

Dominique Wolton

Fondateur et directeur

de l'Institut des Sciences de la Communication du CNRS

et de la revue internationale HERMES (cognition – communication – politique)

## FORO DE BIARRITZ

### Information et communication, les nouvelles conditions du développement

Depuis un demi-siècle, les conditions du développement changent. On a parlé, à juste titre de conditions économiques et de la réduction des inégalités sociales, mais aujourd'hui le rôle de la communication est de plus en plus important, c'est-à-dire celui de la cohésion d'une société. Le développement suppose le sentiment d'appartenir tous au même projet, avec pas trop de distances entre les riches et les pauvres, les urbains et les ruraux, les vieux et les jeunes... Pas de développement sans un minimum de cohésion sociale et culturelle.

Pourquoi l'information et la communication sont-elles de plus en plus importantes ?

Parce qu'avec la généralisation de la presse, puis de la radio, de la télévision et aujourd'hui d'Internet, tout change et devient plus transparent. Aujourd'hui chacun sait beaucoup plus de chose, ce qui accroît le sens critique. Et tant mieux. Les citoyens sont beaucoup plus informés de ce qui se passe dans leur pays et autour. Le rôle croissant de la confiance et de la communication comme condition du changement est donc un phénomène récent. Pas de développement sans un minimum d'égalité, de démocratie et de confiance mutuelle. Les trois traduisent l'intelligence du peuple.

Les quatre conditions du développement sont donc économiques, sociales, politiques et communicationnelles. Inutile de vouloir mentir ou manipuler le peuple, tout se sait aujourd'hui dans un monde ouvert. La généralisation des techniques de communication, même si elle est inégalitaire rend le citoyen beaucoup plus exigeant à l'égard de ses dirigeants. L'information et la communication sont donc des conditions nouvelles du développement. Les citoyens veulent savoir, bénéficier du pluralisme de la presse, pouvoir s'exprimer, critiquer, proposer. Avoir le sentiment que tout ne se fait pas sans eux. L'existence d'un *espace public* pluraliste est donc indispensable afin que tous les groupes sociaux puissent y accéder. Le temps passé à débattre n'est pas inutile, il est la condition

d'un minimum de consensus, sans lequel il n'y a pas de mobilisation possible de la société et des pays pour le développement. L'idée d'égalité s'incarne aujourd'hui *aussi* dans la réalité d'un espace de communication national.

La Communication se trouve donc à l'articulation du politique et de l'économique d'une part et du social et du culturel d'autre part. la communication c'est donc autre chose que des tuyaux, des profits de la concentration des entreprises, c'est aussi une des conditions centrales de la confiance, ou de la défiance de la société à l'égard de ses dirigeants, donc une condition substantielle du développement.

Des citoyens informés et critiques, ce qui est plus difficile qu'hier, sont une condition indispensable au développement. Et dans tous les pays. Et cette intelligence critique n'est pas seulement, heureusement, fonction du niveau scolaire. Tous les individus sont intelligents, c'est même l'hypothèse de base de la démocratie, concept qui devient progressivement la référence mondiale. L'égalité et le respect du peuple dans la communication et aussi importante pour le développement que les réformes politiques, économiques et sociales.

La communication c'est donc l'accès à l'information pluraliste, la possibilité de discuter, proposer, participer à la vie publique. Ne pas se sentir exclu. C'est aujourd'hui inséparable des libertés politiques et des luttes pour plus d'égalité économique et sociales. C'est cela les nouveautés depuis cinquante ans. Pas de communication authentique dans un pays si on ne se respecte pas un peu de haut en bas, si il n'y a pas le sentiment d'appartenir à la même culture, avec un minimum de droits et de devoirs partagés. Tout ceci n'a rien à voir avec « la com. », les paillettes, la publicité, souvent trop superficielles. Cela peut être utile, mais attention les citoyens, quelque soit leur degré d'éducation savent très bien faire la part des choses entre ce qui est le marketing et la communication respectueuse du point de vue des uns et des autres. Le signe de la communication authentique ? La reconnaissance de l'altérité. Admettre que l'autre est mon égal et qu'il peut ne pas être d'accord avec moi. C'est pourquoi la communication est inséparable de la démocratie : il n'y a de communication que dans les pays où est reconnue la liberté et l'égalité de tous les individus. C'est pourquoi la communication est toujours un enjeu politique et non technique. Il ne suffit pas qu'il y ait toutes les techniques, il faut aussi que les points de vue contradictoires puissent s'exprimer et cohabiter dans l'espace public.

La communication ce n'est donc pas seulement la liberté d'informer et d'expression, c'est aussi la liberté de discussions égalitaires et contradictoires. Le triangle moderne de la démocratie ? Liberté, égalité, communication. Hier la communication était hiérarchique ou à sens unique. Communiquer, c'était transmettre, sans possibilité de discussion. Aujourd'hui c'est débattre. Ce sont des allers-retours.

On peut résumer le rôle de la communication dans le développement par *vingt considérations et conditions*.

1- Un minimum d'égalité économique et sociale, pour que les citoyens aient le sentiment de faire partie de la même société et puissent participer au développement.

