

Conférence de Jean-Claude PETIT

Les médias au coeur de la mondialisation : un enjeu essentiel pour le « vivre ensemble »

Les médias, facteurs de violence ou éducateurs de la paix? ... Jean-Claude Petit parle d'expérience. Journaliste, directeur d'un hebdomadaire (« La Vie »), président d'une association de journalistes, il a beaucoup voyagé; il est reconnu comme un spécialiste du Moyen-Orient, une région aux multiples dangers.

Pas étonnant qu'il ait toujours un exemple à citer, quelquefois une anecdote à raconter, non pas pour le plaisir d'enjoliver son propos mais parce qu'il s'agit de clés pour mieux saisir les situations.

A décrire le monde comme il va et les médias comme ils sont, Jean-Claude Petit a peur d'apparaître comme un pessimiste, ce qu'il n'est pas. Deux convictions l'animent.

Un: la question de la paix, donc celle de la violence, est déterminante pour nous et pour nos enfants, dans un « monde en train de changer chaotiquement, difficilement ». Les spécialistes constatent une montée de la culture de la violence.... et le danger est que la violence apparaisse comme « normale ». Il n'est pas sûr que les conflits qui se développent aujourd'hui soient maîtrisés, pense-t-il.

Deux: les médias sont au coeur de cette question de paix et de violence par le rôle qu'ils jouent et par leur influence.

Dans « médias », il y a « médiation », « médiateur » ne cesse de dire Jean-Claude Petit. Ils doivent et peuvent faciliter le « vivre ensemble », la diversité des identités, autrement dit la démocratie et la paix. L'UNESCO dit noir sur blanc que les médias doivent mettre en relation les groupes et les peuples, donner à tous l'accès à la communication, au dialogue, à la culture. Comme d'autres, Jean-Claude Petit se fait une haute idée du journalisme, mais il sait qu'il y a loin de l'idéal des objectifs ou des souhaits à la pratique. Aussi prend-il des précautions: c'est bien du système médiatique, et non pas des journalistes, qu'il va parler, et plus particulièrement du média dominant qu'est la télévision. Autre précision: décrypter n'est pas anathématiser, critiquer n'est pas condamner.

La dictature de l'émotion

Parlons de la télévision, avec les images de la pendaison de Saddam Hussein. C'est trop évident qu'elles n'ont pas servi la paix ou la réconciliation. Était-ce d'ailleurs cela que les télévisions recherchaient? Ne voulait-on pas d'abord « *créer de l'émotion en montrant un spectacle pour faire de l'audience et augmenter le marché publicitaire* »?

C'est qu'avec l'image nous sommes facilement dans la « *dictature de l'émotion, de l'immédiat* », de l'instant et de l'instinct, surtout quand aucune parole ne vient expliquer, quand aucun commentaire n'aide à prendre de la distance, quand aucun contexte ne vient exposer les causes, les racines et les conséquences.

La situation (la pendaison d'un dictateur) n'est-elle pas exceptionnelle? Non, dit Jean-Claude Petit : les médias par leur conditionnement socio-économique et leur fonctionnement n'ont pas tendance, aujourd'hui, à être des éducateurs de paix.

Des images à consommer

Le conditionnement. Les médias ne sont pas en dehors de la société. Ils la reflètent, et renforcent ses tendances... Or, notre société est une société de consommation où tout est marchandisé, avec le souci de satisfaction immédiate et rapide. On va donc consommer des images, encore des images... L'information va être traitée comme un produit à vendre. D'aucuns parlent de « tyrannie de l'immédiateté » ou de la « réussite sans scrupules »... Notre société mondialisée est aussi un monde multiculturel, avec les peurs et les malentendus que cela engendre. La tentation des médias est de cultiver l'égoïsme et de donner une « présentation univoque et aplatie de la réalité ». Ou encore

de simplifier à outrance un monde qui est plus complexe que jamais...

La loi d'airain

Le fonctionnement des médias ensuite. Il est soumis de plus en plus à « *la loi d'airain de l'audience* », l'audimat pour les téléés. Regardez la « grand messe » du journal télévisé de 20 heures. Souvent, on commence par les faits divers, les soldes, les vacances, la météo. Ajoutez le dernier film sorti, une vedette jeune et belle... et il ne reste que peu de temps pour quelques brèves.

L'international? Très peu. Les éditoriaux qui pourraient amener une distanciation? Ils ont disparu... Ce qui compte, c'est de tenir les téléspectateurs jusqu'au « carrefour publicitaire » et Dieu sait qu'elle est bien faite la pub!

De tout, la télévision fait un spectacle... et celui qui regarde devient un voyeur qui « assiste » au spectacle. Cela peut devenir de la « distraction » au sens pascalien du terme. Cela peut créer encore un sentiment d'indifférence ou d'impuissance, les pires ennemis de la citoyenneté...

Un instrument

Cette situation est-elle irrémédiable? Oui, répond Jean-Claude Petit, si le système médiatique continue à être entre les mains des puissances capitalistiques. Regardez à qui appartiennent les médias, en France et ailleurs... Ce n'est pas un hasard si des capitaux ont acheté « des tuyaux » et des « techniques », bien plus importants que le contenu: « *Le contenu n'importe que s'il rapporte et ne trouble pas le système dominant* »

En somme, ce serait une grave erreur, explique Jean-Claude Petit, que de croire que le système médiatique n'est qu'une petite chose négligeable, un « *appendice* ». Il est au « *coeur de la mondialisation ultra-libérale, il est son instrument, il est une des colonnes vertébrales de la globalisation marchande* ».

Engagement citoyen

Mais alors, que faire? Baisser les bras, céder au découragement ou à l'impuissance? Certes non! Un citoyen ne renonce jamais...

Alors jeter la télévision par la fenêtre, définitivement? Non plus, car il y a aussi de bonnes émissions, des journalistes sérieux. Ensuite, la télévision joue un rôle intéressant pour la détente ou l'information (quelle perception aurions-nous sans elle des crises, par exemple, des Balkans ou du Rwanda?...)

Il faut regarder la télévision, car c'est elle qui fabrique notre « *modèle culturel* », dit Jean-Claude Petit... mais avec esprit critique. Ne pas s'en tenir à l' « *effet miroir* ».

Il s'agit d'être lucide : prendre conscience, premier pas avant la réflexion et finalement l'engagement citoyen nécessaire. Car les citoyens ont en matière de médias une part de responsabilité. Des actions sont possibles : se manifester, écrire, téléphoner, devenir conscient, conscientiser autour de soi, choisir ses émissions et ses médias, les diversifier... etc.

P. I.

Pour Aveyron Décennie de la Paix