistique une manière de culpabiliser les seuls journalistes, comme s'ils agissaient sans contrainte, hors de tout contexte économique et d'entreprise, dédouanant en cela les éditeurs, comme les propriétaires des médias.

BOULEVERSEMENT DES STRUCTURES ET DES MOYENS

EST-IL possible de s'interroger sur les conditions de traitement de l'information sans intégrer la question des mutations considérables qu'ont connues les entreprises de médias : d'un côté l'ensemble des grands médias s'est - en deux décennies - largement ouvert au privé, se trouvant désormais liés à des groupes fortement internationalisés⁴, dont le poids économique peut dépasser la taille du marché français (soit de l'ordre de 17 milliards d'Euros, là où le chiffre d'affaires d'AOL Time Warner dépasse les 30 milliards). L'actualité de la dernière année a été riche en France, sur ce plan, avec la prise de contrôle de la Socpresse - et son fleuron le Figaro - par Dassault - un avionneur, marchand d'arme de plus... En grossissant, se concentrant et s'internationalisant de tels groupes soumettent désormais chaque entreprise de média à des critères de gestion, des ratios de performance, issus d'autres secteurs, qui ne peuvent qu'avoir des répercussions puissantes sur la manière de collecter, analyser, diffuser l'information. Il est à cet égard intéressant de noter qu'après 20 années de ce mouvement puissant le nombre de journaliste n'ait fait que doubler (de 16 600 à 31 900 entre 1980 et 2000), alors que le nombre de magazines explosait⁵, les radios étaient multipliées par plus de dix, les télévisions empruntant progressivement le même chemin et qu'un nouveau média, l'Internet, se diffusait largement, entraînant la création de centaines de sites et services.

De telles évolutions n'auraient pu s'opérer sans l'apport du numérique, des technologies de l'espace et l'incroyable mouvement de miniaturisation de l'électronique : ordinateurs et téléphones portables, connexions aux réseaux de télécommunications de toutes natures, caméras allégées et devenues autonomes, capables d'émettre en temps réel vers les satel-

lites, montage numérisé, etc. la liste des outils quotidiennement à la disposition des journalistes est considérable. Elle a formidablement flexibilisé les conditions d'emploi des journalistes, mais elle les a aussi rendus plus dépendants des structures et organisations de traitement de l'information, sans compter que nombreux sont ceux qui ont plus de mal à trouver leurs repères professionnels dans la maîtrise d'outils toujours plus rapides, puissants et changeants.

Globalement les véritables décideurs sont de plus en plus lointains. Les structures de collecte, voire d'analyse et traitement de l'information sont davantage éclatées (multiplication des pigistes, agences d'images, cabinets d'infographies, etc.). L'éventail des informations traitées s'élargit sans cesse. Les domaines couverts sont souvent très complexes. La polyvalence et l'emploi de « généralistes » devient la règle, aux dépens du spécialiste ou du rubricard. Le rythme et les délais de diffusion s'accroissent - certains diront s'emballent - pour tous, avec des effets de spirales redoutables (cf. des affaires que le « bagagiste de Roissy » ou Marie L.). Au final les journalistes, surtout dans l'audiovisuel, ont de plus en plus de mal à situer leur propre responsabilité dans ce système dont ils se sentent dépossédés. Ils reprochent à leur hiérarchie de ne plus être que gestionnaire ou technicienne, et certainement plus journalistique ou éditoriale.

QUESTION DE RESPONSABILITÉ

FACE au constat des dérives ou dérapages de l'information les réponses avancées au sein du public, comme par les acteurs sociaux consultés, sont assez proches⁶ : 1) il faut (mieux) former les journalistes. Moins d'un journaliste sur cinq aurait suivi une école reconnue par la profession. Pour autant les recherches⁷ montrent que le « niveau monte ». Le déficit se situerait plutôt du côté de la préparation à l'exercice de profession ou du type de compétence acquise (surtout littéraire), ainsi que du côté de la formation permanente. 2) il faut que la profession soit dotée d'une charte ou d'un code déontologique. Cela signifie-t-il que les chartes existantes (dite de « 1918 » ou surtout la « charte de Munich » de 1971) soient caduques ou bien que le public en ignore l'existence, tant les journalistes paraissent peu s'y référer ?

Nombre d'entreprises se sont également engagées dans l'élaboration de tels documents, y compris TF1, sans que le résultat apparaisse suffisamment substantiel. 3) Une autorité doit pouvoir juger de l'application d'une telle charte : conseil de presse, comité d'éthique, haute autorité. Ailleurs dans le monde et particulièrement en Europe de telles instances existent⁸ et exercent leur rôle avec plus ou moins de bonheur. En France, le sujet est comme tabou, immédiatement stigmatisé par la référence à un ordre professionnel, aux relents vichystes.

