

Patrick-Yves BADILLO

Professeur à l'Université de Genève et directeur de Medi@LAB-Genève,

Faculté des Sciences de la Société

L'écologie des médias ou l'impérieuse nécessité de développer la recherche sur les medias

Patrick-Yves Badillo Prof. Université de Genève.

Attention, il s'agit d'un document de travail. Veuillez citer et vous référer à la version définitive :

Badillo P.-Y., « L'écologie des médias ou l'impérieuse nécessité de développer la recherche sur les médias », chapitre introductif in *Écologie des médias*, Éditions Bruylant, Bruxelles, 2008, ISBN 978-2-8027-2464-3, pp. 1-27.

Ce texte a été mis en ligne afin que les usagers du site Internet puissent avoir accès aux travaux de Patrick-Yves Badillo. Les droits d'auteur des documents du site Internet patrickbadillo.eu demeurent aux auteurs des textes et-ou aux détenteurs des droits. Les usagers peuvent télécharger et-ou imprimer une copie de n'importe quel texte présent sur patrickbadillo.eu pour leur étude personnelle et non-marchande. Vous ne pouvez en aucun cas distribuer ce document ou l'utiliser à des fins lucratives. Vous êtes cependant invités à diriger les visiteurs vers patrickbadillo.eu pour qu'ils accèdent aux textes.

Document téléchargé depuis <http://www.patrickbadillo.eu>

Patrick-Yves Badillo

L'écologie des médias ou l'impérieuse nécessité de développer la
recherche sur les medias

P.-Y. Badillo (2008)

Attention, il s'agit d'un document de travail. Veuillez citer et vous référer à la version définitive :

Badillo P.-Y., « L'écologie des médias ou l'impérieuse nécessité de développer la recherche sur les médias », chapitre introductif in *Écologie des médias*, Éditions Bruylant, Bruxelles, 2008, ISBN 978-2-8027-2464-3, pp. 1-27.

Ce texte a été mis en ligne afin que les usagers du site Internet puissent avoir accès aux travaux de Patrick-Yves Badillo. Les droits d'auteur des documents du site Internet <http://www.patrickbadillo.eu/> demeurent aux auteurs des textes et/ou aux détenteurs des droits. Les usagers peuvent télécharger et/ou imprimer une copie de n'importe quel texte présent sur <http://www.patrickbadillo.eu/> pour leur étude personnelle et non-marchande. Vous ne pouvez en aucun cas distribuer ce document ou l'utiliser à des fins lucratives. Vous êtes cependant invités à diriger les visiteurs vers <http://www.patrickbadillo.eu/> pour qu'ils accèdent aux textes.

Document téléchargé depuis <http://www.patrickbadillo.eu/> également accessible sur
archivisic

RESUME/ EXTRAITS :

LES MEDIAS AU CŒUR DES SOCIÉTÉS CONTEMPORAINES

L'information est depuis au moins plusieurs décennies un sujet majeur. Les médias ont pris une importance croissante que nul ne conteste. Pour autant, l'étude des médias et de leur évolution dans leur globalité, dans leur environnement, c'est-à-dire l'écologie des médias, reste un domaine de recherche encore relativement vierge. C'est ce domaine que nous allons tenter de défricher dans le présent ouvrage.

...L'expression « écologie des médias » est, quant à elle, relativement récente et trouve son origine dans deux traditions culturelles très différentes. D'une part, comme le rappelle Michel Mathien (chapitre 1), c'est Abraham Moles qui a développé à partir de 1971 le concept d'*écologie de la communication*. L'analyse de Moles est à la fois originale et représentative d'une tradition française humaniste. D'autre part, ainsi que le souligne Serge Proulx (chapitre 3), la notion d'*écologie des médias* » a surgi durant la décennie 1970 sur la Côte est des États-Unis, notamment sous l'influence de Neil Postman. L'expression « *écologie des médias* » a été utilisée pour la première fois par Neil Postman en novembre 1968 au congrès annuel du *National Council of Teachers of English* à Milwaukee dans l'état du Wisconsin. Une association baptisée « Media Ecology Association » s'est d'ailleurs développée suite aux travaux fondateurs de Neil Postman. En page d'accueil du site Web de cette association figure la définition suivante de l'écologie des médias donnée par Neil Postman :

« *L'écologie de médias examine la façon dont les médias affectent la perception humaine, la*

compréhension, les sentiments et les valeurs ; et comment notre interaction avec les médias facilite ou empêche nos chances de survie ».