2- L'existence d'une nouvelle démocratie pluraliste avec le respect de l'opposition et des élections régulières libres.

3- La liberté et le pluralisme dans la presse et dans l'expression publique.

4- L'école pour tous et l'introduction de la presse à l'école pour permettre aux élèves et étudiants d'apprendre à devenir des citoyens et comprendre les points de vue contradictoires.

5- Le respect des différentes communautés sociales et culturelles du pays. Pas d'Apartheid et de hiérarchie excessive dans la société. Essayer de faire participer toutes les communautés aux différentes expériences de démocratie locale.

6- Préserver l'existence de médias nationaux : les médias ne doivent pas seulement appartenir à des groupes de communication étrangers.

7- Favoriser l'identité culturelle nationale, bien différente du nationalisme, et condition d'une réelle diversité culturelle. Maintenir une indépendance culturelle nationale pour la presse, la radio, la télévision, le cinéma, la littérature, la musique, le théâtre...

8- Assurer le pluralisme des industries culturelles et de la communication. Limiter la concentration nationale et internationale dans les domaines de l'information et de la communication, qui sont contraires à la charte mondiale pour la diversité culturelle de l'UNESCO (oct. 2006)

9- Préserver un équilibre entre le rôle de la presse, la radio, la télévision, Internet, afin de pouvoir toucher tous les milieux sociaux et culturels. Comment faisait-on jusqu'il y a cinq ans ?...

10- Résister à l'idéologie technique qui fait croire qu'Internet est l'avenir de toute la communication. Maintenir au contraire l'équilibre entre tous les médias.

11- Assurer l'ouverture sur le monde. Aucun pays ne peut rester replié sur lui-même et sa région.

12- Garantir un statut des journalistes pour les protéger, dans la mesure du possible, des multiples pressions politiques, économiques, judiciaires.

13- Organiser un espace public où cohabitent les trois logiques : les acteurs politiques, les médias et l'opinion publique. Accorder un droit d'expression aux points de vue contradictoires, tout en maintenant le rôle des journalistes, animateurs de l'espace public.

14- Respecter dans l'espace public le *pluralisme* social et culturel afin que toutes les communautés y trouvent leur place et y débattent de tous les grands sujets de politique, société, culture et économie qui peuvent contribuer au développement.

15- Conserver un équilibre entre les médias généralistes et les médias thématiques. Ceux-ci sont en pleine expansion, parce que plus rentables, mais seuls les médias généralistes peuvent réellement assurer la fonction de lien social. Les médias généralistes sont plus difficiles à organiser, et moins rentables, mais plus nécessaires à la cohésion sociale.

16- Maintenir un équilibre entre le secteur public, quand il existe, par rapport au secteur privé. Rien de pire qu'un tout petit service public par rapport à un secteur privé écrasant. Quand il n'y a pas de secteur public de l'audiovisuel, établir des règles d'intérêt général pour que le secteur privé ne soit pas uniquement aligné sur les objectifs du profit.

17- Ouvrir une réflexion critique sur les conditions de la communication dans nos sociétés. Celle-ci ne se réduit ni aux techniques, ni à la publicité, ni au marketing. Elle est au contraire le moyen de faire participer les différentes communautés à la politique et à la culture du pays. Comment apprendre à cohabiter ?

18- Eviter le déséquilibre croissant entre urbanisation et vie rurale. La communication d'une société ne peut se réduire à celle de l'espace urbain. D'autres logiques et visions du monde sont à préserver. La culture urbaine ne peut avoir le monopole.

19- Ouvrir une réflexion sur les nouveaux liens entre information et communication. Hier informer c'était communiquer. Aujourd'hui avec beaucoup d'information, la communication paradoxalement est plus difficile. Le récepteur résiste. L'information, c'est le message, la communication, la relation. C'est donc aujourd'hui la communication qui devient le problème important.

20- L'omniprésence de l'information et de la communication oblige à réfléchir aux conditions de cohabitation entre peuples et cultures. Si tout le monde se voit, il faut aussi se tolérer. Nouveau défi. Communiquer c'est autant apprendre à cohabiter qu'à partager. Comment cohabiter avec l'autre, omniprésent et si différent ? C'est toute la question de ce que j'appelle la troisième mondialisation, après la mondialisation politique et économique, celle qui concerne la cohabitation des cultures.

La question de la communication est donc plus large que celle des médias. Elle concerne les conditions de fonctionnement de l'espace public et de la communication publique qui sont

au cœur du fonctionnement de la démocratie. C'est en cela que la communication, au delà de la séduction des techniques, est d'abord une question politique. Elle est au cœur du développement et des conditions de coopération des différentes communautés d'une société et d'un pays. Avec la communication, c'est toute la question du rapport à la politique, la société, la culture, et l'économie qui est en cause. Elle est toute autre chose que la caricature du marketing, et reste la condition de toute vie démocratique car elle pose le problème des relations pacifiques à construire avec tous et notamment avec ceux avec qui on n'est pas d'accord. Comme je le dis souvent « Communiquer, c'est autant partager ce que l'on a en commun que gérer les différences qui nous séparent. C'est pourquoi la communication devient une des grandes questions de la paix et de la guerre de demain »