Sans vouloir trancher à priori sur la pertinence de ces différentes solutions, il faut tout du moins constater qu'elles laissent de côté, voire iraient même parfois à l'encontre de la question centrale, qui est celle de la responsabilité des journalistes : de chaque journaliste, mais aussi des journalistes en tant que collectif d'une rédaction. Or c'est bien cette responsabilité qui est en crise, qui se cherche, sachant que celle-ci ne peut-être que le préalable à tout, dans une activité qui par nature devra toujours faire face à l'urgence et à l'imprévisibilité des situations. Dès lors une charte – table de la loi – aussi complète soit-elle ne sera jamais totalement adaptée aux situations concrètes. Une autorité ne pourra que statuer sur des fautes graves et spectaculaires, au risque de stigmatiser quelque bouc émissaire. Quant à la formation, nécessaire et utile, elle doit trouver un relais au quotidien, par un retour sur le travail produit, sur le contenu même de l'information délivrée. Rien ne peut mieux assurer un tel relais que l'institution et le développement dans la durée d'un débat public sur l'information.

UN DÉBAT PUBLIC MULTIFORME

QUELLES peuvent être les conditions d'un tel débat public ? Elles ne sauraient bien sûr être décrétées. Il ne faut sûrement pas imaginer qu'il puisse se tenir en un lieu à un seul moment donné. D'autant que les décalages observés dans les attentes et les sensibilités en rendent plus difficiles la réalisation. Pourtant, au regard de la dernière décennie, il semble bien que des pas, certes modestes, mais néanmoins significatifs ont été réalisés. Faute de pouvoir les évoquer tous, il est possible d'en rappeler quelques-uns. Claude-Jean Bertrand, dans son inlas-

sable travail en faveur de moyens d'actions en faveur de la déontologie, rappelait régulièrement dès les années quatre-vingt l'inexistence en France, de lieux et d'outils de critiques des médias, tout comme il regrettait l'insensibilité à des formes de médiation telles que les ombudsmen, sans parler d'instances de discussion sur le travail des médias. Sur chacun de ces points un bout de chemin est entamé : les livres de critique des médias se sont multipliés, suscitant parfois de violentes polémiques. Les journalistes eux-mêmes n'hésitent plus à recourir à un tel support, tout comme certains d'entre eux se sont engagés dans des émissions ou des rubriques dont l'objet est précisément cette critique (tel "Arrêt sur image" ou "Médiatiques" de Daniel Schneidermann). *Le Monde*, puis la plupart des entreprises de l'audiovisuel public se sont dotés de "médiateurs", qui progressivement expérimentent les ressources d'un tel dispositif. Les Entretiens de l'Information⁹, comme l'Observatoire Français des Médias, avec des modalités différentes organisent régulièrement discussion, réflexion, analyse sur le traitement de l'information.

Est-ce suffisant ou doit-on envisager d'autres pistes ? Il est urgent que davantage d'acteurs de la vie politique, économique, culturelle, associative s'impliquent ou trouvent leur place dans de telles démarches, sans attendre une initiative qui viendrait "d'en haut" ou de l'ensemble des médias. Il serait imaginable que sur chacun des sujets qui font problème, chaque grande dérive sur un sujet concret, ces acteurs mettent place des lieux de débat et de discussion dans lesquels les journalistes, mais aussi nécessairement les responsables de médias trouveraient leur place. L'exercice n'est pas simple tant le citoyen, le public, chacun d'entre nous, avons chacun notre idée sur la question, mais ne sommes pas forcément formés et préparés à un tel débat critique. C'est là que se situe précisément l'une des missions de l'Education Nationale, engagée dans cette voie avec la création du CLEMI au début des années 80, mais qui demande à être élargie et amplifiée.

Deux arguments militent pour de nouvelles initiatives en faveur d'un tel débat public. En premier lieu, bien sûr, le maintien d'un fort niveau de défiance à l'égard des médias, qui ne peut qu'être dangereux dans une démocratie, où les

médias sont les principaux canaux d'accès aux questions en discussion, aux projets, aux prises de positions importantes, à l'exercice de la critique et du contrôle des pouvoirs. En second lieu, jamais sans doute une frange aussi importante de journalistes ne s'est montrée aussi réceptive à une telle démarche. Les laisser sans réponses s'est s'exposer à des risques de repli corporatif, voire de développement de comportements cyniques. Il y a donc urgence pour que chaque grand acteur social se sente lui-même interpellé et quelque part redevable de s'engager dans un tel débat public, pour en inventer les formes, nourrir son contenu, contribuer à lui donner toute l'ampleur nécessaire.

Jean-Marie CHARON

1 Réalisé pour la première fois, en 1987, pour le compte de la Croix et Médiaspouvoirs, auquel s'est joint ensuite *Télérama*, auquel a succédé *le Point*. Le "baromètre", réalisé au terme de chaque année, comprend un volet concernant la confiance dans chacun des grands médias, suivi d'une évaluation plus générale de l'intérêt pour l'information, de la perception de l'indépendance des journalistes, de la crédibilité des principales entreprises d'audiovisuel. Le dernier volet consiste à interroger les Français sur leur perception du travail des médias à propos du traitement des principaux événements ou dossiers de l'année. Depuis 2003, un sondage comparable est organisé par BVA pour le compte de Libération (partenaire de l'Université d'été de la Communication à Hourtin) qui fournit des indications assez convergentes.

