

Extrait du Journal Permanent de l'Humanisme Méthodologique

<http://www.journal.coherences.com/article407.html>

La mutation des médias

- 5 Anthropologie appliquée - Prospective et mutation - La mutation de civilisation -

Date de mise en ligne : vendredi 22 mai 2009

Copyright © Journal Permanent de l'Humanisme Méthodologique - Tous

droits réservés

Les médias ont accompagné la civilisation des représentations et la montée de la conscience individuelle. Ils en sont venu à renforcer l'individualisme triomphant qui les amène à leur perte. La mutation de civilisation qui s'amorce leur demande une remise en question fondamentale pour un rôle majeur sous d'autres formes et avec d'autres principes

Prospective humaine d'une mutation : Les médias, la presse et les métiers du journalisme. Pas de nouveau journalisme sans un renouvellement des médias.

Un article de <http://owni.fr> repris de <http://samsa.fr> est intitulé : « Presse française : pour un laboratoire des nouveaux médias ». On y parle de « médiapocalypse » et d'une « médiamorphose » désirée, avec un laboratoire de Recherche et Développement à créer. Pour une fois le questionnement a l'air sérieux à la mesure de la conscience du bouleversement engagé. Cependant une focalisation exclusive sur les médias sans comprendre le contexte de mutation qui justifie non seulement les changements mais leur existence même serait aussi vaine que le sont certaines expériences de simples transpositions d'un existant dans des conditions différentes.

Un exercice de prospective est indispensable et surtout de prospective humaine, sachant qu'il s'agit d'une mutation de civilisation humaine avant d'être technique.

Cet exercice doit commencer par préciser un certain nombre de repères avant de tracer quelques pistes.

La nature du changement

Il y a en général trois types de changements auxquels nous sommes confrontés :

L'adaptation qui répond à un changement de conditions ou de contexte. On constate des bouleversements socio-économiques, les technologies, les usages qui se sont développés sur le Net. Pour s'adapter on transpose des modèles classiques ou nouveaux et on court après le changement sans rien comprendre de ce qui se passe.

Le perfectionnement qui répond à de nouvelles exigences de maîtrise par exemple avec l'arrivée de nouveaux moyens de diffusion et aussi d'écriture. On peut chercher une nouvelle maîtrise de la complexité et développer de nouvelles compétences de nouveaux modèles mêmes. Cependant si l'échelle de valeurs qui permet d'évaluer cette nouvelle maîtrise a changé alors ça ne marche pas. Les journaux en ligne, forts des expériences des 10 dernières années, ne marchent pas plus que ça.

Le changement de paradigme où ce sont les principes fondamentaux qui sont en jeu demande une remise en question radicale, une refondation. Sans conscience du niveau où cela se joue pas de recherche pertinente. Il y a, bien sûr, l'empirisme qui va d'erreurs en erreurs, de fausses certitudes en fausses certitudes, pour voir émerger un jour un monde sans rapport avec ce que l'on croyait engagé. Par exemple, les réseaux sociaux, l'explosion des individualismes avec les blogs, l'exploration de comportements immatures et de modes de pensée pré ou post adolescents, phénomènes bien naturels qui masquent ce qui se trame en profondeur et aussi par leur biais. Il s'agit bien de biais d'ailleurs.

Une mutation de civilisation

Ce sont les trois types de changement qui sont en question en même temps. La mutation de civilisation fait l'objet de beaucoup d'analyses surtout pour ce qui s'en va, moins pour ce qui arrive. Les analyses sont souvent soit des fantasmes dictés par la peur, inconsciente même, soit des constats matériels, économiques et techniques, soit des interprétations qui utilisent les modèles de pensée classiques. Il prennent rarement le recul nécessaire pour discerner l'essentiel, le Sens, alors que les horizons ne sont pas parfaitement déterminés.

Une lecture éclairante est celle du franchissement d'un nouveau seuil de civilisation humaine. Pour simplifier il serait de l'ordre d'une nouvelle Renaissance. Après un temps qui a cultivé les Lumières de la Raison et éclairé la conscience individuelle et la conscience de l'individu, celui des droits de l'homme, une autre phase est engagée, bien différente et qui dépasse les possibilités développées auparavant. Deux considérations permettent de l'éclairer.

