

Médecins généralistes et médias

Les journées de Gruyères, réunissant les généralistes romands, ont abordé – entre autres thèmes – celui des rapports entre la médecine générale et la presse, de la frilosité à l'action, en passant par le secret et la défensive.

Allgemeinmedizin und Presse: die Beziehungen spielen zwischen Schüchternheit, «Action», Arztgeheimnis, Defensive ... Die «Journées de Gruyères», die Fortbildungstagung der Grundversorger aus der Romandie, hat sich unter anderem mit diesem Thema befasst.

*Atelier animé par le Dr Laurent Reuge
Journées de Gruyères, 13 mai 2004, Dr Yves Collioud*

Nous avons voulu reprendre d'abord la définition de «média», dont l'origine latine évoque un moyen et, dans la terminologie actuelle, un moyen de faire passer un message. Cinq possibilités de contact avec les médias ont été évoquées au sein de notre groupe, après avoir répété que nous devions à tout prix rester maîtres du message que nous souhaitons délivrer.

Cinq façons d'entrer en contact

L'*interview* pour laquelle nous pouvons être sollicités à brûle-pourpoint par téléphone, dans le cadre d'un problème sanitaire local, par exemple. Rien ne nous empêche de différer notre réponse d'une demi-heure ou d'une heure afin de nous y préparer ou de nous renseigner préalablement auprès d'autres confrères.

Le *communiqué de presse* qu'emploie parfois la SVM après certaines AG des délégués, lorsque des messages particulièrement importants sont susceptibles d'intéresser une large population de patients.

Un des collègues (ancien président de société cantonale) a évoqué son expérience personnelle de la *conférence de presse* à laquelle il convie la presse écrite, la radio et la télévision ainsi que les politiques, ceci par une invitation officielle au nom d'un groupe ou d'une institution reconnue dont il fait partie. Au-delà de messages clairs et concis que l'on souhaite faire passer à force de quelques transparents bien pensés, cela représente aussi et surtout le moyen de dire que l'on existe, de prendre une place dans les médias.

Le *net* qui en est encore à ses balbutiements en tant que moyen de présenter notre corporation permet

l'hébergement de site, où tout un chacun peut se présenter, parler de ses spécificités et avertir des heures d'ouverture du cabinet médical.

Enfin, nos *propres locaux* représentent une interface directe avec notre patientèle, que l'on peut parfois accuser de faire preuve d'une certaine passivité dans la défense de ses propres intérêts.

Presse, éthique et secret

Un collègue, cosignataire d'un courrier du lecteur évoquant un problème éthique, s'est fait remettre à l'ordre par la commission de déontologie de sa société cantonale. Le groupe a parlé de l'aspect légal et éthique de la liberté d'expression, pondéré par le secret médical et le serment d'Hippocrate. Un flou existe en ce qui concerne nos droits et devoirs dans nos interventions médiatiques. C'est un problème qui retient probablement nombre de collègues de prendre la plume ou de donner leur avis publiquement.

Frilosité

Nos multiples occupations et la crainte de contrevenir à l'éthique et à la déontologie peuvent expliquer la frilosité et la passivité des médecins dans les médias. Les médias parlent des médecins lorsqu'il y a eu une erreur médicale ou lorsqu'ils coûtent trop chers. A l'époque de la «média-réalité», la sublimation du quotidien de n'importe quel quidam a pris le devant de la scène au détriment parfois (souvent!) de l'objectivité ou de la globalité de l'information. A titre d'exemple, un collègue du groupe a cité un message de l'ATS périodiquement retrouvé, surligné par le titre «un cabinet médical coûte 500 000 CHF aux assurances par année!».

Défensif ou proactif

Plutôt que de répondre à de telles affirmations par la défensive, en réaction, il serait préférable d'être «proactifs» et de circonstancier cette somme de 500 000 CHF en se demandant si cela représente les frais directs ou les frais induits que l'on impute alors injustement exclusivement au médecin. Il est plus positif de parler du fait que le travail du généraliste permet d'éviter des frais inutiles en évitant de recourir tout le temps au spécialiste plutôt que de se défendre après une accusation.

Nous avons ensuite orienté la réflexion du groupe sur la difficulté de se positionner et de véhiculer notre message dans des médias qui vivent à travers des informations de plus en plus «sexy». Pour être lu, un article doit attirer le lecteur, l'exciter.

Groupe de presse

Il est très difficile de faire passer un article dans un journal. La collaboration d'un journaliste «porte d'entrée» régulièrement informé est utile. C'est l'expérience qu'a faite le Groupe Presse neuchâtelois.

L'ANMO possède en effet depuis plusieurs années un groupe de presse composé de trois omnipratéens expérimentés, au langage pondéré et réfléchi, qui aiment se réunir pour discuter des problèmes de santé. Ils écrivent des articles de presse qui sont ensuite proposés aux journaux par l'intermédiaire de journalistes «porte d'entrée».

Le groupe de travail a souhaité interpeller la SMSR au sujet d'un groupe presse. Il nous paraît important qu'un groupe similaire puisse voir le jour au niveau romand avec des médecins représentant tous les cantons. Ce travail prend beaucoup de temps et exige une certaine professionnalisation, tant sur le plan de la formation aux techniques du journalisme que sur celui de la rémunération! Le cahier des charges reste à définir mais un des mandats serait d'analyser les informations médicales à travers la presse, d'organiser une réponse plus proactive que réactive et de proposer des thèmes importants pour notre patientèle. L'appel d'offre est lancé ...

Dr Laurent Reuge
Rue F.- Soguel 22
CH-2053 Cernier
lreuge@bluewin.ch