2 D. Carton, *Bien entendu... c'est off*, Albin Michel, E. Dor et B. Valette, *Les vertus du mensonge*, Sens Tonka, etc.

3 Position traditionnelle de la profession, que l'on voit affirmée dès la naissance du Syndicat des journalistes dès 1918. Cf. D. Ruellan, *Le professionnalisme du flou*, PUG ; Christian Delporte, *Les journalistes en France 1880 - 1950*, Seuil.

4 Lagardère média, Bertelsmann (RTL, M6, France Loisirs ou Prisma presse en France), comme News International (Murdoch) par exemple réalisent plus de la moitié de leur chiffre d'affaires hors de leur pays d'origine.

5 Au rythme de 200 à 300 nouveaux titres par an au début des années 2000.

6 Elles sont par exemple avancées dans l'avis de Commission Nationale Consultative des Droits de l'Homme en 1995 ou le rapport du Conseil Economique et Social de 1999.

7 Notamment D. Marchetti et D. Ruellan, *Devenir journaliste. Sociologie de l'entrée dans le marché du travail*, Documentation Française ; V. Devillard et al. *Les journalistes français à l'aube de l'an 2000*, Editions Panthéon Assas.

8 C.-J. Bertrand, *L'arsenal de la démocratie*, Economica.

9 Créés en 2001, ils regroupent journalistes (syndicats, écoles, médiateurs, individus), éditeurs et entreprises de médias, chercheurs et universitaires, associations et personnalités indépendantes. Ils ont vocation à revenir sous forme de débats réguliers sur le traitement de sujets ou d'événements qui a fait problème. Cf. *Les Cahiers du Journalisme*, numéros hors série d'avril 2003 et avril 2004.

Eric FAVEY

Tout est possible... même le meilleur !

RAPPROCHER les deux termes, communication et citoyen... c'est évidemment penser chacun des deux et leur relation, "ici et maintenant" dans la société de 2004, en évitant raccourcis et amalgames. L'exercice n'est pas aisé car les deux mots sont chargés d'histoire, de symboles, de passions, de réalités différentes et de mythes.

Nous sommes installés dans l'ère de la communication par la conjonction de plusieurs phénomènes. Tout d'abord la communication interpersonnelle est marquée par les profondes mutations des mœurs à l'œuvre depuis les trente dernières années : modification, malgré la persistance de certains rapports de domination, de l'autorité traditionnelle dans la famille, le couple, à l'école, au travail. Elle fait place à des relations plus fonder sur la discussion, l'écoute, la négociation, l'échange : la communication.

Dans le même temps les médias audiovisuels ont explosé depuis 1950 avec une forte accélération depuis 1981 : radios, télévisions avec le développement simultané de la publicité et du marketing.

Aucun des secteurs de la vie sociale, domestique, culturelle, économique et politique n'échappe à l'informatisation et la numérisation. Jusqu'au téléphone qui transporte sons, textes et images et fait de "T'es où ?" le sésame, l'amorce de toute conversation. Tout cela s'opère dans un contexte de délocalisation

des espaces de décision, de production et de désynchronisation des temps habituels aux activités humaines.

C'est ainsi que la communication est à la fois magique et inquiétante : elle rapproche autant qu'elle éloigne, elle unit autant qu'elle fragmente, elle ouvre autant qu'elle ferme. Elle est magique par son étymologie "entrer en relation" : créer des ponts entre des individus, des mondes, des peuples, transmettre des informations, diffuser des connaissances, contribuer à éveiller des consciences. Elle inquiète quand elle envahit, manipule, s'immisce dans les vies privées, renforce la concentration des pouvoirs, nourrit les mises en fichiers incontrôlées, standardise, impose des modèles et ne permet pas de penser pacifiquement le rapport à l'Autre, si indispensable dans un monde largement ouvert ou la circulation des cultures ne suppose pas leur cohabitation.

Pour chacun d'entre nous, en France et en Europe, notre vie quotidienne est faite d'une part croissante de communication, tout particulièrement de pratiques pluri-médiatiques. Ainsi dans une vie humaine de 80 années en a-t-on consacré 27 à dormir, 3 en formation scolaire, 8 en activités professionnelles et 42 en activités personnelles : repas, transports, achats, loisirs, dont 12 années à regarder la télévision et 3 années à écouter la radio, voir des DVD, jouer et naviguer sur le web. Bien sûr tout ceci n'est que moyenne et chacun jurera que ce n'est pas son cas...refaites bien les calculs !

