

Médias « historiques » et médias « sociaux » : le retour du débat entre technophiles et technophobes

Description

Le débat entre technophiles et technophobes ne sera donc jamais clos. Avec les médias dits « sociaux », les Facebook et Twitter, ils ont trouvé un nouveau terrain d'affrontements. Dans le sillage de Mc Luhan, les optimistes voient dans ces médias nés sur Internet la promesse d'une démocratie approfondie et universelle, sur fond de village planétaire. Les autres, irrémédiablement pessimistes ou résolument réalistes, avant tout soucieux, de considérer le pire afin de l'éviter, appellent l'attention de leurs acteurs sur les atteintes portées sur Internet en général à la vie privée de chacun, et sur l'usage que les dictateurs font de certains médias numériques en particulier. Vaine et sempiternelle querelle entre nostalgiques de l'éclairage à la bougie et futuristes qui voient dans toute nouvelle technique un cadeau de la Providence ?

Difficile d'écarter l'hypothèse, tant notre perception est aujourd'hui brouillée par l'entrelien en lice d'Internet dans la Grande Histoire, depuis l'élection d'Obama, en novembre 2008, jusqu'aux révoltes dans le monde arabe, depuis décembre 2010. Jamais, en effet, depuis sa naissance pour le grand public, il y a plus de quinze ans, le réseau des réseaux n'avait été au service, au moins en apparence, d'événements aussi considérables, dans leur visée comme dans l'interprétation qu'on a fini par en donner. Jamais la coïncidence entre l'essor d'un nouveau « média » et l'avènement d'une nouvelle ère n'avait sans doute été aussi grande, au point d'être, sinon dans l'un des deux faits la cause de l'autre, du moins une causalité réciproque.

Plusieurs événements, en l'occurrence, ont une valeur de symbole. Le premier en date, pour les médias sociaux, est assurément l'élection de Barack Obama. Le soir du 8 novembre 2008, Ariana Huffington, fondatrice du HuffPost, le célèbre blog politique, écrivait : *« Sans Internet, Obama ne serait pas président »*. Et évoquer, en guise de démonstration, le nombre de ses partisans, simples sympathisants ou généreux donateurs, qui se retrouvaient sur Facebook ou MySpace ou YouChoose, le service spécialement créé par YouTube pour diffuser les vidéos de leur héros, au diapason de ses deux slogans de campagne, *Change we need* et *Yes, we can*. De ce premier président hi-tech, plebiscité par plus de 90 % des salariés de la Silicon Valley, Obama inaugurerait ainsi une nouvelle ère, marquée par une participation politique enfin massive et authentique, grâce aux médias sociaux, mettant ainsi un terme, providentiellement, à l'hégémonie de la télévision, faiseuse de rois depuis l'élection de John Kennedy en novembre 1960.

Au printemps 2010, les technophiles vont plus loin. Après avoir acquis selon eux leurs lettres de noblesse dans les rues de Tunis et du Caire, Facebook et Twitter sont solennellement consacrés comme médias d'information à part entière. Ainsi émergent en pilier de la démocratie, au même titre que les Parlements, les nouveaux venus occupent désormais la place qui était réservée à la presse écrite depuis plus d'un siècle et demi. Forts de leurs prouesses, ils pourront, même, infiniment mieux qu'elle, accomplir les promesses d'une démocratie enfin permanente et durable. Ainsi, la boucle est bouclée : les nouveaux médias réaliseront les idéaux de la démocratie et la démocratie, en retour, idéaliserà les nouveaux médias.

Loin de les jeter dans l'ombre et de les faire oublier, ces deux événements, transfigurés par des commentateurs enthousiastes et « médiatiques », donnent ultimement une signification définitive aux multiples incursions d'Internet, sur le terrain de l'information, chasse gardée jusque-là des trois médias baptisés « historiques », la presse, la radio et la télévision : depuis les révélations sur l'affaire Lewinsky par un blog californien, en 1998, jusqu'aux *live tweets* qui permettent, depuis 2009, de suivre un procès se déroulant à huis clos, en passant par les images transmises par les blogueurs sur les bombardements de Bagdad en 2003, les attentats de Londres de 2005, la répression en Birmanie en 2007, l'atterrissage d'un avion de la TWA sur le fleuve Hudson en 2009, sans oublier, en 2010, la transmission par WikiLeaks à cinq journaux occidentaux de 250 000 cables diplomatiques américains...

