

MOTS CLÉS

Graph Alpes
 Transparence
 Numérique
 Big data
 Santé connectée
 Média
 Éthique

Graph

RÉFLEXION

La transparence

« Vertu des belles âmes » pour Jean-Jacques Rousseau, la transparence s'est propagée dans toutes les sphères : politique, sociale, économique, artistique. Réinvesti dans la cité, le peuple s'approprie le rôle central de vigile démocratique. Adossée à l'outil numérique, la transparence œuvre à une plus grande accessibilité de la connaissance. Mais son culte sans limites présente des risques. Les échanges au sein du séminaire du Groupe de recherche et d'applications hospitalières (Graph) Alpes du 12 au 14 mars ont permis de cerner les contours parfois opaques du principe de transparence.

Une idée neuve en Europe

Comme le bonheur, pour paraphraser Saint-Just, la transparence est une idée neuve en Europe⁽¹⁾, apparaissant en même temps que le principe du gouvernement représentatif à la fin du XVIII^e siècle.

Dans la pensée grecque, la transparence ne peut être une vertu dans la mesure où elle s'écarte du juste milieu. Au XVII^e siècle, Molière ridiculise Alceste lorsqu'il lui fait dire, dans *Le Misanthrope* : « *Je veux que l'on soit homme, et qu'en toute rencontre, le fond de notre cœur, dans nos discours, se montre.* »

Comme le souligne Sandrine Baume⁽²⁾, ce sont les écrits de Jeremy Bentham⁽³⁾ et Benjamin Constant aux XVIII^e et XIX^e siècles qui érigent la transparence au rang de vertu publique. La transparence apparaît ainsi comme le gage d'une moralisation de la politique, d'une confiance des gouvernés à l'égard des gouvernants, dont ils observent les actions, et d'un jugement éclairé grâce à la publicité des discours et des actions. Issue des Lumières, la transparence est une vertu profondément moderne et démocratique dont la quête apparaît infinie dans la sphère publique, mais pas seulement.

Comme le rappelle Gilles Lipovetsky⁽⁴⁾ dans une conférence inédite intitulée « Transparence, intimité et individualisme », c'est également au XVIII^e siècle que la transparence



GRAPH

devient une vertu dans la sphère privée. Rousseau dénonce ainsi la société comme mensonge, artifice, source de dissociation entre l'être et le paraître. Il lie transparence et authenticité et « *voudrait pouvoir rendre son âme transparente aux lecteurs.* »

Avec le développement des médias, d'Internet, des réseaux sociaux, la transparence est devenue un phénomène culturel de masse. On assiste à un changement d'échelle, mais également de nature, que marque le passage d'un idéal de transparence à une société de la transparence.

Trois éléments caractérisent cette société de la transparence à l'« âge hypermoderne » (Gilles Lipovetsky) :

» l'irruption de l'intimité dans la sphère publique, qui marque la fin du secret de l'alcôve. Tout peut et doit être dit. Chaque individu peut s'exprimer sur le sujet de son choix. Que ce soit dans les *talk-show* à la télévision, sur Internet, sur les réseaux sociaux, les individus « anonymes » (et plus uniquement les « stars ») livrent leur intimité, qui est devenue la forme psychologique et ultime de la transparence. Ainsi, toujours selon Gilles Lipovetsky, « *dans nos sociétés démocratiques individualistes, il s'agit de dire sa propre transparence aux autres et de se dévoiler.* » ;

» la liquidation des référentiels qui donnaient un sens à la transparence : il

Yann BUBIEN

Directeur général
 du CHU d'Angers
 Président du Graph

Alexis THOMAS

Directeur des
 ressources humaines
 du CHU de Nancy
 Responsable
 de la communication
 du Graph

Arnaud COLLIN

Élève directeur d'hôpital
 Promotion 2014-2016

ENCADRÉ 1 La transparence et l'art...

