

Université Africaine de la Communication

« *Médias francophones et Mondialisation : quelle stratégie pour la diversité culturelle ?* »
Ouagadougou (Burkina Faso), 28 septembre - 1 octobre 2005

« *Nouveaux Médias et Diversité culturelle : l'enjeu francophone* »

par Hervé BOURGES

(Président de l'Union internationale de la Presse Francophone, ancien Président de RFI, TF1, France Télévisions, Canal Horizons, et du Conseil supérieur de l'audiovisuel)

Je tiens d'abord à vous remercier de m'avoir invité à intervenir dans le cadre de cette seconde Université Africaine de la Communication qui constitue désormais un rendez-vous important pour ceux qui oeuvrent au développement de la communication en Afrique.

Tous ceux qui s'expriment ici sont des professionnels, des acteurs des médias, des spécialistes de l'information, des universitaires, ils sont africains ou européens et tous ont en tête un objectif : l'adaptation du paysage médiatique francophone aux nouveaux défis que lui pose la mondialisation des communications.

C'est la raison pour laquelle j'ai été particulièrement sensible à votre demande d'intervention sur l'utilisation des nouveaux médias au service de la diversité culturelle.

Cette question est essentielle parce qu'elle va d'abord contre toutes les apparences, et presque contre le sens commun. Les nouvelles technologies de communication ont été la source et le moyen de la mondialisation médiatique : la planète est devenue village parce que soudain les horizons rétrécissaient, et que l'information franchissait désormais un océan aussi facilement qu'au dix-neuvième siècle, elle traversait une rue.

Les premiers effets de la mondialisation

En rapprochant les traditions et les cultures les plus éloignées et les plus étrangères, les nouveaux outils de communication les ont placées en concurrence. Et cette concurrence a immédiatement été profitable aux plus puissantes, et périlleuse pour les plus faibles.

Chaque année les linguistes s'inquiètent de la disparition d'un nombre croissant de langues qui voient s'éteindre leurs derniers locuteurs. Or ce qui s'efface avec une langue qui meurt, c'est toute une culture, toute une tradition dont elle était porteuse et qui souvent n'a pas encore pu trouver sa traduction dans une autre langue.

Le sort des langues est préoccupant, mais il ne fait que refléter un phénomène plus général : les vecteurs culturels dominants, qui sont de plus en plus des vecteurs médiatiques, ou de nouvelles expressions artistiques telles que le cinéma ou la fiction audiovisuelle, sont des vecteurs largement dominés par quelques grandes langues de communication internationales, comme l'anglais, l'arabe, le chinois, l'espagnol ou le français.

Dès lors les expressions culturelles dominantes sont aujourd'hui conçues, développées, façonnées en ces quelques langues, réduisant d'autant le nombre de traditions culturelles qu'elles illustrent. Pour mille films américains partis à l'assaut des marchés internationaux, une poignée de films défendent chaque année les valeurs de l'Afrique toute entière. Or nous savons que l'Afrique est riche de multiples héritages, d'un passé millénaire qui a nourri de grandes civilisations.

Sans reprendre tous les développements du grand historien universitaire Cheikh Anta Diop, comment ne pas s'étonner qu'une terre et des peuples qui étaient déjà riches de mythes, de spiritualité, d'humanisme, plusieurs siècles avant notre ère, voient leurs héritages ancestraux gommés par les créations contemporaines aux valeurs relativement sommaires qui sortent des studios d'Hollywood, une ville qui n'a pas deux cents ans d'existence ?

Et pourtant, la première décennie de développement de la toile universelle qu'est Internet a été le théâtre d'une accélération de la centralisation culturelle mondiale : aujourd'hui encore 80% des sites mondiaux sont anglophones, et la plupart des échanges sur Internet passent par les nœuds de télécommunications situés aux Etats-Unis d'Amérique... Même si le développement rapide d'Internet dans certains grands pays, comme la Chine ou l'Inde, se traduit par un rééquilibrage linguistique à leur profit, il reste que les grands acteurs d'Internet sont pour l'essentiel américains.

Ne prenons que l'exemple de « Google » et de sa volonté hégémonique sur l'organisation des connaissances sur la toile : il est indéniable que les concepteurs de ce moteur de recherche ont donné à tous les utilisateurs d'Internet un formidable outil de recherche, qui permet, sur n'importe quel sujet, de retrouver tous les documents qui s'y rapportent, édités sur n'importe quel site au monde... Mais il est indéniable aussi que ce moteur de recherche accomplit de lui-même un tri, dont les motivations ne sont pas toujours aisées à découvrir, et qu'il propose les 50, 100, 2000, 50 000 références retrouvées dans un ordre qui lui est propre.

