

Avons-nous peur des médias?

Notre rapport aux médias est un reflet de notre rapport à la société en général, et un reflet révélateur: sommes-nous adaptés au monde qui nous entoure, ou bien sommes-nous résolument décalés, dépassés?

Car le monde de l'information est bien celui par lequel notre société évolue, actuellement; nous ne pouvons ni nous permettre de nous en effrayer, et «laisser passer le coche», ni laisser l'évolution se faire sans nous, au risque de perdre toute influence sur ces développements.

Ainsi par exemple, savons-nous accepter des patient-es bien informé-es comme des interlocuteurs et interlocutrices responsables, et ne pas prendre leur soif de connaissances pour une agression? Des patient-es informé-es, accumulant des pages et des pages de renseignements sur une maladie ou un traitement, ne devraient progressivement plus être ressenti-es comme une incongruité: une relation entre adultes capables d'argumenter conduit à une meilleure médecine, moins chère, plus constructive, ... et plus intéressante à pratiquer!

On trouve de tout sur internet, dans les journaux, et à la télévision; ce qui est nouveau pour nous, c'est que nous avons certainement, dans le cadre de nos contacts avec les patient-es, un rôle de clarification à assumer face au volume de données disponible – sachant que des patient-es qui surfent et accumulent des classeurs entiers sur leur maladie ne sont que des gens inquiets pour leur santé, qui utilisent «Google» comme n'importe qui peut le faire: nous devons absolument apprendre à supporter et à gérer cela dans nos relations thérapeutiques sans lever les yeux au ciel!

Ou bien, sortant du domaine strictement médical: savons-nous considérer les gens de presse comme des gens ... normaux, avec leurs qualités et leurs défauts propres, leurs opinions légitimes, et aussi leur rigueur professionnelle?

Il est clair, pour la FMH, que les médias ne seront jamais des «ennemis», comme on l'entend encore parfois. Tout au plus les médias mettent-ils éventuellement le doigt sur des réalités désagréables – à nous alors de réagir en corrigeant, en informant aussi, en adaptant éventuellement ce qui doit l'être.

Car finalement, s'ils le font bien, les médias délivrent une information qui nous est utile, tant

dans le domaine médical que dans le domaine politique, et nous n'avons assurément rien à craindre d'eux, au contraire. A nous d'y être présent-es et, maîtrisant bien nos dossiers, d'y tenir notre place.

Evidemment, d'un autre côté, nous n'accepterons jamais sans réagir que l'information, dans les médias, soit biaisée ou malhonnête, qu'elle fasse non la promotion de la santé mais celle d'intérêts commerciaux, ou qu'elle serve de façon tendancieuse des intérêts particuliers – bref, qu'elle ne respecte pas les principes éthiques du genre.

Alors, concrètement, trois choses – non sans préciser que l'on trouvera ici, dorénavant plus que ça n'était l'habitude, des informations internes à la FMH; après tout, cela ne pourra qu'intéresser aussi nos nombreux/-ses lecteurs et lectrices du monde politique ou médiatique!

Trois choses, donc, concrètement:

- parce que nous avons jugé que le contenu et la manière de l'émission télévisée de notre collègue Samuel Stutz demandaient à la fois une réflexion complètement renouvelée, une meilleure définition des objectifs, et une sérieuse clarification des moyens, nous avons coupé court à notre soutien – non pas comme une marque de peur face aux médias, mais bien comme une expression de rigueur éthique et par souci de professionnalisme;
- parce que tant nos membres que le public doivent savoir ce qui sort des réflexions de la FMH (cela en vaut la peine!), nos prises de position à l'intention des autorités fédérales seront dorénavant accompagnées d'un communiqué de presse et d'un article dans ce Bulletin – une manière de tenir notre place dans le flot des informations;
- enfin, parce que notre présence à la société est l'un des piliers de notre action politique, nous sommes en train de réfléchir à un «concept de relations publiques»; ce concept ne se fera pas à coups de millions (voilà qui est dit!); ce sera un concept simple, efficace, constructif et transparent – nous souhaitons disposer d'un outil de communication qui nous aide à nous faire entendre sans «laisser passer le coche».

*Jacques de Haller
Président de la FMH*