C'est dans ce contexte qu'il faut prendre en compte la relation qu'il y a évidemment entre la communication et citoyen.

Voir déjà midi à sa porte...car plus loin c'est trop compliqué et ce n'est pas la bonne heure ! Inutile d'envisager dans ce cadre une approche de cette relation par une dimension théorique du citoyen et de la citoyenneté. Là, plus qu'ailleurs, il convient de se méfier des incantations, des discours nostalgiques, des invocations de la République qui se limitent à ne l'envisager, comme la démocratie, que dans le ciel des idées ou le rappel des principes, là où elles sont plus que jamais des pratiques politiques capables de faire vivre la liberté, l'égalité et la fraternité. Alors convenons qu'il n'y a jamais eu d'âge d'or du citoyen, que ce n'est pas un état de naissance, que son apprentissage est continu et son exercice est aujourd'hui plus complexe qu'hier. La communication constitue bien un des outillages majeurs de la citoyenneté, mais aussi son objet. Devenue une valeur, la communication ne peut échapper à la vigilance, à sa promotion comme droit tout comme à sa critique quand elle porte atteinte aux droits des personnes et au droit collectif.

Alors le citoyen, dans la société de communication, ...tonique ou endormi, curieux ou anesthésié, disponible ou désorienté ? Les observateurs rigoureux montrent que le tableau est contrasté. Dans le cadre d'espaces politiques changeants, encore instables (collectivités, Europe), aux souveraine-

tés qui se cherchent, se contestent, se superposent et dans un contexte qui rend les questions à traiter interdépendantes, pour certaines planétaires... Le découragement pourrait l'emporter. Pourtant, grâce à l'élévation du niveau d'éducation, aux médias d'information, nous sommes plus exigeants sur les programmes, plus invités aussi à donner notre avis et à décider, toujours plus nombreux dans les associations et mobilisés lorsque les périls menacent : extrême-droite, racisme et antisémitisme, conflits et catastrophes. Mais nous sommes aussi moins prompts à aller voter (l'abstention a beaucoup progressé sur 20 ans), moins confiants dans les grands corps intermédiaires (syndicats, partis, associations nationales), plus individualistes dans nos comportements et déjà motivés par notre cadre immédiat de vie locale, rendant ainsi plus délicat la combinaison de l'intérêt général (d'ailleurs qu'est-il en 2004) et de nos préoccupations particulières. Mais est-ce réellement de la désaffection pour "la cité" et la marque d'un désir de vivre dans l'indifférence des autres, dans la côte-à côte, dans la frénésie de la consommation comme seule réalisation de soi. Rien ne permet cette conclusion. Par contre tout autorise à comprendre le désarroi des citoyens qui ne voient pas de solutions s'esquisser à leurs difficultés qui durent, la révolte de ceux qui n'admettent pas que tant de richesses étalées soient aussi mal réparties, le doute de ceux qui faisant les efforts que nécessite la compréhension des enjeux de société n'admettent plus les discours simplificateurs de certains responsables, le refus des préjugés de ceux qui ne retrouvent pas dans les médias la diversité sociale et culturelle de notre société...

Le découragement et le sentiment d'impuissance peuvent l'emporter. Le rejet des élus du suffrage universel, injustifié dans l'immense majorité d'entre eux, peut aussi naître dans l'information révélée : c'est heureux pour la démocratie s'il est avéré qu'il a trahi son mandat, c'est dramatique, mais pour tout individu aussi, si le sensationnel l'a emporté sur le respect de la chose jugée.

Il est plus nécessaire que jamais de mobiliser toutes les dimensions de la communication pour former, informer et rassembler le citoyen de 2004. Mais il est tout aussi indispensable que la communication et l'information soit l'objet d'une véritable attention des citoyens. S'il faut comprendre le monde

tel qu'il est pour ne pas s'y laisser prendre, la communication constitue avec l'éducation, l'accès à la culture dans la diversité de ses contenus et de ses formes et l'information, un des leviers de la compréhension et un des éléments majeurs constitutifs de ce monde à comprendre. C'est de cette culture, œuvre et action à la fois, constituée et à venir aussi, dont la citoyenneté ne peut s'exonérer,

Le savoir, la connaissance et l'information sont devenus des ingrédients moteurs de nos sociétés. Les conditions de leur production, de leur diffusion et de leur appropriation sont déterminantes pour la nature de "l'en commun" que nous envisageons. L'usage que nous ferons de la communication est au cœur de ces choix.

Dans le même temps que la société de la communication s'est installée, ses technologies en ont accéléré la mondialisation et la globalisation. Mais de 1980 à nos jours l'écart entre les 5 pays les plus riches et les 5 pays les plus pauvres de la planète s'est accru de 30%. Un quart de la population mondiale vit avec moins de un euro par jour. Les étudiants en médecine des universités américaines ont 5000 périodiques à leur disposition pendant que ceux du Burkina Faso en ont 50.