Tous les acteurs culturels sont évidemment concernés par l'hégémonie d'un logiciel comme « Google ». Lorsque cette société annonce par exemple sa volonté de numériser l'ensemble des ouvrages de la littérature mondiale, les réactions sont vives au sein des grandes bibliothèques du monde : en effet, quelle version des œuvres va être choisie, quel texte sera proposé, avec quelles références ? Qui effectuera les nécessaires choix afférant à tout travail d'édition de texte ? Comment les droits des auteurs seront-ils garantis, et comment éviter surtout que « le texte google » ne fasse un jour foi, les étudiants du monde entier s'y référant comme à une Bible ?

Au-delà même des choix critiques dans l'établissement des textes, qui sera responsable des choix réalisés au sein de l'œuvre d'un même auteur, dès lors que tous ses livres ne seraient pas retenus pour être indexés par Google ? Quels seront les effets de leur mise à l'index par le principal moteur de recherche de la toile ?

Ce sont à toutes ces questions qu'il est nécessaire de répondre, pour bien prendre la mesure d'un phénomène d'appropriation culturelle universelle qui a un côté positif (il s'agit en effet de mettre à disposition l'ensemble des livres édités dans le monde, et donc, la culture universelle) mais qui possède aussi ses effets pernicieux : où seront les zones d'ombre ? A quelles motivations commerciales ou idéologiques répondront-elles ? Quelle place pour chaque culture ainsi référencée dans la hiérarchisation implicite des réponses proposées par le moteur de recherche ? Pourquoi toutes les cultures du monde devrait-elles répondre à des critères de valorisation décidés dans la *Silicon Valley* ?

Cela explique les réactions très négatives d'un grand nombre d'intellectuels ou de responsables culturels de par le monde, à commencer, en France, par la prise de position de Jean-Noël Jeanneney, Président de la Bibliothèque Nationale de France.

Dans le cas où l'on comprendrait même les phénomènes de domination qui sont en cause dans cette entropie culturelle, comment ne pas regretter ses effets et ne pas chercher les moyens de faire des nouvelles technologies une seconde chance pour les cultures et les traditions intellectuelles les plus diverses ?

La réflexion à laquelle vous m'avez appelée est donc non seulement extrêmement actuelle, mais aussi particulièrement urgente. C'est une « ardente obligation » qui s'impose à nous, celle de trouver les moyens de sauver la diversité contre la pression unificatrice et simplificatrice des médias de masse. Or les nouvelles

technologies, dans ce combat, sont comme la « langue » d'Esopé, elles peuvent être la pire et la meilleure des choses.

Comment les médias de demain peuvent-ils pérenniser la coexistence de cultures et d'héritages divers ? Comment peuvent-ils même devenir les vecteurs de la diversité ?

Renverser le courant de la mondialisation

Il ne s'agit aujourd'hui de rien de moins que d'un véritable renversement du courant de la mondialisation que nous devons conduire.

Ce renversement s'appuie sur tous les médias, la presse écrite, l'audiovisuel, à travers ses nouveaux modes de production et de diffusion, mais aussi et surtout sur les nouveaux médias liés à Internet, journaux édités en ligne, radios diffusées sur le Net, télévisions disponibles dans le monde entier grâce à ce nouveau vecteur de diffusion mondial. C'est sur tous les médias que doit se mener une contre-offensive culturelle capable de prendre en compte et de déjouer les pièges de la modernité technologique.

- Fragilisation de la presse écrite : Internet à l'horizon.

Mon premier constat concerne la presse écrite : partout dans le monde, les quotidiens d'information généralistes connaissent une érosion de leur lectorat. Il est clair que la lecture d'un quotidien réclame du temps, et que de moins en moins nos contemporains peuvent y consacrer les quelques dizaines de minutes requises. Leur attention est en effet partagée entre de nombreuses sollicitations, qu'il s'agisse d'informations ou de sujets de divertissement...

Dans ce contexte, les atouts propres du journal imprimé subsistent : il peut être le lieu de la réflexion, de l'analyse, de l'approfondissement des faits qu'énoncent de manière plus radicale et simplifiée les agences de presse et plus encore les médias audiovisuels. Mais ses défauts sont de plus en plus évidents : il doit être acheminé, vendu, transporté.