Si vous pensez à Pierre Soulages, vous imaginez un tableau peint en noir et cela vous semblera bien éloigné de la thématique de la transparence. Erreur vous dirait le peintre ! Et pas seulement parce que Soulages a réalisé les vitraux de l'abbatiale de Conques en Aveyron et que le propre du vitrail, comme l'a souligné la spécialiste de Soulages et critique d'art Françoise Jaunin*, c'est bien de jouer avec la transparence pour amener une lumière particulière dans un lieu prédisposé à l'intériorité. Pour Benoît Decron, conservateur du musée Soulages à Rodez, ce dernier a compris que « le noir est la couleur qui prend le plus la lumière ». Et il s'agit d'ailleurs moins pour l'artiste de chercher la transparence d'une expression que de capter la lumière. Dans l'œuvre de Frank Gehry, il ne s'agit pas de chercher la lumière mais de s'attacher à la question de l'opacité et de la massivité architecturale. Pour Aurélien Lemonier, conservateur au département architecture du centre Pompidou et commissaire d'une récente exposition sur Frank Gehry, cet artiste met en crise l'identité de l'objet architectural. Il ne donne pas à lire la vérité constructive d'un bâtiment mais l'émotion et, par là même, la fluidité et la transparence de l'architecture sur son environnement. C'est par exemple le musée Guggenheim de Bilbao qui a métamorphosé la ville et lui a donné une nouvelle identité construite à partir de cette crise de l'identité originelle. S'il doit y avoir une transparence chez Gehry, c'est celle du pouvoir sans filtre de l'imagination.

*Critique d'art et journaliste culturelle à Lausanne, Françoise Jaunin est l'auteur de nombreux catalogues d'expositions et de monographies d'artistes. Elle a rencontré à plusieurs reprises Pierre Soulages et a publié *Pierre Soulages : outrenoir. Entretiens avec Françoise Jaunin*, La Bibliothèque des arts, 3 mai 2012.

NOTES

(1) Le 3 mars 1794, Louis-Antoine de Saint-Just, à la tribune de l'Assemblée, lance aux députés de la Convention : « Le bonheur est une idée neuve en Europe. » Rapport sur le mode d'exécution du décret contre les ennemis de la Révolution, Saint-Just, 13 ventôse An II.

(2) Philosophe politique et historienne des idées, Sandrine Baume enseigne à l'université de Lausanne. Ses domaines de recherche portent sur les liens entre démocratie, institutions, juridictions et transparence.

ne s'agit plus de s'opposer à la tradition, à la religion, aux superstitions, aux inégalités, de se dégager du conformisme imposé par des codes sociaux (la civilité, les bonnes manières) en se montrant dans son authenticité, mais d'assouvir un désir de relations avec autrui. La transparence ne s'opère plus dans le combat pour une cause supérieure mais de manière outrancière, dérégulée et, surtout, sans idéal ;

» paradoxalement, plus l'individu est reconnu libre et plus il se montre dépendant de la vie en réseau. Quel paradoxe de pouvoir de nouveau écrire,

deux siècles et demi après que Rousseau l'eut prononcé, que « l'homme est né libre, mais partout il est dans les fers » ! L'individu hypermoderne est devenu un « consommateur frénétique de relationnel » à travers les réseaux sociaux, sur lesquels il attend les *like*, les *comments* et les *congrats* après chaque *post*. Le moi égocentrique, absorbé par lui-même, ne peut vivre sans le contact de l'autre. Si Sartre soulignait que « l'enfer, c'est les autres », il semble qu'aujourd'hui, l'enfer, c'est d'être déconnecté des autres. Cela aboutit à la mise en scène d'une personnalité, d'une identité que les grands référentiels politiques et collectifs d'autrefois ne permettent plus de construire, avec l'attente d'une valorisation narcissique. Pour Gilles Lipovetsky, cette société de la transparence illustre l'avènement d'un nouvel âge, passant de l'individualisme universaliste à un individualisme consumériste des autres dans un relationnel connecté.