À ces deux origines s'ajoutent évidemment toute l'influence des recherches en écologie proprement dite avec le développement de l'approche systémique ainsi que les travaux sur la complexité (Edgar Morin).

Mots clés: medias; écologie; pollution informationnelle; information; journalisme

Abstract:

Information, media and journalism are nowadays a very important stake inasmuch as media are influencing our live, our mind. Information flows are disseminating everyday through more and more channels. Three main streams have to be recalled, about media ecology. Pioneers works of Abraham Moles, but also works of Neil Postman. From a more general point of view, we have also to mention Edgar Morin work about complexity and ecology.

Key words: media; ecology; informational pollution; information; journalism

Bibliography

Amartya Sen, *Un nouveau modèle économique – Développement, justice, liberté –*, Odile Jacob Poches, Paris, 2003

Louis Leprince-Ringuet, *Science et bonheur des hommes*, Flammarion, Paris, 1973.

Abraham A. Moles, *Théories structurales de la communication et société*, Paris, Masson, 1995

Francis Balle, *Et si la presse n'existait pas*, Jean-Claude Lattès, Paris

Badillo P.-Y., Proulx S., « La mondialisation de la Communication : à la recherche du sens perdu », in *Les essentiels d'Hermès*, CNRS Éditions, 2009

Robert Park, Ernest Burgess, Roderick McKenzie, *The city*, the University of Chicago Press, Chicago, London, 1968, 5^e éd..

James Jerome Gibson, *The Ecological Approach to Visual Perception*, Lawrence Erlbaum Associates Inc, US, 1979 ; nouvelle édition : 1986

Badillo P.-Y., « De la parfaite adéquation du journalisme à la « société de l'information », in *Les Enjeux de l'information et de la communication*, avril 2006.

INTRODUCTION

L'ÉCOLOGIE DES MÉDIAS OU L'IMPÉRIEUSE NECESSITE DE DÉVELOPPER LA RECHERCHE SUR LES MÉDIAS

PATRICK-YVES BADILLO

« La libre communication des pensées et des opinions est un des droits les plus précieux de l'Homme : tout citoyen peut donc parler, écrire, imprimer librement, sauf à répondre à l'abus de cette liberté dans les cas déterminés par la Loi. » Article 11 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen, 26 août 1789.

« One of the objects of a newspaper is to understand the popular feeling and give expression to it ; another is to arouse among the people certain desirable sentiments ; the third is fearlessly to expose popular defects. »
Mahatma Gandhi¹

Commençons par une parabole présentée par Amartya Sen² :

« Alors que la jeune Annapurna cherche quelqu'un pour s'occuper de son jardin, trois manœuvres du voisinage viennent proposer leurs services. Ils s'appellent Dinu, Bishano et Rogini. Tous trois sont sans emploi, ils souhaitent ardemment obtenir ce travail. Annapurna réfléchit : elle sait que chacun des postulants lui donnera satisfaction pour un salaire équivalent. La tâche n'étant pas divisible elle doit choisir le meilleur candidat ».

Alors Amartya Sen explique toute la difficulté du choix d'Annapurna. D'abord elle souhaite recruter Dinu car il est le plus misérable, mais elle apprend que Bishanno a récemment perdu tous ses biens. Enfin il s'avère que Rogini souffre d'un mal incurable. Amartya Sen montre ainsi que la décision d'Annapurna se fera en fonction de l'information disponible... mais toute l'information n'est pas forcément accessible... certaines informations peuvent être exclues... et dès lors le choix pourrait se faire sur des bases « injustes ».

¹ Cité in *World Development Report 2002, Building Institutions for Markets*, Published for the World Bank, Oxford University Press, New York, 2002, p. 181.

² Amartya Sen, *Un nouveau modèle économique – Développement, justice, liberté –*, Odile Jacob Poches, Paris, 2003, p. 79. Notons qu'Amartya Sen a reçu le Prix Nobel d'Économie en 1998.