Son coût ne peut descendre en deçà d'une certaine limite, celle que lui impose sa viabilité économique. Ses délais de réalisation sont la conséquence directe de son impression, qui ne peut s'opérer, quelle que soit la modernité des techniques employées, que sur du papier et avec de l'encre... Et même si les morasses sont maintenant remisées dans les musées de l'imprimerie, la photocomposition ne change rien à la nature fondamentale du support employé. De même, les délais d'acheminement et de distribution sont liés à ce support, à son poids, à sa fragilité aussi.

Dans de nombreux pays du monde, le marché intérieur, reflet du pouvoir d'achat disponible des consommateurs, est trop faible pour financer suffisamment un journal de qualité. Cette équation économique était difficile à résoudre quand le journal imprimé était le seul média accessible... Elle devient insoluble quand la presse écrite est en concurrence avec de nombreux autres modes de partage de l'information, en particulier audiovisuels, et de plus en plus électroniques.

Dans ces conditions, la presse écrite a tôt mesuré l'intérêt que peut représenter une diffusion en ligne. Je veux saluer quelques précurseurs, comme Cyrille Kileba Pok a Mes, journaliste du Congo démocratique qui a créé « *The Post* », journal francophone sous un titre anglais, dont la diffusion est assurée depuis plusieurs années par e-mail, à partir de Kinshasa, en direction de ses lecteurs du monde entier. Il faut aussi parler d'un quotidien en ligne comme « *afrik.com* » qui depuis six ans réalise l'exploit de délivrer tous les soirs à plusieurs dizaines de milliers de lecteurs une information à la fois gratuite et indépendante, avec des correspondants dans plusieurs pays africains...

L'avantage d'Internet en presse écrite, c'est justement cette disponibilité universelle, qui s'affranchit des problèmes de l'imprimerie et de l'acheminement. Nombreux sont désormais les Africains qui lisent, quand ils sont dans leur pays, la presse internationale sur leur ordinateur, et quand ils sont en dehors de leurs frontières, retrouvent réciproquement la presse africaine sur Internet.

Le problème de ce nouveau mode d'accès à la presse écrite est qu'il est encore majoritairement gratuit, donc financé par la publicité, et que ce modèle économique est difficile à défendre dans la mesure où le lectorat Internet est paradoxalement très mal connu, très divers, éparpillé sur des marchés multiples, dont les caractéristiques sont bien différentes. Dès lors, la publicité sur Internet connaît un développement relativement lent, et elle n'assure pas encore des revenus complémentaires significatifs aux journaux qui livrent leur contenu sur la toile.

Néanmoins il s'agit d'une piste intéressante, puisque si des modes d'accès payants à la presse des pays du sud étaient développés, ils pourraient permettre une redistribution du Nord vers le Sud, des lecteurs du Nord apportant pour lire la presse africaine un paiement qui conforterait son financement actuel, que la vente au numéro ne couvre pas suffisamment...

C'est une raison supplémentaire de penser que les nouveaux modes de distribution doivent être exploités le plus vite possible au profit de la diversité des sources d'information, en particulier, au profit de la presse écrite des pays du Sud, qui doit y gagner visibilité, lectorat, et, à terme, revenus nouveaux.

- L'audiovisuel en mutation

Ayant évoqué le marché de la presse écrite, je veux également évaluer l'impact des nouvelles technologies de télécommunications sur la radio et la télévision.

Un Colloque très intéressant s'est tenu à Paris, au Sénat, il y a une quinze jours, à l'initiative de Jean-Jacques Aillagon et de Jean Mino, respectivement Président de TV5 et directeur général de CFI, sur le développement des télévisions africaines. De nombreux responsables des médias audiovisuels africains y participaient. La mondialisation a des conséquences immédiates sur les télévisions nationales et il est très important de les évaluer pour engager les actions les mieux adaptées pour y faire face.

Première conséquence : les paysages audiovisuels ne s'arrêtent plus aux frontières des Etats. Bien sûr, la diffusion hertzienne reste le plus souvent l'apanage des télévisions nationales, publiques ou parfois privées... Mais de l'Algérie à l'Afrique du Sud, le continent africain voit fleurir les paraboles, qui permettent de zapper sur une offre de chaînes démultipliée, relativisant les discours nationaux, dévoilant les silences, révélant la réalité du regard des autres nations et de leurs conditions de vie.