Alors faisons un rêve. A l'inverse de "la révolution industrielle" du XIX^{ème} siècle assurée par une majorité de travailleurs analphabètes dans l'exploitation et la souffrance, "la révolution informationnelle" du XXI^{ème} siècle pourrait être conduite et maîtrisée par des citoyens alphabétisés dans une démocratie plus participative et solidaire. Elle pourrait l'être sans l'écrasement des cultures qui a prévalu alors, sans l'arrogance de notre "Nord", européen et américain qui persiste à imposer ses normes et ses modèles au mépris de valeurs universelles enfouies dans d'autres civilisations, tout en proclamant, une main sur le cœur et l'autre dans les marchés boursiers, qu'il faut préserver la diversité culturelle.

Si le temps de la "Terre-Patrie" se profile, le temps de l'Homme mondial n'a de sens et d'intérêt que s'il fait "de l'Homme la mesure de toute chose". Là se situe le clair objet du travail des citoyens et l'enjeu majeur des années qui s'ouvrent. Là réside l'utopie sans laquelle il n'est pas d'élan collectif et émancipateur. Risquons quelques pistes pour que la communication nous y facilite la tâche.

Ce qui nous occupe relève du gouvernement de soi et de la société et de la capacité que nous devons toutes et tous avoir d'y construire notre autonomie et notre aptitude à y vivre solidairement.

Dans cette construction, l'Ecole est évidemment déterminante. Si elle ne constitue pas le point de départ de tout - la famille et les autres apports culturels étant tout aussi déterminants -, elle constitue le temps commun de toutes et tous. Pour quoi y faire devrait être le cœur du débat qui l'agite. Pour y apprendre à communiquer devrait être une priorité... pour la société de communication. L'obtention d'un brevet d'usage de l'Internet est un bien insuffisant outillage. Compte-tenu du fait qu'à 20 ans, un individu aura consacré autant de temps à l'Ecole qu'aux médias dans leur diversité, peut-on laisser cette pratique culturelle déterminante pour l'élaboration d'une représentation des autres et du monde au seul hasard ? Ne devrait-on pas dans la vérification des acquis, du socle commun de connaissances et de compétences que tout jeune doit avoir acquis à l'issue de sa scolarité obligatoire, intégrer l'analyse du journal télévisé, de la une d'un quotidien, des choix de liens d'un site web ? L'apport général de la scolarité à la nécessaire distance critique est ici trop abstraite, trop éloignée de la réalité des pratiques culturelles des enfants et des jeunes. Ajoutons qu'une société qui intègre la communication dans tous ses espaces doit aussi mieux préparer... à communiquer par tous les langages, dont le nouveau langage multimédia, à s'exprimer pour être compris, à argumenter, débattre, à négocier, à coopérer. Toutes choses que l'institution scolaire intègre insuffisamment dans ses contenus et dans ses pratiques, tant dans la scolarité obligatoire qu'après et dans la formation des futurs dirigeants.

Toutes les pratiques démocratiques institutionnelles devraient faire l'objet d'une plus grande attention et surtout d'une plus grande rigueur. Il ne suffira pas d'invoquer la démocratie participative dans les programmes électoraux pour redonner de la vigueur et de l'intérêt à la délégation de suffrages sans laquelle il n'est pas de démocratie durable et féconde. Surtout si dans les faits c'est pour confondre démocratie participative et pure promotion de sa politique. Encore plus si c'est pour éviter la délibération sur des choix possibles en les occultant ou en les ficelant à l'avance. Délibérer, participer et délé-

guer ne peuvent se concevoir sans informer et communiquer et il s'agit là d'une dialectique ou les convictions doivent s'exprimer pour l'émetteur...et le récepteur. La communication publique est au cœur de cette dialectique tout comme les médias d'information. Mais la préservation et le développement d'un véritable espace public, sous des formes à renouveler, sont décisifs, en particulier sur le web, dont l'économie générale échappe encore à nos règles habituelles et qu'il faut d'autant plus préserver des appétits exclusifs du profit, mais également de l'encadrement trop institutionnel, surtout lorsqu'il est guidé par la persistance des dominations en tout genre.

