

EDITORIAL

*"Messager des dieux de l'Antiquité, Hermès gît sur le sol. On le reconnaît à ses membres épars et à son caducée. Le Médiateur chrétien prend sa place sur le socle, les jambes brisées, le corps déchiré. Mercure et le Christ agonisent tous deux. Les messagers disparaissent devant le message".*

Michel Serres

Le chiffre fascine. L'élève l'aborde avec respect ou s'en détourne avec crainte ; le statisticien le sonde et le politique en use ou s'en inquiète ; l'économiste le sculpte, hors de sa gangue de faits bruts, et l'investisseur parie sur la tendance ; l'ingénieur le dompte et transforme la vie ; certains encore jouent avec lui comme d'autres avec les mots. On demande au chiffre de révéler le réel alors que souvent, Pénombre en témoigne, il le brouille. Le chiffre est un messager, parfois trompeur, qui fascine, comme fascinent les ports, les gares et les voyageurs au retour de contrées lointaines, témoins d'un univers rêvé où tout ne serait qu'ordre, calme, voire volupté. Le chiffre rassure.

Il me semble que cette aspiration à un ailleurs, forcément meilleur, sous-tende toutes les réflexions développées dans ce numéro et que la question de l'obscur objet de la demande, posée par Gilles Arnaud, déborde largement son article. Il me semble également que les mondes évoqués par les auteurs nous confrontent à l'impossibilité récurrente de répondre à cette demande et nous appellent à réfléchir à la fonction de médiation, sous ses multiples formes.

Ainsi, dans les années 60, le monde économique s'emballa et les chefs d'entreprise français se tournèrent vers une Amérique porteuse de toutes les vertus de rationalité qui font défaut, pensent-ils, en France. Pierre Morin témoigne de ces demandes et des réponses, partielles et contingentes, qu'apportèrent alors les premiers consultants et leurs modèles censés être universels. L'histoire, au fond, n'est pas très différente quand Renault s'installe en Slovénie : au cœur de demandes croisées qui s'excluent, une Slovène de Paris, médiatrice, arrondit les angles et, plutôt que de répondre par de vaines palinodies, aide les protagonistes à bien poser leur demande.

Ailleurs, c'est le client, Moloch insatiable, qui demande toujours plus et toujours mieux, épuisant les entreprises dans une course asymptotique à la diversité et à la qualité. Comment faire, demandent les constructeurs automobiles ? Et quand les guichetiers, dans l'impossibilité de répondre à ses exigences, s'abritent derrière vitres et hygiaphones pour résister à sa pression, c'est toute la hiérarchie qui est mobilisée pour rendre supportable le face-à-face.

Devant cette impossible demande d'expertise, de chiffres, de qualité, de conseils, et que sais-je encore, que répondre ? L'article d'Alain Henry, comme celui de Tatjana Globokar, parle de cette pression de l'Autre, de cette violence sourde qui habite les sociétés, la nôtre aussi sans doute, mais que nous voyons tellement mieux chez les autres. Il parle du besoin d'un regard neutre, point de repère face à l'incompréhensible ou au démesuré, d'un intermédiaire qui conjure l'angoisse, la colère, la peur. Il parle de quelqu'un qui sache apprivoiser le réel et lui donner sens. Avec des chiffres. Ou avec des mots. Il parle des médiateurs.

Pascal LEFEBVRE

Secrétaire général du Comité de rédaction