Cette parabole nous paraît intéressante pour souligner l'importance du rôle de l'information. La parabole peut s'appliquer aux politiques qui vont prendre des décisions, choisir entre telle ou telle dépense de santé... ou encore aux citoyens appelés à élire un président de la République. De quelles informations disposent-ils ? Comment vont-ils faire leur choix ? Les informations vont être principalement véhiculées par les médias et les nouveaux médias. Pour autant c'est plus l'abondance et la non fiabilité des diverses informations qui posent problème :

« Certaines époques ont connu des instabilités, des révolutions, des changements brusques de l'échelle des valeurs et par ailleurs des contraintes puissantes, mais il n'y a jamais eu l'équivalent d'une prolifération aussi encombrante de l'information. Nous le ressentons sous les formes les plus variées et nous sommes sollicités tout au long de la journée par une accumulation démentielle d'incitations ».

Ce qui est intéressant dans cette citation ce n'est pas son contenu qui, aujourd'hui, est banal, mais c'est la date de cette analyse affirmée par Louis Leprince-Ringuet en 1973³. Il reviendra à Abraham Moles d'introduire

« ce que l'on peut appeler opulence communicationnelle, une idée calquée sur le concept d'« opulence » matérielle tel qu'il a été introduit par Galbraith, celui d'un être qui se trouve disposer sans compter d'un certain bien, en l'occurrence, il s'agit de la capacité de communiquer avec d'autres êtres [...] l'être disposant de l'opulence communicationnelle, c'est-à-dire doté de plus de facilités de communication qu'il n'en utilisera ou n'aura envie d'en utiliser, qui, en d'autres termes, ne trouvera les limites à ses interactions avec autrui que dans la détermination interne qu'il donne à sa vie et non dans les contraintes externes qu'il subit »⁴.

Les travaux d'Abraham Moles et ses apports en termes d'écologie de la communication sont présentés de façon approfondie par Michel Mathien (chapitre 2, infra).

LES MEDIAS AU CŒUR DES SOCIÉTÉS CONTEMPORAINES

Dès lors, notre problématique est posée : l'information est depuis au moins plusieurs décennies un sujet majeur. Les médias ont pris une importance croissante que nul ne conteste. Pour autant, l'étude des médias et de leur évolution dans leur globalité, dans leur environnement, c'est-à-dire l'écologie des médias, reste un domaine de recherche encore relativement vierge. C'est ce domaine que nous allons tenter de défricher dans le présent ouvrage.

³ Louis Leprince-Ringuet, *Science et bonheur des hommes*, Flammarion, Paris, 1973, p. 33

⁴ Abraham A. Moles, *Théories structurales de la communication et société*, Paris, Masson, 1995, p. 151 ; les extraits de texte indiqués ici en caractères normaux sont en italiques dans son livre. Abraham Moles fait allusion au livre de John Kenneth Galbraith : *The Affluent society*, Houghton Mifflin Company, Boston, 1958, 1^{ère} éd. (trad. : *L'Ère de l'opulence*, Calmann Lévy, Paris, nouvelle édition, 2006).

En effet, l'analyse des médias devient un objet d'étude majeur dans le domaine des sciences humaines et sociales. Dès la première moitié du XX^e siècle, avec l'essor de la radio, puis de la télévision, les médias ont un rôle et une influence grandissants. Outils de propagande durant l'entre-deux-guerres, notamment en ce qui concerne la radio utilisée par l'Allemagne nazie, les médias deviennent un enjeu de plus en plus important en raison de leur impact sur les populations. La célèbre anecdote d'Orson Welles annonçant, pour faire un « canular », par la radio l'arrivée des martiens à New York et les conséquences immédiates sur une population paniquée à cette idée illustre l'impact considérable des médias. Ainsi, le 30 octobre 1938 Welles s'inspire du roman de Herbert George Wells, paru en feuilleton puis en ouvrage à la fin du XIX^e siècle, et décrit l'offensive des martiens sur les ondes de la radio CBS. Welles diffuse une série de faux bulletins d'informations et de faux reportages en direct. La panique est créée. Face à l'invasion des extra-terrestres des milliers d'Américains commencent un exode ; certains auditeurs en viennent même à envisager de se suicider ! Influent sur la diffusion des idées, des valeurs, de la culture, les médias sont longtemps restés des activités marginales sur le plan économique. Mais, aujourd'hui, les médias occupent un rôle de plus en plus central au cœur de la « nouvelle » économie. En effet les médias constituent le vecteur fondamental de diffusion de la nouvelle « matière première » de nos économies : l'information. Avec le nouvel essor d'Internet et des nouveaux médias on pourrait presque dire que les médias n'ont plus leur rôle de *medium* originel tant ils sont partie intégrante de la vie économique et sociale actuelle. Ils constituent souvent une fin en soi et modifient en profondeur la vie économique et sociale. Alvin Toffler⁵ souligne l'importance des médias :

« Dans une économie fondée sur les connaissances, le plus important problème de politique intérieure n'est plus la distribution (ou la redistribution) de la richesse, mais celle de l'information et des médias qui la produisent ».