Les mutations de civilisation ponctuent une évolution humaine vers une plus grande maturité, de nouveaux modes de conscience et l'adoption progressive de nouveaux enjeux et de nouvelles pratiques individuelles et collectives en conséquence. L'automobile, les médias, les professions d'intermédiaire ont été par exemple caractéristiques de l'ère précédente. Sans que leur existence soit supprimée leur rôle et leur nature en seront profondément affectés, ce que l'on voit déjà pour les médias et que l'on pressent pour l'automobile et tout ce qui s'est structuré autour dans nos modes de vie.

La mutation de civilisation actuelle consiste à passer d'un âge des représentations mentales dont l'exercice de la raison individuelle nous a permis d'en cultiver un usage efficace, à un âge du Sens où nous découvrirons que les représentations mentales ne sont pas le dernier mot de l'intelligence humaine et des moyens de conduire nos projets et les affaires humaines.

Nous entrons dans une civilisation du Sens c'est-à-dire de recherche, compréhension, engagement du Sens humain des affaires humaines. La connaissance réclame en plus de discerner le Sens des choses et des situations comme de leurs représentations. Les valeurs y sont des indicateurs de Sens du bien commun, repères d'orientation individuelle et collective. L'action est détermination de Sens (décision), partage de Sens (conSensus), développement communautaire (socio-performance).

Cette civilisation est centrée sur l'autonomisation responsable des personnes au sein de communautés de Sens, choisies et investies pour participer à leurs enjeux communs de développement approprié (communautés de proximité, communautés culturelles anciennes ou nouvelles, communautés universelles mondialisées).

Difficile de comprendre comment ce qui relevait des représentations mentales « l'intelligence mentale » pour l'explication, l'orientation et l'action relèvera de « l'intelligence symbolique » des situations communautaires comme critères, enjeux et modes d'action. Notons par exemple comment les représentations mentales systémiques de l'économie n'ont pas permis d'intégrer le Sens du bien commun dans l'intelligence, les décisions, et les pratiques financières. Voilà une mutation à opérer. Les médias, fournisseurs de représentations vont avoir à en traiter le Sens, en priorité.

Les crises de passage et les médias

Une mutation de civilisation s'accompagne toujours de troubles. Les uns liés à la mise en question des modèles du passé, les autres liés à l'inexpérience et l'apprentissage de situations inconnues. D'un côté les résistances au changement de l'autre la créativité brouillonne. Nous y sommes avec la crise des représentations et la crise de Sens. Les médias y sont évidemment impliqués comme symptômes et comme acteurs.

La crise des représentations (mentales) et des modèles se traduit par :

- ▶ Des crispations sur les modèles antérieurs, même anciens (voir réactions aux réformes).
- ▶ Des régressions aux stades antérieurs - inintelligence, intelligences primaires ou archaïques, décivilisation.
- ▶ Des fuites en avant avec une prolifération des représentations, images, discours, règles, normes qui les rendent de plus en plus vaines.
- ▶ Un dépassement vers un nouveau monde à explorer.

Les médias ont été des producteurs et transmetteurs de représentations. L'écrit, l'image, le son, la vidéo, les télécommunications ont été leur champ d'excellence sinon celui de leur règne. En effet dans une civilisation des représentations qui a été la nôtre les médias ont joué un rôle majeur notamment dans la constitution d'une représentation du monde. Au moment où on prenait conscience de cette importance et du pouvoir associé vient la remise en question radicale. L'occupation de l'espace mental du « consommateur » comme la construction habile de réalités opportunistes, ou la captation des sensibilités et des consciences ont été aussi les signes de faiblesse qui font souvent obstacle à une remise en question refondatrice.

Le dépassement de la crise des représentations pour les médias leur pose des questions nouvelles. Le Sens de leur vocation, la communauté de valeur où il est reconnu comme Sens du bien commun, le rôle qu'ils ont à jouer dans les nouvelles communautés de Sens en relation avec leurs enjeux, les compétences méthodes et moyens qu'ils ont à cultiver. Leurs identités comme acteurs d'une nouvelle civilisation et l'accompagnement de son émergence.

Tout cela débouche sur une crise de Sens dont la première expérience est la relativité du Sens avec le risque de relativisme. La quête de Sens, faire Sens oui mais lesquels ? Ensuite vient donc la question du choix, de la responsabilité qui oblige à un discernement nouveau. Enfin vient la découverte qu'il n'y a pas de « bon » Sens en dehors du champ de communautés de Sens, aux prises avec la question de leur Sens du bien commun. Cela situe les médias dans leur champ de référence communautaire et leur rôle qui déterminent seulement alors leur construction et leur modèle économique.

