

Introduction

Bonjour. Dans cette vidéo, nous allons parler des médias, de leur rôle dans la société, de leur réalité, de leur histoire et pour conclure, nous évoquerons la place du consommateur en face à cet acteur si complexe.

1. Le rôle des médias

Dans toutes les régions du monde, les médias ont un rôle universel et absolu. Ils transmettent l'information, mais c'est là que tout se complique. Comment et pourquoi endossent-ils ce rôle de passeurs d'informations ? Héros des temps modernes quand ils suivent un événement en direct, on les accuse de manipulation quand ils ne traitent pas d'un sujet qui nous est cher, ou pire, quand ils en parlent, mais avec des erreurs. En général, nous avons deux manières de réagir.

Première manière de réagir

« *Dingue ce MOOC sur la consommation. Je n'étais pas au courant. Est-ce je peux trouver un téléphone qui respecte la nature et l'homme ?* » Dans cette vidéo, l'individu découvre une information et réagit en cherchant une solution.

Deuxième manière de réagir

« *Dingue ce MOOC sur la consommation. Je n'étais pas au courant. Pourquoi les médias n'en parlent pas ? Il n'y a pas un label ou une norme pour encourager les bonnes pratiques ? N'importe quoi. On ne peut vraiment rien faire.* » Dans cette vidéo, l'individu découvre l'information, mais il critique sans agir et sans considérer son rôle dans la situation. Mais peut-on vraiment ne rien faire ? Pour répondre à cette question, observons la réalité et l'histoire des médias.

2. Réalité des médias

Est-ce le rôle d'un média de tout connaître et de tout transmettre ? Non. Un média a ses limites. Il est souvent incapable de traiter de toute l'actualité. L'investigation demande du temps et une expertise. La rédaction n'a pas toujours dans son équipe la qualité ni la sensibilité nécessaire pour analyser un sujet. Mais on peut également répondre oui, car un média finit toujours par être au courant d'une information majeure dans son domaine de compétence. En vérité, le choix de la diffusion d'un sujet dépend de l'indépendance du média vis-à-vis de ses actionnaires, de ses annonceurs publicitaires, mais aussi de ses abonnés. Je vous invite à chercher sur internet une vidéo qui illustre bien cette situation. C'est un extrait d'une émission diffusée en juin 2015 où le patron de la chaîne française M6 admet censurer certains journalistes, car il ne peut supporter qu'on dise du mal de ses clients.

3. Histoire des médias

Pour compléter cette présentation simplifiée de la réalité des médias, observons ensemble l'évolution de leur capacité d'action. Ainsi, nous ne chercherons pas à les diaboliser, mais à comprendre leurs limites. Surexposés aujourd'hui à l'information, il nous est difficile d'imaginer un quotidien sans. Et pourtant, l'écriture à moins de 6 000 ans et l'imprimerie de masse à moins de 600 ans. Trois siècles après son invention, l'imprimerie joue un rôle primordial dans la diffusion des idées modernes des Lumières. Elles sont le socle des révolutions européennes et du principe universel des droits de l'homme. En 2015 à Paris, la liberté d'expression a deux cent vingt-six ans, la liberté de la presse et le droit à l'éducation ont 134 ans. Ces droits et ces libertés sont reconnus internationalement depuis 67 ans par l'Organisation des Nations unies. Longtemps réservée à une seule minorité instruite et privilégiée, l'information s'est, petit à petit, largement démocratisée. Au cours du vingtième siècle, elle est devenue accessible à tous grâce aux journaux, à la radio, à la télévision et à internet.

Internet. Internet est un outil qui change tout. Il déconstruit cet équilibre de liberté. Aujourd'hui, on peut lire, commenter, rédiger, aimer un article. Chacun transmet et explique ses connaissances, son savoir, sa sensibilité au reste du monde. C'est gratuit et accessible à tous. Nous participons enfin à l'information, mais ces victoires peuvent être illusion. Nous pouvons diffuser nos erreurs, notre ignorance, et parfois, notre haine. Nous pouvons également diffuser des informations erronées ou imprécises provenant d'articles bâclés et ainsi réduire la visibilité d'articles de qualité. Finalement, nous ne disposons pas d'une plus grande pluralité d'informations, mais nous disposons d'une plus grande désorganisation qui sert le plus souvent l'uniformisation de l'information.

"Tout ce qui augmente la liberté augmente la responsabilité" prévenait Victor Hugo. Grâce à internet, l'émancipation extraordinaire des libertés d'expression au quotidien construit un nouveau modèle de responsabilité. Ainsi, l'étude de la réalité et de l'histoire des médias expose d'éternelles limites à leur rôle. Ils informent, mais ne sont pas décisifs. Leur rôle dépend de l'utilisation faite par les citoyens. Mais qu'est-ce que cela signifie ?

4. Le média est le citoyen

Il ne suffit pas de pester n'importe quoi, on ne peut vraiment rien faire, comme nous l'avons vu dans la première vidéo, mais que l'action appelle à la réaction constructive. Pepe Mujica, ex-président de l'Uruguay, nous dit "Seuls les perdants cessent de se battre". La qualité de l'information dépend de la veille citoyenne. Des citoyens attentifs auront toujours une longueur d'avance sur des citoyens passifs dans leur consommation. N'est-ce pas le sujet de ce MOOC ? Relisez les titres de ces six semaines en pensant que le média est le citoyen, et que bien plus encore, que la consommation est le citoyen.

Pour aller plus loin, n'hésitez pas à découvrir, sur internet, la carte des Nouveaux Chiens de Garde éditée en 2011 par Le Monde Diplomatique qui présente les acteurs dominants de la presse française. Par ailleurs et pour conclure, je vous invite à lire le livre de Paul Virilio, L'administration de la peur. Il aborde la diffusion de la peur provoquée par la surconsommation de l'information.