L'IMPORTANCE DE LA RECHERCHE ET DE LA FORMATION DANS LE DOMAINE DES MEDIAS

Selon l'enquête annuelle *La Croix/TNS Sofres*⁶ de février 2007, 75% des Français porte un intérêt très grand ou assez grand aux nouvelles données par les moyens d'information (presse, radio, télévision). Les médias ont un rôle central pour transmettre des idées, des valeurs, mettre au premier plan des débats :

⁵ Alvin Toffler, *Les nouveaux pouvoirs*, Paris, Fayard, 1991 (édition originale : *Powership : Knowledge, Wealth and Violence at the edge of the 21st century*, Bantam Books, New York, 1990), p. 428.

⁶ <http://www.tns-sofres.com/>

l'information est au cœur de nos économies... mais qu'en est-il des recherches et de la formation dans ces domaines ? Elles sont souvent marginalisées au bénéfice de la science, de la médecine. Certes, il est clair que les disciplines médicales et scientifiques sont cruciales pour la société, la vie humaine, et sans aucun doute devrait-on investir davantage dans ces disciplines. Pourtant, justement, des médias capables de mettre en lumière les grands enjeux sociétaux, en termes médical et scientifique notamment, capables de favoriser des prises de conscience et même des actions dans ces domaines, seraient de la plus grande utilité. Notons que des efforts croissants sont faits en ce sens, mais ils restent insuffisants. Simultanément, la société, ou les intellectuels, les chercheurs ne manquent jamais une occasion de décrédibiliser les médias sources de nombreux maux. On ne peut s'en tenir à la critique superficielle habituelle : les médias déforment tout, analysent peu, sont incompétents, développent des pratiques de connivence... On ne peut indéfiniment stigmatiser les médias et les journalistes et ne jamais investir dans ces domaines en termes de recherches et d'analyses ! Il est donc temps d'intensifier, de développer différentes recherches sur les médias. L'enjeu est d'autant plus important que l'on peut voir le côté positif de la « *société de l'information et de la connaissance* »⁷, c'est-à-dire la diffusion de plus en plus fluide et à une large échelle de l'information, mais que l'on doit noter aussi *les risques de voir la désinformation se propager à une échelle jamais connue jusque-là et avec une rapidité exceptionnelle*. Ainsi, les nouveaux médias et les nouvelles technologies donnent un rôle de plus en plus sensible, de plus en plus crucial aux médias, aux journalistes et à l'information : les technologies ont démultiplié l'impact de l'information à une échelle globale. Il convient donc d'avoir un nouveau point de vue sur le journalisme, les recherches et les formations qui sont proposées dans ce contexte de globalisation et de mondialisation.

« *Aux qualités que l'on demande des journalistes, combien de génies pourraient être journalistes* » (Beaumarchais⁸).

À une période où l'information est de plus en plus diffusée, la recherche sur les médias et la formation des journalistes n'a pas du tout suivi la même progression. En France et aussi dans un grand nombre de pays, on peut, par exemple, devenir journaliste sans aucun diplôme : environ 80% des journalistes en activité ne sont pas issus d'une école reconnue par la profession. Bien évidemment il ne s'agit pas de sacraliser les diplômes et de croire qu'ils constituent la garantie du journalisme de qualité. Il est clair que l'on peut devenir un très bon journaliste sans avoir un seul diplôme ; nombre de journalistes reconnus sont dans cette situation. Mais ce qui est inquiétant, c'est

⁷ Nous utilisons cette expression entre guillemets pour rappeler qu'elle est remise en cause par nombre d'auteurs.