Humble et nécessaire, l'observation des faits impose pourtant des diagnostics qui tranchent avec ceux des cyberutopistes. On le sait désormais : le rôle des médias sociaux dans l'élection d'Obama ne fut ni négligeable ni décisif. Et les autres médias, en occurrence, n'ont pas manqué à l'appel : ni la presse écrite, dont les chiffres de diffusion ont bondi, ni la télévision, avec ses nombreuses publicités politiques, ni même le cinéma, avec une série comme *24 heures chrono*.... Sans parler du charisme du candidat Obama, plus qualifié que son adversaire pour incarner le rêve américain d'un pays qui se veut toujours le « meilleur du monde » (voir *REM* n°9, p.61). Quant à ceux qui considéraient qu'Internet était indispensable pour propager les révoltes dans le monde arabe, au lendemain de l'immolation en Tunisie de Mohammed Bouazizi, le 17 décembre 2010, ils négligent ces faits d'un tout autre ordre que sont, notamment, le nombre des chômeurs, l'indignation des classes moyennes et la corruption des dirigeants (voir *REM* n°18-19, p.60). Ils oublient que le mouvement de révolte n'aurait pas été le même, au sein du monde arabe, si la chaîne Al Jazeera n'avait pas pris le relais des révoltes du Maghreb et du Moyen-Orient, répétant inlassablement l'ardeur enfin retrouvée du panarabisme des années 1950. Mark Zuckerberg, le fondateur de Facebook, lors de son passage à Paris, en mai 2011, non sans fausse modestie, ira jusqu'à déclarer : « Facebook n'était ni nécessaire, ni suffisant, pour déclencher cette vague de révoltes dans les pays arabes ».

Les cyberutopistes, insensibles aux analyses, préférant les envolées lyriques sur les lendemains qui chantent, n'ont pas le triomphe modeste, pas plus que les commentateurs de l'élection de John

Kennedy, en 1960, qui prophétisaient, à la suite de Mc Luhan, la victoire de Marconi sur Gutenberg, avec la télévision comme chef de file. Comme eux, ils n'envisagent pas autrement l'avenir qu'à travers les prouesses d'un média qui n'en est qu'à ses balbutiements. Dans leur sillage, la conviction se répand, par cercles concentriques, selon laquelle le dernier-né, parmi les médias, est tout-puissant, capable désormais de faire pour le meilleur ce que les précédents furent trop souvent incapables de faire, à moins qu'ils ne l'aient fait, parfois, pour le pire. Les uns et les autres considèrent pareillement que les anciens médias sont irrémédiablement vaincus par les nouveaux, confirmant ainsi les thèses les plus saugrenues du professeur canadien. Nos contemporains voient dans la révolution numérique, - ce que je veux, quand je veux, ouïe et comme je le veux -, une preuve supplémentaire de cette lutte inexorable entre les médias. Comme tous les dévots, ils voient partout des signes de leur foi.

Entre les médias « historiques » et les médias « sociaux », la bataille est-elle engagée, comme ils le prétendent ? Entre d'un côté, l'illustre trinité, presse-radio-télévision, avec le livre ou le cinéma comme suppléments possibles et, d'un autre côté, ces médias nés avec Internet, les blogs, les SMS, les courriels, les messageries instantanées, les sites compagnons des médias historiques ou natifs de la Toile, les sites d'échange, les sites de fuites comme WikiLeaks, sans oublier les premiers de cordée, Facebook et Twitter, désormais leur emblème à tous, portes d'entrée privilégiée, le plus souvent, dans la galaxie Internet. Entre les anciens et les modernes, allons-nous, comme les *fashion victims* nous invitent à le penser, vers la victoire décisive de ces derniers ? Ou bien à une paix armée possible ? voire à une fécondation réciproque entre les uns et les autres ?

Il n'y a guère de prospective possible sans rétrospective. Répondre à la question ainsi posée, au risque de la formuler autrement, c'est tenter, non sans prudence, de tirer certains enseignements du passé. Au tout premier rang, parmi eux, celui qui remonte à Gutenberg : jamais, dans le monde des médias depuis l'invention de la presse à imprimer, le nouveau n'a remplacé l'ancien. Jamais le dernier-né, qu'elles qu'aient été les vertus qu'on lui a prêtées, n'a vaincu définitivement l'un de ceux qu'il venait défier, sur son propre terrain. La presse a surveillé la télévision ; la radio n'a pas supplanté l'opéra ou le théâtre, le cinéma n'a pas tué le roman et la télévision, bien loin de remplacer le cinéma, l'a plutôt sauvé du désastre annoncé.