Le désir de transparence n'est ainsi plus porté par la vertu mais par des motivations intimes soutenues par la société de consommation. Ce faisant, l'individu recompose une sociabilité libre et émotionnelle, non subie, dégagée de la tradition (le lien social lié au métier, à son village d'appartenance, etc.) mais plus fragile. La transparence, qui se traduit par « l'ouverture d'une fenêtre (qui est d'ailleurs également le terme utilisé sur Internet) sur les autres » fonctionne alors comme le nouveau rituel de socialisation

De la société de transparence à la société de défiance

La transparence a permis des évolutions majeures en termes de publicité de la vie publique à l'âge moderne. À « l'âge hypermoderne », le culte de la transparence porte en son sein une évolution non régulée qui ne pourra tenir ses promesses. L'analyse des sphères politique, judiciaire et journalistique révèle en effet que :

» l'excès d'informations entraîne un sentiment de confusion. Comme l'affirme Dominique Mallasagne⁽⁵⁾, « la transparence ne garantit pas la vérité : à trop donner à voir, on ne montre plus rien » ;

» la transparence peut n'être que « de façade », au sens propre comme au sens figuré : le contraste est saisissant entre la transparence architecturale des bâtiments des institutions européennes (utilisation volontaire du verre pour les façades) et l'opacité perçue par les citoyens à l'égard de ces institutions dont ils ne connaissent rien des modalités de fonctionnement ;

» chaque avancée en termes de publicité et de moralisation de la vie publique semble paradoxalement renforcer la suspicion à l'égard des élus : si cela devient transparent, c'est que c'était « louche » avant !

Et, dans le même temps, le besoin de discrétion dans la vie publique ne génère également que suspicion et méfiance comme l'a souligné Xavier Bertrand⁽⁶⁾. Pourtant, certaines concertations doivent avoir lieu en dehors de la présence des médias. Et si un bureau politique, par exemple, devient public, la concertation et le débat discrets se feront ailleurs ! Nous sommes ainsi passés de la société de transparence à la société de défiance. Défiance à l'égard du politique, du journaliste et des grandes firmes privées. C'est probablement *the*

darkside of sunshine, pour reprendre l'expression de Sandrine Baume, qui n'est plus toléré. Pourtant, à l'image de la peinture de Pierre Soulages décrite par Françoise Jaunin, « *le noir est la couleur qui prend le plus la lumière* » (encadré 1). Le « parler vrai » des politiques et des journalistes n'est souvent ressenti que comme une posture qui entraîne le sentiment d'être abusé, comme le démontre Jean-Jacques Cros⁽⁷⁾ à travers son intervention sur la fabrication de l'information. « *Les médias ne sont pas une fenêtre sur le monde mais juste le monde vu au travers d'une lucarne déformante* », tandis que les journalistes eux-mêmes refusent à quiconque, même aux personnes les mieux intentionnées, le droit de savoir et de comprendre comment ils fonctionnent. « *Un paradoxe pour une profession qui réclame la transparence pour toutes les autres institutions* », affirme Jean-Jacques Cros.

Ces différents exemples invitent à promouvoir une éthique de la transparence, et ce encore plus au regard de la révolution numérique en cours.

Pour une éthique de la transparence

Prise sous l'angle de l'individualisme, du politique, du journaliste, ou encore dans le fonctionnement de la justice, l'idéal de transparence semble devoir être régulé. Pour oser l'anachronisme, on peut citer ce vers du *Cimetière marin* de Paul Valéry : « *Rendre la lumière suppose d'ombre une morne moitié.* » Mais c'est surtout dans le domaine digital et numérique que la transparence est plus porteuse, à la fois de progrès et de risques, comme le souligne la sénatrice Catherine Morin-Desailly⁽⁸⁾.