Différents niveaux de conception des médias

Que médiatisent les médias ? L'expérience humaine. Pour schématiser l'expérience du journaliste par exemple est médiatisée vers ses lecteurs pour leur faire faire une expérience de ce qui est en question. Or ce qui est en question n'est reconnaissable qu'en tant qu'expérience humaine dont le journaliste est un témoin.

L'enjeu peut être alors d'ordre affectif ou émotionnel, il peut être d'ordre factuel, il peut être de l'ordre des représentations mentales et enfin de l'ordre du Sens.

Pour les uns les médias transmettent un vécu sensible via des médiations ad-hoc. On peut penser que la presse people, mais aussi toute une presse d'opinion, ou encore à sensation, comme on disait, a cette finalité. Elle utilise des scènes frappantes qui font appel souvent à des archétypes inconscients. Les scènes du pouvoir politique sont bien souvent construites sur ces visées de captation émotionnelle du lectorat, de propagation émotionnelle d'idées ou de comportements.

Pour d'autres les médias informent factuellement de faits objectifs (concrets). Les constats, chiffrés ou non rendent « compte » ou sont des prises en compte. L'objectivité est ce mythe qui voudrait que l'expérience ne soit pour rien dans le fait expérimenté et médiatisé. C'est cependant une rigueur qui évite le subjectivisme ou le relativisme qui lui

soumet les faits à l'arbitraire des intentions du médiateur. Pour d'autres encore les médias construisent et transmettent des représentations verbales, écrites, visuelles avec les supports appropriés. Il s'agit de s'adresser à l'intelligence mentale des destinataires en leur fournissant des matériaux utilisables. On vise alors la compréhension des phénomènes relatés. Si c'est ce dernier plan qui est visé en principe, il est justifié par le plan factuel et bien souvent accompagné du plan émotionnel.

Bien évidemment la crise des représentations joue avec ces vecteurs et ces niveaux d'appréhension des réalités humaines.

A l'âge du Sens on distinguera l'essentiel, le Sens à faire partager, et l'accessoire la médiation de l'expérience humaine par la situation.

Si on sait bien qu'une communication qui fait appel à tous les registres est plus performante, c'est la « mise en situation » qui en est la meilleure médiation. Mettre en situation, mettre en scène, raconter une histoire (storytelling) sont des moyens pertinents. C'est par des mises en situation enrichies que le Sens est le plus facilement véhiculé. Une métaphore transporte le Sens surtout si elle est mise en situation.

Dans les situations communicantes il y a un lien entre le contenant, la situation et le contenu l'histoire. Mieux il y a appropriation du Sens si le public participe à la situation ou s'y identifie. Voilà maintenant quelques principes utiles pour les nouveaux médias qui laissent deviner une diversité de métiers et de compétences.

Le paradigme communautaire et la re-configuration du monde

L'une des caractéristique majeure de la mutation du monde actuel est la généralisation des communautés d'enjeux tant pour les pays et territoires existants que pour les parties prenantes des entreprises, les groupements et communautés virtuelles de tous ordres. C'est là le dépassement de la conscience des individualités et ses abus avec l'individualisme par une recherche d'autonomie responsable dont le lieu et les enjeux sont toujours communautaires. Les communautés seront non seulement le lieu des mondes dans lesquels les personnes vivent mais aussi celui des enjeux et des valeurs auxquels ils s'identifient et aussi des usages et pratiques partagées. Ce sont des communautés culturelles orientées idéalement dans le Sens du bien commun qui consiste développer les potentiels collectifs et réaliser un développement approprié. (Assimiler communauté et communautarisme c'est confondre humanité et archaïsme)

De ce fait comme le dit Hassan Zaoual toutes les affaires humaines sont culturellement situées dans des communautés d'enjeux. Le paradigme communautaire envisage les ensembles communautaires à toutes les échelles, les principes d'une démocratie communautaire intégrant la diversité et la multiplicité des communautés, l'action communautaire, le développement communautaire, la gouvernance communautaire. Ces communautés sont reconnues comme communautés humaines parce qu'elles sont établies par la trame des relations humaines. Elles rassemblent l'expérience humaine qui se fait commune tout en étant personnelle.