Les séquences qui marquent l'histoire d'un média se suivent et se succèdent selon un scénario immuable. Dans leur plus jeune âge, les nouveaux venus vont toujours puiser aux sources de leurs aînés. De surcroît, ils en attendent, sans l'avouer, une reconnaissance, une considération, des lettres de noblesse. Devenus adultes, ils offrent à leurs devanciers, contre toute attente, de nouvelles perspectives, une sorte de deuxième chance, aussi inespérée que prometteuse. Entre les médias historiques et les médias sociaux, le scénario qui se joue aujourd'hui sous nos yeux est celui de la fécondation réciproque, même si certains proclament encore leur volonté d'établir les conditions les meilleures d'une coexistence pacifique ou d'une « paix armée », expression élégante pour désigner un équilibre de la terreur.

Second enseignement de l'histoire, qui fait moins figure de quasi-loi mais qui procède d'un constat qu'une trop grande évidence dessert : c'est le statut d'outil qui est celui de tout média, quel qu'il soit, et, en tant que tel, de son ambivalence. Comme la langue selon Esopé, en tant qu'outil, un média est invariablement capable du meilleur comme du pire. Sans doute les médias sociaux ont-ils servi de catalyseur aux révoltes dans les pays arabes. Tout aussi assurément ont-ils dû ouvrir plus largement l'espace public, faisant ainsi émerger une véritable opinion publique et frayant du même coup un chemin qui peut conduire à la démocratie. Mais les médias sociaux permettent aussi de verrouiller la parole publique, en Iran comme en Chine. N'a-t-on pas vu récemment certains dirigeants soudanais, appeler leurs opposants à une manifestation afin de les identifier avant de les jeter en prison ?

Les cyberutopistes, comme leurs détracteurs qui sont aujourd'hui hantés par le spectre de Big Brother, ignorent ou feignent d'ignorer pareillement ce constat : les médias ne sont que des moyens et ils ne valent jamais, en tant que tels, que par l'usage qui en est fait, par les objectifs poursuivis par ceux qui s'en servent. La technique, en l'occurrence, n'impose rien : elle propose et l'homme dispose, ou il compose avec elle. A leur naissance, les réseaux sociaux n'ont pas plus de feuille de route ou d'ordre de mission que les autres médias. Leur destinée dépendra de l'usage qu'on en fera, en fonction des désirs, des besoins ou des croyances de ceux qui les auront adoptés.

Il est vain de se demander lequel des deux, de Gutenberg et de la Réforme, est la cause de l'autre. La presse à imprimer a servi la cause des Réformés, et sans eux, qui l'ont précédée de plus d'un siècle, elle n'aurait sans doute pas connu la même fortune. Il est tout aussi vain de se demander si les rotatives, sans les exigences d'une libre expression proclamée, pouvaient seules donner naissance, au XIX^e siècle, à la presse quotidienne telle que nous la connaissons encore aujourd'hui. Elles avaient besoin les uns des autres, en vérité, pour donner naissance à l'information et au journalisme modernes.

La prévision est assurément un art difficile : et c'est un art qui, comme la guerre selon Napoléon, est « tout exercice ». Risquons néanmoins ce pronostic, émis à la seule lumière du passé : entre les historiques et les numériques, il n'y aura pas, demain, de lutte aux derniers survivants, mais bien plutôt, réciproquement, ce qui n'équivaut pas à une imaginaire « hybridation ». Plus que jamais, ils auront besoin les uns des autres. Force est de constater néanmoins que, pour l'heure, les deux mondes s'ignorent encore trop souvent. Pour le dire autrement, ils se regardent en chiens de faïence comme s'ils étaient vraiment concurrents, avec l'espoir secret de devenir, un jour, complémentaires, ce qui ne veut pas dire grand-chose. Ils sont encore trop enclins à se suspecter réciproquement plutôt que de chercher à se mieux connaître. Nous devons donc attendre encore un peu pour découvrir, une fois vaincues les suspensions et les craintes qu'elles nourrissent, le « meilleur des deux mondes ».

Categorie

1. Articles & chroniques

date créée

22 septembre 2011

Auteur

francisballe