Cela crée un phénomène nouveau en Afrique : une émulation entre les chaînes de télévision, qui sont désormais jugées à l'aune de chaînes internationales. D'où la nécessité de mettre fin aux complaisances, aux facilités, à l'unanimité politique, qui parfois tient lieu de principes éditoriaux...

Mais cela crée surtout un besoin croissant : celui d'une production africaine authentique, capables de proposer des fictions, des documentaires, des films, réalisés localement, inspirés des traditions et des réalités locales, mais aussi réussis sur le plan de la qualité technique que les œuvres de même type produites par les télévision du Nord.

Or c'est là qu'il faut prendre en considération les atouts de la numérisation des outils techniques de production, qu'il s'agisse de tournage ou de montage, enfin de diffusion : à tous les échelons de la chaîne audiovisuelle, les technologies numériques proposent désormais leur services, entraînant des baisses de coûts sensibles. Il est

possible de produire au Sud dans des conditions plus aisées qu'en analogique, les outils de la télévision se sont considérablement allégés, les coûts sont moins onéreux, la création et la distribution des images sont facilitées.

Il s'agit donc d'avancer à marche forcée.

Inventer une nouvelle dynamique de création africaine

Evoquant la « *Civilisation de l'Universel* », Léopold Sédar Senghor avait probablement entrevu ce que serait au XXI^{ème} siècle la « *mondialisation* » que nous connaissons. Son grand ami et condisciple du Lycée Louis-Le-Grand, le poète Aimé Césaire, évoquait pour sa part ce « *grand rendez-vous du donner et du recevoir* », pour dépeindre une société où les échanges culturels seraient permanents. Commentaire de Senghor : « *ne seront présents à ce grand rendez-vous que les peuples et les cultures qui ont conscience d'avoir quelque chose à y apporter* ».

Il ne s'agit pas seulement d'hériter de sa culture, il faut aussi avoir la volonté de la porter vers l'avenir, et la conviction qu'elle apporte quelque chose de différent dans le concert des peuples.

De ce point de vue, les nouvelles technologies de communication privent désormais les pays africains de toute excuse, ils peuvent devenir les promoteurs de leur identité sur les réseaux mondiaux, ils peuvent réfléchir à des investissements réalistes et mesurés qui permettent aux cultures dont ils sont les légataires de retrouver une actualité, en s'adaptant aux outils et méthodes de la modernité.

Avancer à marche forcée, en matière audiovisuelle, c'est considérer comme prioritaire la mise au service des créateurs africains, dans chaque pays du continent, de moyens réels... pour qu'ils puissent imaginer des œuvres culturelles capables de représenter leur imaginaire dans la diversité des imaginaires du monde.

La télévision est désormais le principal foyer d'imprégnation culturelle de nos sociétés, à la fois au Nord et au Sud. Les pays européens se sont dotés d'outils juridiques et fiscaux qui leur permettent de freiner le déferlement des images extérieures à l'Europe, et de favoriser en contrepartie la production européenne. Des outils du même type doivent être mis en place en Afrique .

Je ne citerai que l'exemple du Maroc : il y a deux ans encore, le Maroc ne disposait pas d'un Centre National de la Cinématographie doté de moyens de financement significatifs pour les films marocains. C'est désormais chose faite, et cette année, le Maroc a vu la création de 16 à 18 films de qualité, capables de sortir en salles. Le Festival de Marrakech va leur permettre de toucher une audience internationale et peut-être d'envisager leur distribution hors des frontières du Royaume.

Au-delà de la production cinématographique, c'est l'ensemble de la production audiovisuelle qui doit être soutenue. En France, sous l'étiquette du CNC, nous savons que près de la moitié des subventions versées va aux producteurs de fictions et de documentaires audiovisuels, c'est-à-dire réalisés pour la télévision.

Les pays africains peuvent progressivement mettre en place des systèmes d'incitation à la diffusion de programmes produits localement : nous savons que c'est là une des attentes les plus fortes dans les nations du sud : pouvoir se retrouver dans les programmes qui leur sont offerts, reconnaître leurs problématiques, leur quotidien, leur réalité, dans les fictions et dans les documentaires présentés.

La diversité culturelle est désormais mieux servie par une fiction produite localement que par l'accélération des échanges inégaux, unilatéraux le plus souvent, entre Pays francophones du Nord et Pays francophones du Sud. Il faut donc adapter aussi les systèmes d'aides bilatéraux, afin qu'ils incitent à la production locale.