⁸ Cité par Francis Balle, *Et si la presse n'existait pas*, Jean-Claude Lattès, Paris, p. 100.

que la société dans sa totalité considère que cela est logique et normal ; elle n'attache pas la plus grande des exigences à un métier comme le journalisme. Notre position est de considérer que les métiers du journalisme, comme nombre de métiers liés à l'information, à la connaissance, constituent des métiers pour lesquels on doit avoir de très grandes exigences. Il faut mettre le journalisme sur un plan de responsabilité comparable à des métiers comme ceux de médecins, de cardiologues, ou d'experts en systèmes d'information. Les journalistes, comme nombre de travailleurs de la société du savoir, constituent une nouvelle catégorie d'« ingénieurs ». Évidemment il ne s'agit pas d'ingénieurs au sens traditionnel du terme, mais d'ingénieurs qui, certes, ne travaillent pas sur de la matière, dangereuse au sens physique du terme, mais sur de l'information qui peut avoir un impact considérable et constitue en tout cas un domaine sensible. Tant que ce problème ne sera pas clairement posé, et admis, tant que l'information et le traitement journalistique ne seront pas considérés comme des rouages fondamentaux, complexes, délicats, exigeant de très grandes capacités d'analyse situant ce type de fonction à un haut niveau dans la société, il faudra admettre *les effets d'une pollution informationnelle aggravant certains problèmes en raison de la désinformation, ou tout au moins d'une mauvaise information.*

Dans le contexte de la *société de l'information et de la connaissance* il importe d'investir au niveau du contenu. La nouvelle, l'information journalistique constituent la sève fondamentale qui alimente la *société de l'information et de la connaissance*. Pourtant les médias et le journalisme semblent avoir un rôle tout à la fois important et subalterne. Le journalisme est considéré comme important car dès qu'une information est mal analysée, mal présentée, les journalistes sont critiqués et condamnés de façon virulente. Dans le même temps les médias inspirent une défiance relativement forte puisque, par exemple, dans le cadre de l'enquête annuelle *La Croix/TNS Sofres* de février, la question : « *Pour les nouvelles que vous voyez à la télévision, est-ce que vous vous dites plutôt que les choses se sont passées comme le montre la télévision* » recueille 48% de oui et 51% de non. En d'autres termes, le média dominant, la télévision, n'inspire pas vraiment confiance ; de même le métier de journaliste est considéré dans l'opinion publique comme un métier inspirant peu confiance. La récente étude annuelle des consommateurs de *Reader's Digest*⁹ démontre cette faible confiance vis-à-vis des journalistes : si la confiance des Français à l'égard des pompiers ou des professions médicales est au plus haut – 98% pour une confiance « assez forte », voire « très forte », envers les pompiers, 94% pour les pharmaciens et les infirmières, 91% pour les médecins... –, à l'autre

⁹ Ce résultat est fourni par « *Reader's Digest European Trusted Brands 2007* », la plus grande étude de consommateurs d'Europe. <http://www.rdtrustedbrands.com/trusted-brands/>

extrémité figurent les hommes politiques (au 20^e rang avec 5%), les leaders syndicaux (19^e avec 16%) et les journalistes (17^e avec 30%).

Il y a un enjeu et un paradoxe. L'enjeu est lié à l'importance des médias. Le paradoxe, ce sont les faibles investissements réalisés dans le contenu par rapport aux infrastructures de réseaux d'information. L'information véhiculée par les réseaux semble compter de façon marginale alors qu'elle est la finalité de ces réseaux. On oublie trop souvent que l'information n'est pas seulement synonyme de la circulation de *bits* dans les réseaux, mais est une information contextualisée et interprétée par l'homme et notamment par les médias et les journalistes. Cette donnée fondamentale ne semble pas être prise en compte ; alors que l'on investit relativement peu dans la production d'information elle-même, des sommes considérables sont mobilisées pour la réalisation des infrastructures de réseaux : ainsi le Digiworld¹⁰ est passé de 2200 à 3500 milliards de dollars de 2000 à 2006 (à comparer avec les 2500 milliards de dollars auquel s'élevait le PNB total de l'ensemble des pays d'Amérique latine et des Caraïbes en 2005)¹¹. Tant que l'on ne considérera pas le journaliste et les médias au juste niveau qui doit être le leur, à savoir un niveau de responsabilité élevée notamment pour la liberté et pour la démocratie, il sera impossible d'améliorer fondamentalement le rôle des médias et les journalistes. D'une façon plus générale, il convient de restituer à la formation et aux recherches sur les médias leur rôle crucial notamment dans la perspective du développement de la *société de l'information et de la connaissance*. Comme l'a écrit Lee Bollinger, président de la Columbia University, le journalisme est l'un des enjeux les plus importants de l'époque actuelle :

*« Je pose en prémisses que le journalisme et une presse libre font partie des plus importantes institutions humaines du monde moderne. La démocratie, la société civile et les marchés libres ne peuvent pas exister au cours du temps sans eux. La qualité de la vie dans ces systèmes est étroitement liée à la qualité de la pensée et de la discussion au sein de notre journalisme. C'est plus vrai que ce l'était il y a un siècle, et il est probable que ce sera encore davantage vrai dans un siècle »*¹².