C'est une évidence. de rappeler que l'information est une des clefs de l'exercice de la citoyenneté. Les médias et les journalistes sont malmenés par leurs usagers. Même la presse écrite vit une véritable crise de confiance comme le montre le récent sondage BVA/Libération rendu public à l'occasion de la 25^{ème} université de la communication d'Hourtin. Ici il ne sert à rien d'enfermer un peu plus les journalistes dans un sentiment d'assiégés. La complexification de leur métier est un des éléments de leurs difficultés, son économie et la pression technique un autre. Mais en dehors d'une relation plus étroite avec les lecteurs, les auditeurs et les téléspectateurs...il n'y aura point de salut. Elle est à trouver dans chaque médias et à travers des initiatives comme "les Entretien de l'information". Pour évoquer les conditions de traitement de l'information mais aussi les risques que les concentrations abusives ou les mélanges d'intérêts entre les marchands d'armes ou "les bétonneurs" et les éditeurs de presse font courir au pluralisme de l'information. C'est dans ce cadre aussi qu'il est important de reformuler l'importance et la singularité d'un service public qui doit être débarrassé de la pression des intérêts privés et de la publicité. Non seulement il ne faut pas supprimer la redevance, mais certainement assumer avec courage l'impérieuse nécessité qu'il y a d'assurer un financement nettement plus important et pérenne du service public de l'information et de la communication. Cela vaut évidemment pour la création et les industries de programme, qui sans soutien public, vouent la télévision en particulier à une éternelle soumission à l'audience, aux standards et aux moyennes. Or la démocratie a besoin de curiosité, de détour par ce qui dérange sans mépri-

ser. Les médias privés savent quelquefois le faire, le service public devrait avoir les moyens de s'en faire une obligation.

L'observation des usages sociaux de la communication et de ses nouveaux outils laisse à penser que les institutions culturelles sont prises également dans les mutations en cours et qu'elles sont parfois sur la défensive, là où elles pourraient renouveler leur forme d'action. Elles sont en effet déterminantes pour favoriser le rapport à la culture scientifique, esthétique, sociale, politique, patrimoniale sans lequel l'éclairage du citoyen est amoindri. Toutefois dans une société plus cultivée, plus informée, la question n'est-elle pas plus que jamais l'usage que l'on fait de cette culture disponible ? De la démocratisation culturelle et ses limites ne doit-on pas accélérer le pas vers la démocratie culturelle, celle qui ne reconnaît pas tout à valeur égale, mais permet aux différentes dimensions de la culture de se féconder pour mieux faire vivre les valeurs ? Comment articuler des lieux et des institutions à des habitants pour qui la reconnaissance de leur capacité produire de la culture est aussi importante que leur accès à une culture constituée ? Les choix et les blocages devant lesquels nous sommes ne sont-ils pas essentiellement culturels ? Peut-on se permettre de gaspiller ou d'ignorer les savoir-faire, les intuitions, les inventions, les rêves dont nos sociétés sont maintenant capables, au croisement de bien des spécialités qui sont impuissantes à dialoguer hors de leurs cercles d'initiés ? On ne résoudra pas les questions d'aujourd'hui avec les réponses d'hier, ce qui ne signifie pas, loin s'en faut que l'expérience et l'histoire ne soit pas déterminantes aussi. Mais tout comme l'identité elles sont des trajectoires... qu'il faut communiquer.

Enfin nous savons la place qu'a prise, dans les discours et heureusement dans les faits "la société civile" organisée, En particulier la vie associative. C'est une des formes constitutives de la démocratie et un des interstices de la citoyenneté par le tissu de capillarité qu'elle a créé en un siècle. Il n'est pas exempt d'interrogations sur ses propres pratiques démocratiques, laissant quelquefois se développer en son sein des pratiques intéressées. Mais il est vrai que près d'un habitant sur deux communique dans son association. Certaines sont fédérées, plus de 30 000 par exemple dans la Ligue de l'Enseigne-

ment, et représentent ainsi une forme de réseau physique qui peut faire alliance ou utiliser les formes habituelles des médias ou le web, et évidemment la téléphonie. Mais elles sont peu nombreuses à avoir fait de l'information et de la communication un des objets de leur activité, de leurs débats, de leurs expressions. Ces questions leur semblent insaisissables, comme ramenées essentiellement au rang des pratiques individuelles. Pourtant les associations, surtout si elles se rangent dans la famille de l'éducation populaire savent que l'information et la communication sont au premier rang de leur engagement et de leur travail. De plus pour les mouvements associatifs qui ont fait le choix de la laïcité pour fonder leur action, ils ne doivent pas attendre que de quelconques "grands prêtres" de la communication daignent se pencher sur le peuple pour l'initier à des mystères qui n'en sont pas. Ils doivent dans un effort commun avec l'Ecole, les institutions culturelles, les professionnels de l'information, les citoyens engagés dans des partis et des syndicats, les habitants sur leurs territoires de vie... s'efforcer d'en appeler à la raison pour s'expliquer les causes et les conséquences des mutations brutales ou heureuses qui marquent notre époque. A demeurer inexpliquées ou incompréhensibles elles nous rendent sensibles - nous citoyens, futurs citoyens ou habitants aspirants à la devenir -, au bagout des démagogues, experts dans l'art de séduire par les simplifications les plus abusives.

Nous voyons bien que tout cela, notre envie d'une communication plus généreuse, plus attentive à la diversité réelle, mieux mobilisée pour faire progresser la compréhension entre les humains, n'a pas grand chose à voir avec les objectifs affichés récemment par le patron de TF1 : "vendre du temps de cerveau disponible" aux annonceurs publicitaires.