Il y a à imaginer mais aussi observer que ce foisonnement communautaire émerge des usages d'Internet comme l'aboutissement d'expériences non encore matures (réseaux sociaux, mondes virtuels). Internet recompose au coeur, petit à petit, les communautés anciennes : par exemple nationales, régionales, institutionnelles etc. Une ville par exemple existe comme communauté d'enjeu au-delà de ses murs par la trame des relations avec des habitants, des correspondants, des touristes, des acteurs économiques, intellectuels, universitaires multilocalisés. Etc.

Ainsi internet est le vecteur de cette recomposition maintenant engagée qui fait que les « cibles » des médias ne sont plus les mêmes ni localisées de la même manière. Par ailleurs cette émergence est masquée aux yeux de

beaucoup par une réaction individualiste de résistance qui prend d'ailleurs aussi les formes d'une révolution immature avec une apogée des revendications, des exigences, des ostentations individualistes (y compris des individualismes collectifs qui prennent leur intérêt particulier comme intérêt général). Cette atomisation individualiste pourrait faire croire qu'il n'y a plus de lieux communs, de valeurs partagées, de cibles identifiables autres que des agrégats grégaires et provisoires.

Dur challenge pour les médias de choisir entre :

Viser la satisfaction des individualismes triomphants qui leur conviennent bien par les moteurs du narcissisme associés et se condamner à perdre pied comme cela se passe déjà, quitte à tenter des « sauve qui peut » régressifs.

Se recentrer sur des communautés d'enjeu et refonder leur rôle dans les communautés concernées comme communautés de référence.

Les nouveaux rôles des médias

Si on laisse de côté les vaisseaux qui prennent l'eau et que l'on se tourne vers l'autre côté de la mutation alors les médias se définissent comme des acteurs des enjeux communautaires. Ils y jouent un rôle de confortation du Sens du bien commun par la médiation des expériences qui le concrétisent ou l'accomplissent. Le journaliste est un témoin impliqué. Il contribue à l'animation de la vie communautaire, il construit des médiations qui facilitent le lien communautaire et son développement. Ce sont d'ailleurs différents métiers qui se dessinent. Fonction d'intérêt communautaire, initiative particulière d'intérêt commun, il participe à l'économie communautaire qui peut être différente de celle de toute autre communauté. Le modèle économique professionnel et même technique dépend du milieu culturel de la communauté de référence.

Ainsi la vocation des médias se retrouve ancrée dans des communautés d'enjeu et impliquée dans un Sens du bien commun plutôt que d'être en surplomb et bientôt sans assises comme cela se produit.

Reste que si les médias médiatisent toujours c'est le Sens du bien commun qui en est l'axe. L'ensemble des médiations constituent les mises en situation appropriées. Le « multimédia » trouve là une logique celle de favoriser la richesse des mises en situations communicantes c'est-à-dire aussi agissantes. N'oublions pas qu'étant au lieu même où se trament beaucoup des relations communautaires, c'est sur internet que cela se passe, le Web 2 en est une préfiguration très élémentaire.

Nouvelles vocations de la presse, intracommunautaire et extra communautaire.

Dans ce tableau peut-on distinguer la presse et les médias ? L'avenir nous le dira mais il est toujours possible de penser une instance, une entreprise, une organisation que l'on appelle un journal ou autrement. La quotidienneté ou la périodicité sont confrontés maintenant à la permanence rendue possible par des processus plus souples et donc moins automatiquement ritualisés. Cependant c'est d'abord sur les deux vocations de la presse dans une communauté qu'il faut insister ici : la fonction de confortation communautaire et la fonction d'ouverture extra communautaire.

La fonction de confortation communautaire consiste à contribuer aux facteurs de constitution et de développement d'une communauté d'enjeu. Vécu partagé, environnement commun, évènements et productions, évolution, représentations communes, originalité et positionnement.

Le média tend un miroir d'identification collective permettant de construire l'unité en même temps que de reconnaître les diversités. Il est aussi acteur de développement c'est-à-dire qu'il contribue à la conscience collective et sa maturation ainsi qu'au partage des engagements significatifs, initiatives et projets, collectifs ou particuliers dès lors qu'ils concourent au Sens du bien commun.

Ainsi un média communautaire n'est pas campé sur une pseudo neutralité mais il est engagé dans les enjeux de la communauté où il trouve sa vocation et son rôle. Dans une communauté donnée il y a évidemment place pour plusieurs médias, différenciés selon leur rôle respectif.