L'importance du journalisme, le rôle des médias, la nécessité d'avoir des formations de haut niveau mettent aussi en lumière l'intérêt de nouvelles

¹⁰ Les opérateurs de télécommunication, les fabricants d'ordinateurs ou de logiciels, les éditeurs, les studios de cinéma et les réseaux de télévision peuvent aujourd'hui être considérés comme relevant d'une seule et même méga industrie de l'information et de la communication ou encore de ce que l'Idate appelle le *DigiWorld*. Idate, *Digiworld 2007 Les enjeux du monde numérique*, Montpellier, 2007, 7^e éd.

¹¹ Sur ces écarts considérables et sur les incertitudes que suscite la mondialisation de la communication, le lecteur pourra se référer notamment à Patrick-Yves Badillo et Serge Proulx, « La mondialisation de la communication : à la recherche du sens perdu », revue *Hermès*, n°44, CNRS Éditions, 2006.

¹² Lee Bollinger, « President Bollinger's Statement on the Future of Journalism Education », 2003 <http://www.columbia.edu/cu/news/>, notre traduction.

recherches. Nous avons retenu l'écologie des médias comme l'un des enjeux significatifs en termes de recherche.

L'ÉCOLOGIE DES MÉDIAS

L'importance des médias justifie donc la mise en œuvre de recherches de grande ampleur sur le sujet. À notre échelle, compte tenu de la profusion des médias (essor exponentiel d'Internet, notamment, et de différents types de médias corrélés comme les *blogs*¹³, les journaux en ligne, multiplication du nombre de chaînes de télévisions par satellite¹⁴...), de leur invasion dans toutes les activités humaines, il nous est apparu fécond de lancer de nouvelles réflexions sur l'écologie des médias. Cette expression est à l'intersection de multiples approches qui s'entrecroisent. En effet, embrasser le champ des médias rend nécessaires de nouvelles approches globales, situant l'analyse dans le champ de l'interdisciplinarité et de la complexité.

Comment donner, succinctement, une définition de l'écologie des médias ? Commençons par l'étymologie. Le terme « écologie », introduit par le zoologiste allemand Ernst Heinrich Haeckel en 1866, est issu de deux mots grecs : « *oïkos* », qui signifie la maison, l'habitat, et « *logos* » qui désigne le discours. L'écologie est ainsi

« la science de l'habitat, c'est-à-dire l'étude des conditions d'existence des êtres vivants et de leurs relations avec le milieu »¹⁵.

Cette science a beaucoup évolué depuis le XIX^e siècle et divers prolongements se sont développés dans les sciences humaines et sociales. Parmi les travaux déjà anciens, citons, par exemple, ceux de l'école sociologique de

¹³ Les termes de *blog*, de *weblog*... sont traduits en français par le terme de bloc-notes défini ainsi par le Journal Officiel du 20 mai 2005 (n° 116) : « Site sur la toile, souvent personnel, présentant en ordre chronologique de courts articles ou notes, généralement accompagnés de liens vers d'autres sites. Note : La publication de ces notes est généralement facilitée par l'emploi d'un logiciel spécialisé qui met en forme le texte et les illustrations, construit des archives, offre des moyens de recherche et accueille les commentaires d'autres internautes ». Le terme de *chat* doit être remplacé, selon le Bulletin Officiel de l'éducation nationale (n° 21 du 25 mai 2006), par « dialogue en ligne ». Pour la suite du texte nous garderons les mots d'usages courants (sans revenir sur ces questions de définition...), comme, par exemple, *blog*, *chat*...

¹⁴ Qui connaît en France, à part évidemment certains chercheurs en Sciences de l'Information et de la Communication, l'essor vertigineux des chaînes de télévision arabes diffusées par satellite ? Selon le Arab Advisers Group (rapport de décembre 2006 : *Satellite TV in the Arab World 2006*), le nombre des chaînes de télévision gratuites arabes par satellite a plus que doublé au cours des deux dernières années. En octobre 2006, le nombre total de canaux sur Arabsat et Nilesat atteignait 263, en augmentation de 163% depuis janvier 2004. 73,8% d'entre eux sont privées. Cette augmentation est directement liée à l'ouverture du paysage audiovisuel par certains pays arabes. Nilesat est le principal bénéficiaire de cette augmentation des chaînes de télévision. Le plus grand nombre de chaînes de télévision a pour origine le Golfe.