Nous savons qu'il existe en matière musicale des équipements de production parfaitement conformes aux standards internationaux, des studios d'enregistrement, des matériels de mixage et de duplication. Il faut qu'en matière audiovisuelle les aides soient apportées, soit au niveau international, soit au niveau national, pour que des moyens similaires soient développés et que les réalisateurs et les créateurs de chaque pays africain puissent s'exprimer et créer.

Ainsi, comme le continent africain est aujourd'hui à l'avant-garde de la production musicale, il pourrait être demain à l'avant-garde des nouvelles tendances de la création en matière audiovisuelle, à la frontière de la création graphique, de la 3D et du reportage. L'inspiration de l'Afrique est capable aussi de nous étonner en la matière, si seulement on lui en donne l'occasion : c'est la responsabilité des pouvoirs publics et des responsables de médias de créer les conditions nécessaires à cette floraison de talents.

J'ajoute que l'attente réelle des téléspectateurs africains me fait croire à la possibilité de voir se développer dans les années qui viennent un authentique « second marché » des programmes audiovisuels, au niveau du continent africain, avec la possibilité pour des producteurs privés de trouver des financements sur plusieurs territoires, en vendant leurs émissions, films, fictions, documentaires, reportages, sur plusieurs territoires, à plusieurs télévisions, publiques ou privées.

La télévision africaine, confrontée à des concurrences trans-nationales, doit de plus en plus se concevoir elle-même comme ouverte vers l'international, capable de fournir des images à toutes les télévisions du monde. C'est un pari à relever.

Là encore, je ne peux qu'évoquer Internet, qui est aussi désormais un mode de distribution de la télévision, et le haut-débit, qui se développe dans plusieurs capitales africaines, et est devenu un moyen de diffusion et d'échanges pour les images de télévision.

Les nouvelles frontières technologiques.

Aujourd'hui doit s'ouvrir la réflexion sur les nouveaux horizons technologiques de la communication en Afrique permettant la défense effective de la diversité culturelle.

- La télévision mobile et portable, nouvel eldorado ?

Quel est le phénomène le plus frappant, si l'on examine les évolutions économiques africaines au cours des dix dernières années : sans aucun doute l'explosion spectaculaire des téléphones portables... Sur un marché où l'Afrique était réellement en retard, celui du téléphone, du fait de la difficulté à déployer les infrastructures filaires jusque là indispensables, l'apparition de la mobilité a bouleversé le marché et désormais le téléphone s'est banalisé en Afrique où de grandes compagnies nationales et internationales de télécoms se sont rapidement développées. Le retard qui existait (il y a plus d'appareils téléphoniques fixes à Manhattan que sur tout le continent africain) est devenu un facteur accélérateur du succès du téléphone portable.

Or l'audiovisuel est à la veille d'une révolution similaire : se développent actuellement au Japon des réseaux de récepteurs de télévision portables, pour lesquels des signaux hertziens dégradés sont diffusés en numérique. Une expérimentation est actuellement menée à Paris, et la mise en service de réseaux ouverts aux utilisateurs devrait intervenir en France d'ici la fin 2006.

Cela signifie deux choses : que le passage à la diffusion numérique hertzienne, qui serait lourd pour les réseaux hertziens analogiques en Afrique, deviendra soudain très justifié dès lors qu'il permettra de diffuser un nombre très important de chaînes à destination de récepteurs portables, récepteurs dont les coûts de fabrication auront fortement baissé, du fait de leur industrialisation pour d'autres marchés... Mais cela signifie aussi que les

contenus audiovisuels spécifiques qui peuvent être produits à coût réduit localement trouveront des débouchés sur des chaînes hertziennes plus nombreuses, à destination des récepteurs mobiles.

Le précédent du téléphone me fait penser que l'on assistera en Afrique à une explosion du marché des terminaux hertziens mobiles (qu'il s'agisse de téléphones dotés de la technologie DVBh ou de petits écrans portables de la taille d'un portefeuille, et qui se glisseront aussi facilement dans la poche intérieure d'un costume, d'un boubou ou d'une djellaba).

Mais dès lors que ces marchés locaux se développeront, les professionnels de l'audiovisuel doivent veiller à ce que la richesse qu'ils produiront soit réinvestie localement dans la production de programmes...

Ce que nous constatons de plus en plus, à l'heure d'Internet et des nouvelles technologies de communication, c'est que tous les acteurs de la nouvelle économie qui se met en place autour de l'audiovisuel ont, ensemble, une responsabilité dans le renforcement de la diversité culturelle et la consolidation de nos identités.