« La révolution numérique offre des opportunités et potentialités infinies en termes de partage de l'information, notamment dans le domaine de la santé. »

La révolution numérique offre en effet des opportunités et potentialités infinies en termes de partage de l'information, notamment dans le domaine de la santé. Elle permet d'optimiser économiquement et qualitativement l'ensemble des processus de soins et de prévention, via :

- » l'échange d'informations, avec notamment les réseaux collaboratifs de chercheurs ou de cliniciens ;
- » le dossier médical personnel (DMP) ;

NOTES

(3) « *In the darkness of secrecy, sinister interest and evil in every shape, have full swing. [...] Where there is no publicity there is no justice.* » J. Bentham, « Constitutional Code », in John Bowring (ed.), *The Works of Jeremy Bentham* (1843), New York, Russell & Russell, 1962, p. 493, vol. IX.

(4) Philosophe et sociologue, Gilles Lipovetsky analyse les évolutions de la société au prisme de l'individualisme. Auteur d'une quinzaine d'ouvrages, dont *L'Ère du vide* (1983), *L'Empire de l'éphémère* (1987), *Les Temps hypermodernes* (2004), il vient de publier *De la légèreté* (2015).

(5) Conseiller à la cour d'appel de Paris, Dominique Mallasagne a exercé les fonctions d'avocat, puis de secrétaire général adjoint de la Cour de cassation.

(6) Ancien ministre, député de l'Aisne, maire de Saint-Quentin.

(7) Grand reporter, Jean-Jacques Cros est notamment l'auteur de *Médias : la grande illusion*, éditions Jean-Claude Gawsewitch, avril 2013. J.-J. Cros y analyse les multiples raisons de la distorsion entre la réalité vécue par les citoyens et la représentation que donnent les médias de cette réalité.

(8) Présidente de la commission Culture, éducation et communication du Sénat, Catherine Morin-Desailly est l'auteur de nombreux rapports sur l'évolution du numérique, ses potentialités, ses risques, sa possible régulation.

ENCADRÉ 2 Transparence... citations choisies

... des intervenants

Xavier Bertrand

La politique doit reposer sur le triptyque vision/résultats/exemplarité.

Si la transparence a une vertu, c'est la sincérité.

Jean-Jacques Cros

Les médias ne sont pas une fenêtre sur le monde mais juste le monde vu au travers d'une lucarne déformante.

Gilles Lipovetsky

La société de la transparence est celle du zoom sur soi. Plus l'individu est reconnu libre et plus il se montre paradoxalement dépendant de la vie en relation. Hier, Sartre soulignait que « l'enfer c'est les autres » ; aujourd'hui, l'enfer, c'est être déconnecté des autres.

Dominique Mallasagne

La transparence ne garantit pas la vérité : à trop donner à voir on ne montre plus rien. On n'apprécie guère le secret quand on en est exclu.

Julien Steimer*

La transparence, c'est également l'évaluation collective de ses collaborateurs.

... dans l'histoire

La Rochefoucault

La sincérité n'est qu'une fine dissimulation pour gagner la confiance des autres.

Rousseau

Je voudrais pouvoir en quelques façons rendre mon âme transparente aux yeux du lecteur.

Paul Valéry

Rendre la lumière suppose d'ombre une morne moitié.

* Secrétaire général d'AXA France, Julien Steimer a été directeur adjoint puis directeur du cabinet de Bruno Le Maire au ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation, de la Pêche, de la Ruralité et de l'Aménagement du territoire.

« Le numérique bouleverse les notions de temps, d'espace et de relations humaines.

» le « patient augmenté » grâce aux objets connectés, qui permettent de stimuler certaines parties de son corps (le cerveau via un casque émettant des impulsions permettant d'améliorer la mémoire par exemple), de transmettre en temps réel au laboratoire ses données biologiques (voir le tatouage électronique, prix du forum Netexplo 2013), d'anticiper une crise cardiaque (via un bracelet), etc. ;

» les données du *big data* ⁽⁹⁾, qui pourront être utilisées pour détecter précocement des maladies ou encore pour comprendre une migration cancéreuse. Les objets connectés et le développement du *big data* créent cependant une tension entre hyperbienveillance, hypersurveillance et hypervulnérabilité. Comme l'indique Catherine