Notre projet est effectivement de continuer à éveiller, nourrir, reconnaître et valoriser le temps d'intelligence disponible en tout humain pour qu'il assure son émancipation avec celle de tous les autres humains. Partageurs de culture, fabricants de l'entre nous, entremetteurs de fraternité défricheurs permanents et infatigables de la citoyenneté...essayons d'être tout cela à la fois avec la communication pour nous y aider.

Eric FAVEY

Sélection d'après-demain



• LA VIE PASSIONNÉMENT BERTRAND DELANOË

Editions Robert Laffont - 263 pages

Bertrand Delanoë nous parle dans ce livre en 11 chapitres de ce qui l'a construit, de son parcours, de ses choix mais aussi des convictions qui l'animent. Il est né à Bizerte en Tunisie le 30 mai 1950. La famille restera en Tunisie jusqu'en 1964 ; ce sont des années de calme et de bonheur ; les enfants vont à l'école catholique, au tennis privé et font du sport nautique ; ils ont reçu une éducation sévère, exigeante mais joyeuse. Lorsqu'il a 14 ans la mère et les enfants s'installent à Rodez mais il a toujours rêvé de Paris qu'il va enfin visiter à 18 ans. C'est l'émerveillement. La ville l'enchanté et ne l'a jamais déçu.

Dès son enfance lorsqu'il allait au "sport nautique", il ne comprenait pas que les Arabes ne soient pas admis sur une plage privée. Son engagement pour la défense des droits de l'homme est certainement né à ce moment-là. L'indépendance de la Tunisie bouleversera la famille et s'il trouve que "c'est juste que la Tunisie soit indépendante, ce n'est pas juste de briser des vies" ; le déchirement de sa mère le jour du départ est encore dans sa mémoire.

C'est à Rodez qu'il découvre le parti socialiste. "A la base de tout son engagement politique, il y a l'indignation de l'enfant, la conviction de l'adolescent et l'admiration pour les modèles légués par l'histoire".

L'attentat de Madrid (chapitre 3) frappée au cœur le 11 mars 2004 le conduira en Espagne pour défiler aux côtés des Madrilènes et lui rappelle l'attentat du 3 octobre 80 contre la synagogue de la rue Copernic. "Comment aussi ne pas être atterré par la catastrophique guerre d'Irak déclenchée sur des prétextes mensongers... Comment excuser le scandale de Guantanamo". Mais encore le comportement des Tchétchènes. Leur cause est respectable mais la méthode "démontre un terrible mépris de la vie". Comment excuser aussi le mur de la haine construit par Israël.

Le chapitre 4 s'attarde sur toutes les discriminations qui doivent être abattues. Celle des homosexuels, en particulier les plus jeunes, "c'est la nature qui nous a fait homo ou hétéro". Un peu de vie privée aussi dans ce livre : le projet de l'auteur d'adopter deux enfants : un garçon et une fille. Ce projet longuement réfléchi qui avait été encouragé sera finalement abandonné par crainte de ne pouvoir, avec les engagements politiques qu'il allait prendre, assumer correctement l'éducation de deux enfants.

Après son échec à Avignon il décide, tout en continuant à militer, de s'éloigner de la politique pour fonder sa propre entreprise de conseil en stratégie. Pendant cette période il

apprécie la liberté que lui laisse Lionel Jospin et la compréhension de Gaston Defferre. Il "admire Mitterrand pour son brillant, son intuition et le véritable génie de l'histoire qui le caractérisait. Mais l'homme d'Etat qui lui aura inspiré le plus de considération c'est Lionel Jospin". Il donnait à la chose publique sa triple dimension d'analyse, de conviction et d'action, dans une absence totale de cynisme. "Il m'a donné de la force".

L'arrivée à la mairie de Paris s'accompagne très vite de changements dans la vie des Parisiens : la crèche dans les anciens appartements du maire, les couloirs d'autobus, la plage sur les quais, la nuit blanche (deux idées copiées par d'autres villes et capitales européennes) ; le mode d'attribution des logements sociaux, les conseils de quartier, mais aussi les comptes-rendus de mandat dans les vingt arrondissements. Une allusion dans ce livre à Mireille Jospin qui "a décidé le jour venu d'assumer sa mort en conformité avec sa vie et ses engagements".

Sensible à toutes les aspirations spirituelles il participe avec la même joie aux fêtes chrétiennes, musulmanes et juives, mais il rappelle aussi avec force son attachement à la laïcité.

Il s'intéresse aussi à l'art et pense que "pour peu que l'on prenne la peine de le rendre accessible l'art intéresse en fait tout le monde". La projection de films (gratuite bien sûr) est accueillie avec succès que ce soit dans les jardins de Montmartre (Amélie Poulain) où six à sept mille personnes étaient présentes, ou rue Amelot (Chacun cherche son chat). Après avoir réfléchi à ce qui manquait à Paris au point de vue artistique la création du Rond Point a été décidée. C'est une belle réussite. Aujourd'hui le Rond Point est un lieu dédié à l'amour du théâtre sous toutes ses formes.