Les nouveaux réseaux doivent permettre aujourd'hui de financer mieux la création, tout en facilitant sa distribution et son rayonnement. Mais chacun doit mettre son talent au service de sa culture et de son héritage intellectuel, afin de leur offrir un prolongement fécond dans cet univers de communication ouverte.

- *Le blog, nouvelle liberté de l'information ?*

J'en viens à l'ultime évolution perceptible sur Internet, et qui concerne évidemment l'Afrique : le phénomène des « blogs ». De quoi s'agit-il ? De mini-sites Internet individuels, aisément transformables, développés gratuitement, ou pour une somme vraiment modique au pire des cas.

Chacun peut désormais créer son « blog » en quelques minutes sur Internet, et le ranger dans un catalogue de blogs thématiquement ou géographiquement ou culturellement apparentés. Sitôt créé, le blog devient le lieu d'expression de son propriétaire, une sorte de journal offert gratuitement au monde entier et sur lequel il pourra désormais développer ses idées, répandre des informations, tenir le grand public au courant de ses expériences ou de ses choix.

En France de nombreux hommes politiques font déjà de leur « blog » l'outil d'expression privilégié de leur pensée, en même temps que le moyen d'explication détaillée de leur action. Plus les internautes sont nombreux, plus la tentation est grande pour eux de les renvoyer à ces espaces d'expression libre où l'homme public se livre, apparemment, sans contraintes.

La Commission européenne vient de soulever le problème de la déontologie applicable à ces médias d'un nouveau genre : *quid* du droit de réponse, dès lors que l'auteur d'un « blog » peut attaquer quelqu'un, le mettre en cause personnellement, signaler des faits ou des agissements qu'il ne voudrait pas voir révélés ? *Quid* de la jurisprudence actuelle en matière de diffamation ou d'atteinte à la vie privée ?

Il n'est pas vrai qu'un « blog » soit l'équivalent d'un « *tchat* », qui reste de l'ordre d'une libre conversation entre des personnes présentes au même moment sur le même site. Un « blog » fait l'objet d'une véritable « publication » sur le Net, il engage la responsabilité éditoriale de son auteur. Toutefois, le « droit du blog » n'a pas encore fait l'objet d'une codification, ni même d'une jurisprudence.

Mais si l'on en revient à l'Afrique, il est indéniable que le « blog » devient un mode d'expression et de partage de l'information à part entière. Il est donc très important que les *blogs* africains se multiplient et contribuent à ouvrir les portes et les fenêtres de l'information, à la faire circuler, à la faire respirer.

Le grand mythe des années 1960 a été celui du « quart d'heure de gloire » désormais à la portée de tout le monde. Celui des années 2000 sera celui de « l'œuvre » ou du « Journal », désormais accessible à tous.

Au-delà du mythe, cette expression recouvre une réalité : la capacité de chaque individu de faire entendre sa voix. Il n'est évidemment pas certain qu'elle porte très loin, et il faudra toujours de la chance pour être entendu, a fortiori si tous parlent en même temps. Mais nous ne pouvons plus présumer aussi radicalement qu'au vingtième siècle de la prédominance de l'information formatée par les médias du Nord.

Conclusion

C'est donc un message d'espoir et de mobilisation que je veux exprimer, au terme de cet examen des évolutions dues au développement des nouveaux médias et d'Internet, considérés dans l'intérêt de la diversité culturelle et du développement d'une société de l'information respectueuse des différences et de la multiplicité des cultures humaines.

Les médias de masse ont été la caractéristique principale du monde médiatique tel qu'il s'est organisé dans la deuxième moitié du vingtième siècle, créant des espaces référentiels et civiques nouveaux, amplifiant les perceptions collectives de nos contemporains, constituant un espace public national plus vivant, avant de l'étendre aux dimensions du monde, en un village planétaire.

Le XXI^e sera celui des médias complexes : la massification de l'information a vécu, et c'est la raison pour laquelle les médias audiovisuels classiques sont entrés en crise : télévision et radio doivent faire face à une explosion de leur marché, qui va en outre se compliquer d'un nouveau découpage de leur audience en de multiples types de fréquentation (familiale, individuelle, ou vagabonde) auxquels répondront des besoins et donc des services différents.

Autant il était hier difficile d'envisager un véritable renversement des courants d'information mondiaux, autant c'est désormais chose possible et même nécessaire, si l'on souhaite donner à la diversité culturelle sa chance. Les nouveaux outils dont nous disposons nous le permettent, c'est une chance que nous devons désormais saisir.