Morin-Desailly, « *l'écosystème numérique repose sur l'hyper-exposition des individus à travers les réseaux et la collecte des données et entraîne une profonde mutation des modes de fonctionnement de la société et des pouvoirs publics* ». Le numérique bouleverse ainsi les notions de temps, d'espace et de relations humaines. Rappelant que « *science sans conscience n'est que ruine de l'âme* », Catherine Morin-Desailly insiste sur la nécessaire régulation de ce secteur qui, pour être efficace, ne peut être qu'euro-péenne, voire mondiale. Sur cette « autoroute du numérique », où circulent des camions chinois avec de la marchandise américaine, cinq difficultés émergent :

» disposer du contenu, dans l'économie numérique, ne suffit pas ;

» le risque, pour les Européens, d'être réduits au rôle de consommateurs ;

» comment aboutir à la définition de standards mondiaux et à une régulation européenne ?

» Le retard déjà pris par les utilisateurs « attendus » : les ingénieurs et les commerciaux des grandes firmes semblent en première ligne dans l'utilisation de ces innovations, prenant la place laissée par les directeurs d'hôpital, les chirurgiens et les médecins, qui deviendront des « *subordonnés à l'algorithme [qui] signeront des ordonnances qu'ils n'auront pas conçues* ⁽¹⁰⁾ ». La médecine versant dans le transhumanisme se fera-t-elle sans médecins, ces derniers étant « *remplacés par des machines* ⁽¹¹⁾ » ?

» Par qui peut être définie l'éthique du futur si les experts du secteur aujourd'hui en seront les esclaves demain ?

Ce développement de la santé connectée, ses potentialités, ses risques, seront l'objet du prochain séminaire du Graph qui se déroulera du 15 au 17 octobre 2015 à Aix-en-Provence. ●

NOTES

(9) Illustration du retard français : alors que le *big data* est une priorité des grands groupes américains, les entreprises françaises n'ont pas achevé l'étape inférieure, le *small data*, consistant en la mise en ordre de l'ensemble de leurs données internes utiles.

(10) L. Alexandre, chirurgien urologue, président de DNAVision, « Les médecins dans la tempête numérique », *Le Monde*, 24 novembre 2014.

(11) L. Alexandre, « Les médecins seront remplacés par des machines », *Les Échos*, 7 avril 2015.

ENCADRÉ 3 Le Graph en toute transparence

Fondé en 1974 par six CHU (Clermont-Ferrand, Montpellier, Reims, Rennes, Rouen et Saint-Etienne), le Graph réunit à ce jour, dans le cadre de la loi de 1901 sur les associations, les établissements publics de santé adhérents et les personnalités du monde de la santé associées à ses activités à titre personnel.

Le Graph est un groupe de directeurs d'hôpital qui réunit médecins, philosophes, industriels, économistes... pour faire avancer la réflexion sur les grands sujets de santé et de société.

Ses objectifs :

- créer un nouvel espace de réflexion et de recherche en dehors des schémas traditionnels et du protocole figé ;
- faire évoluer le management et apporter des solutions innovantes aux grandes problématiques de santé ;

- promouvoir la réflexion et la recherche en matière de gestion hospitalière ;
- développer la recherche et anticiper les évolutions continues des organisations hospitalières ;
- faire émerger de nouveaux talents ;
- susciter les contacts et échanges d'expériences, en France et à l'étranger, dans une démarche de benchmark.

Le Graph organise trois séminaires par an : le Graph Alpes, le Graph Méditerranée et le Graph Europe.

Depuis décembre 2013, le Graph est présidé par Yann Bubien, directeur général du CHU d'Angers, qui souhaite placer sa présidence sous le signe de l'innovation et de la recherche de nouvelles stratégies pour l'hôpital de demain.

Nouveau site Internet à compter du 30 juin 2015 : www.le-graph.com - Twitter : @le_Graph