Mais l'attention de la mairie se tourne aussi vers le sport, le maintien des commerces de proximité, le logement social, la création d'un prêt "Paris logement à taux zéro", la recherche, la candidature de Paris aux jeux olympiques de 2012.

Un dernier chapitre très important concerne la mondialisation de la social-démocratie car la nouvelle mondialisation n'est plus celle qui a longtemps prévalu : l'environnement, la préservation des richesses naturelles et bien d'autres sujets où l'Europe pourra jouer un rôle important.

Il se dégage de ce livre un souffle de liberté, de sincérité, d'humanité, de tolérance, de compréhension et d'amour de la vie qui nous fait mieux connaître et apprécier notre maire.

Est-il besoin de dire qu'au moins tous les Parisiens devraient lire ce livre ? Nous ne pouvons que les y encourager vivement.

Denise JUMONTIER

ACHETEZ LES COLLECTIONS RELIÉES DE NOS NUMÉROS PAR ANNÉE

1998

« Immigration »
Une politique des transports
Cent ans de combats
pour les droits de l'homme
Les entreprises publiques
ont-elles un avenir ?
L'agroalimentaire
Eau et développement durable

1999

Les services postaux
en Europe
La famille à l'approche
du XXI^{ème} siècle
La sécurité
Pour une politique
de l'énergie
L'insertion

2000

La défense
Une politique
industrielle
est-elle d'actualité ?
L'impunité
Les institutions
européennes
Les communes
La liberté d'association

2001

Internet et la démocratie
Les transports
La laïcité
2001 : une justice en
mouvement
Les tribunaux de commerce
Citoyenneté et corps
intermédiaires

2002

Le Président de la République
L'Etat et le marché
Le principe de précaution
Gouverner l'Europe
L'Islam dans le monde

2003

La jeunesse entre éducation
et répression
L'Afrique aujourd'hui
VI^e République ?
La guerre au XXI^e siècle
Gestion des âges et retraites
Le libéralisme économique
des faits

1975 - 1978 - 1979 - 1980 - 1983 - 1984 - 1986 - 1987 - 1989 - 1993 (épuisées)

Numéros parus en 2004 : Lobbying, communication d'influence et démocratie ; Les frontières de l'Europe ; Démocratiser la mondialisation ; Communication et citoyenneté.

Possibilité de commander séparément certains numéros de ces années sous réserve du stock.

Prix et renseignements ci-dessous.

JOURNAL MENSUEL DE DOCUMENTATION POLITIQUE

Dans chaque numéro : le dossier facile à classer, méthodique et objectif d'un sujet actuel, politique, économique ou social, conçu pour aider ceux qui veulent comprendre les problèmes contemporains (bibliothèques - services de documentation) et ceux qui ont la charge de les expliquer : éducateurs, syndicalistes, animateurs de groupes...

Après-demain n'est pas vendu dans les kiosques, mais seulement dans quelques librairies, il faut le commander ou s'abonner. Les numéros déjà parus et non épuisés sont encore en vente. Il existe des collections reliées des numéros par année (liste des numéros parus ci-dessus).

ABONNEMENT ANNUEL Ordinaire : 34 € • Étudiants et Syndicalistes : 26 € • Encouragement : 54 € •

Étranger : 51 € • Avion : 55 € • Règlement groupé de 5 abonnements : 122 €.

ABONNEMENT ANNUEL AVEC SUPPLÉMENT DROITS DE L'HOMME France : 49 € • Étranger : 66 €

PRIX DU NUMÉRO : France : 8 € (timbres, chèques ou mandat à joindre à votre demande). Étranger : 11 € (par CCP ou par coupon-réponse international).

COLLECTIONS RELIÉES DES NUMÉROS PAR ANNÉE Jusqu'en 1970 : épuisées • 1971 : 8 € • 1972 : 8 € • 1973 : 8 € • 1974 : 8 € • 1975 : épuisée • 1976 : 8 € • 1977 : 8 € • 1978 : épuisée • 1979 : épuisée • 1980 : épuisée • 1981 : 17 € • 1982 : 20 € • 1983 : épuisée • 1984 : épuisée • 1985 : 21 € • 1986 : épuisée • 1987 : épuisée • 1988 : 25 € • 1989 : épuisée • 1990 : 28 € • 1991 : 28 € • 1992 : 28 € • 1993 : épuisée • 1994 : 34 € • 1995 : 34 € • 1996 : 34 € • 1997 : 34 € • 1998 : 34 € • 1999 : 34 € • 2000 : 34 € • 2001 : 34 € • 2002 : 34 € • 2003 : 34 €

Paiement par chèque bancaire ou postal à l'ordre de :

Après-demain, BP 458-07 - 75327 Paris Cedex 07.

* Remise libraire : 10%
TVA : 2,10 % comprise dans le prix