Outre la confortation communautaire il y a aussi un rôle d'ouverture aux autres communautés, un rôle inter communautaire pourrait-on dire (international par exemple). Cependant le média communautaire ne vit pas hors sol en dehors d'une communauté de référence qui en justifie l'existence. De ce fait l'intercommunautaire participe du développement communautaire, notamment pour faciliter sa participation à des ensembles communautaires de tous ordres selon ses capacités et sa maturité propre.

Qu'est-ce qu'un média communautaire.

Si un média est un support alimenté par des productions hétéroclites il n'a rien de communautaire même s'il est l'expression spontanée de membres de la communauté. Qu'il soit la production d'un groupe de professionnels ou une sorte de tableau d'affichage public il ne s'agit pas d'un média communautaire. Celui-ci doit re-présenter la communauté et donc toute sa complexité tant dans ce qu'elle a de formel ou d'institué que dans ce qu'elle a d'informel et de spontané. Il y a des exigences propre à chaque communauté, sa culture, son niveau d'évolution. Par exemple la ritualisation des affaires communes demande une ritualisation de la re-présentation médiatique. D'autre part il y a des modes d'expression, d'association, des festivités comme des moments forts, une diversité de trajectoires et d'originalités que le média communautaire doit aussi re-présenter selon les différents canaux de l'expérience humaine. Cela veut dire que le média est lui même une re-présentation de la communauté dans son fonctionnement propre. Ainsi une communauté très hiérarchisée demandera une organisation hiérarchisée, une communauté très innovante demandera une organisation mobile et créative, une communauté savante demandera des re-présentations savantes, une communauté ludique des re-présentations ludiques.

Ainsi il est vain dans la perspective de la mutation engagée de chercher un modèle standard ou même un modèle purement empirique qui méconnaîtrait les assises communautaires : des principes tirés de l'orientation communautaire et un modèle ad-hoc lié à l'histoire et la culture singulières de la communauté de référence.

Les médias scènes virtuelles

Depuis le support papier, jusqu'au site Web en passant par la télévision chaque média a ses spécificités, non seulement dans sa consistance propre mais aussi dans la façon dont il est reçu ou même intégré dans un mode de vie. Mieux c'est la participation du public à la vie du média qui va se développer sous la forme d'interventions sollicitées ou par l'intégration de scènes que les médias instaurent. Certaines situations créées par les médias font partie de la vie commune. Faire l'actualité est même un slogan qui est devenu une pratique à laquelle se prêtent des publics.

Dans cette perspective la mutation de civilisation suggère que les médias soient des scènes virtuelles de la vie communautaire. Elles sont un lieu, animé et structuré par les nouveaux professionnels où des membres de la communauté, participant à la re-présentation de leurs affaires communes ou de leurs relations extra communautaires. C'est certainement moins facile pour les médias classiques mais beaucoup plus avec l'appui d'internet. Ce n'est d'ailleurs plus le média qui va au public mais le public qui vient au média communautaire virtuel.

Comme imaginer cette scène virtuelle communautaire. Sur le plan de la conception c'est la méthode des Espaces Virtuels d'Activités qui sera pertinente.

- ▶ Identifier la communauté de référence.
- ▶ Eclairer la problématique communautaire, ses valeurs et son Sens du bien commun
- ▶ Concevoir un processus de re-présentation communautaire ad-hoc, sa logique d'expression et de participation et ses enjeux.
- ▶ Concevoir l'architecture de l'espace virtuel et sa gouvernance.
- ▶ Mettre en route l'espace virtuel en associant les structurations élaborées et la spontanéité des usages.

Il comprendra toujours mais de façon différente :

- ▶ les ressources d'informations
- ▶ les espaces d'expérimentation et de découverte
- ▶ les programmes et parcours suggérés
- ▶ les espaces de délibération collective et de représentations intellectuelles
- ▶ la présence des responsables et de personnalités parties prenantes ou invitées
- ▶ la trame des animations et relations de reconnaissance réciproques

La modèle économique basé sur les principes de l'économie communautaire articule les échanges particuliers, les investissements communautaires, les contributions particulières et communautaires, etc. La clarté du rôle communautaire est la solution avec une économie située (communautaire) et un système de valeurs partagé.

Quels médias pour quelles communautés ? Quels métiers pour quels médias ? Voilà les questions dont les réponses sont maintenant infiniment variées, loin des modèles standards qui s'effondrent les uns après les autres. Un autre chapitre à écrire.