¹⁵ *Encyclopédie Encarta*.

Chicago, dite de « l'écologie urbaine », autour de Robert E. Park¹⁶ dans les années 1920-1930. On peut aussi évoquer Julian Steward¹⁷ et l'écologie culturelle ou James Gibson et la psychologie écologique¹⁸. Aujourd'hui des recherches se développent sur l'ethnoécologie¹⁹, l'écologie humaine²⁰, l'anthropologie environnementale ou écologique²¹... et même l'écologie électorale. On remarquera que l'auteur du document de l'Encyclopaedia Universalis consacré à la sociologie électorale, qui commence par une section intitulée « écologie électorale », est Alain Lancelot, professeur émérite, ancien directeur de l'Institut d'Études Politiques de Paris, membre honoraire du Conseil constitutionnel, et qui fut aussi le président de la Commission chargée d'étudier les problèmes de la concentration des médias en France²². Toutefois le terme « écologie » n'apparaît pas dans le rapport Lancelot. Nous analysons dans le chapitre 2 les liens entre l'économie et l'écologie. Il existe de nombreuses revues académiques centrées sur l'approche écologique, y compris dans divers domaines des sciences humaines ou sociales ; citons, à titre indicatif : *Ecography*, *Ecological and Environmental Anthropology*, *Ecological Complexity*, *Ecological Economics*, *Ecological Engineering*, *Ecological Psychology*, *Ecology and Society*, *Human Ecology*... Bien évidemment, dès lors qu'on s'intéresse à des activités humaines, il ne s'agit plus ou plus seulement d'étudier les êtres vivants dans leur milieu « naturel » ; le milieu devient une notion élargie, comme l'indiquent les quelques citations suivantes :

« Le terme d'écologie est emprunté aux sciences naturelles où il désigne l'étude du milieu où vivent les êtres vivants et les rapports de ces êtres avec le milieu. Il est passé dans les sciences sociales non sans une certaine altération : par écologie on n'entend plus seulement, en effet, l'analyse de l'influence de l'environnement territorial sur les comportements sociaux, mais, plus largement, l'étude de ces comportements à partir des informations données dans le cadre d'unités territoriales appelées parfois « collectifs » »²³.

¹⁶ Robert Park, Ernest Burgess, Roderick McKenzie, *The city*, the University of Chicago Press, Chicago, London, 1968, 5^e éd. Robert E. Park fut d'abord journaliste avant de faire des recherches sur les villes.

¹⁷ Julian H. Steward, *Theory of Culture Change*, University of Illinois Press, Urbana, 1955.

¹⁸ James Jerome Gibson, *The Ecological Approach to Visual Perception*, Lawrence Erlbaum Associates Inc, US, 1979 ; nouvelle édition : 1986.

¹⁹ Cf., par exemple, le site Web de l'UMR « Eco-Anthropologie et ethnobiologie » en France :

http://www.ecoanthropologie.cnrs.fr/article.php3?id_article=86

²⁰ Cf., par exemple, le centre d'écologie humaine et des sciences de l'environnement de l'Université de Genève :

<http://ecolu-info.unige.ch/>

²¹ Cf., par exemple : Rebecca Hardin, « À travers la forêt, vers une nouvelle anthropologie environnementale », in *Anthropologie et Sociétés*, vol. 29, n°1, 2005 (numéro intitulé : « Forêts tropicales ») ; Carole Lévesque, « La nature culturelle. Trajectoires de l'anthropologie écologique contemporaine », in *Anthropologie et Sociétés*, vol. 20, n°3, 1996 (numéro consacré à « la nature culturelle »).

²² Cf. Commission Lancelot, *Les problèmes de concentration dans le domaine des médias*, rapport au premier ministre, décembre 2005, disponible en ligne : http://www.ddm.gouv.fr/IMG/pdf/rapport_lancelot.pdf

²³ Article d'Alain Lancelot sur la sociologie électorale, *Encyclopaedia Universalis*.

« *L'écologie fait appel aux lois inéluctables de la nature, l'écodéveloppement à la sagesse de l'exploitation à long terme, et l'écopolitique aux conventions et aux valeurs de la société* »²⁴.

Certes, l'articulation entre l'écologie et les sciences sociales et humaines n'est nullement évidente. Comme le montre Ian Scoones²⁵, l'approche écologique a beaucoup évolué au cours des dernières décennies en s'éloignant du concept d'équilibre et en mettant davantage l'accent sur la variabilité dans le temps et dans l'espace, la dynamique (interactions non linéaires...) et la complexité des systèmes. Les sciences sociales restent en retrait par rapport à cette évolution de la pensée non seulement parce qu'il faut du temps pour que les idées se diffusent de façon transdisciplinaire, mais aussi parce que le concept d'équilibre est encore très prégnant. Nous montrerons d'ailleurs comment, dans le cas des sciences économiques, certains courants de pensée récents raisonnent davantage en termes notamment d'évolution.

Revenons à l'étymologie, mais cette fois en nous intéressant aux médias. Le mot latin « *medium* » (*media* au pluriel) peut être compris à la fois comme un « moyen » (d'information et/ou de communication) et comme un « intermédiaire » (entre les hommes). Plusieurs aspects des médias sont alors à prendre en compte : comme le rappelle Francis Balle²⁶, les médias sont des supports techniques, mais aussi des activités humaines, des entreprises et les usages sont essentiels.

L'expression « écologie des médias » est, quant à elle, relativement récente et trouve son origine dans deux traditions culturelles très différentes. D'une part, comme le rappelle Michel Mathien (chapitre 1), c'est Abraham Moles qui a développé à partir de 1971 le concept d'*écologie de la communication*. L'analyse de Moles est à la fois originale et représentative d'une tradition française humaniste. D'autre part, ainsi que le souligne Serge Proulx (chapitre 3), la notion d'« *écologie des médias* » a surgi durant la décennie 1970 sur la Côte est des États-Unis, notamment sous l'influence de Neil Postman. L'expression « *écologie des médias* » a été utilisée pour la première fois par Neil Postman en novembre 1968 au congrès annuel du *National Council of Teachers of English* à Milwaukee dans l'état du Wisconsin. Une association baptisée

²⁴ Pierre Dansereau, « Protection de l'environnement et développement : lois de la nature et lois humaines », in Nicole Duplé (éd.), *Le droit à la qualité de l'environnement: un droit en devenir un droit à définir*, (V^e Conférence Internationale de Droit Constitutionnel, septembre 1987, Québec), Québec/Amérique, Montréal, pp. 97-106, disponible en ligne : <http://www.udd.org/Francais/Dansereau/Documents/182.html>. Pierre Dansereau a été notamment Professeur d'écologie à Montréal.

²⁵ Ian Scoones, « New Ecology And The Social Sciences: What Prospects for a Fruitful Engagement? », *Annual Review of Anthropology*, octobre 1999, Vol. 28, pp. 479-507.

²⁶ Francis Balle, *Les Médias*, PUF, Que sais-je, Paris, 2004.

« Media Ecology Association » s'est d'ailleurs développée suite aux travaux fondateurs de Neil Postman²⁷. En page d'accueil du site Web de cette association figure la définition suivante de l'écologie des médias donnée par Neil Postman :

« L'écologie de médias examine la façon dont les médias affectent la perception humaine, la compréhension, les sentiments et les valeurs ; et comment notre interaction avec les médias facilite ou empêche nos chances de survie »²⁸.

À ces deux origines s'ajoutent évidemment toute l'influence des recherches en écologie proprement dite avec le développement de l'approche systémique ainsi que les travaux sur la complexité (Edgar Morin).

Cependant, les analyses consacrées aux médias faisant explicitement référence à une approche écologique restent limitées. Alors que, par exemple, le concept de développement durable s'est imposé dans nombre de travaux économiques, intégrant notamment un souci de préservation des ressources naturelles de la planète (même si les « lois » de ce développement durable font débat), on est loin d'une conceptualisation claire de l'environnement informationnel ou des « ressources » médiatiques. Michel Mathien insiste sur le besoin d'« écologues », voire d'« écosophes » des médias. Il est à noter que le courant anglo-saxon qui se développe autour du « Media Literacy » constitue l'une des avancées importantes pour appréhender les médias : notre interprétation des messages émis par les médias construit notre structure de connaissance mais en est aussi dépendante.

²⁷ <http://www.media-ecology.org/>

²⁸ Notre traduction ; cf. <http://www.media-ecology.org/>