

Vers une écologie des médias¹

Patrick-Yves Badillo, Professeur Agrégé des Universités, Fondateur de Medi@Lab Genève

Dominique Bourgeois, Professeure émérite, Université de Fribourg

Genève, 20 mai 2022

Document provisoire. Citer ce texte ainsi : Badillo, P.-Y., et Bourgeois, D. (2022). Vers une écologie des médias. Document en cours de publication, téléchargé depuis <https://www.patrickbadillo.com/>

Le texte ci-après prolonge une réflexion amorcée en 2008 (voir Badillo, 2008a, 2008b et 2008c). Nous renvoyons aussi, pour les aspects concernant la qualité de l'information, au texte « Googlization et qualité de l'information » (Badillo et Bourgeois, 2022).

L'information est depuis au moins plusieurs décennies un sujet majeur. Les médias, y compris les médias sociaux sur Internet, 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.

Pour préciser la définition de l'écologie des médias, commençons par l'étymologie. Le terme « écologie » fut introduit par le zoologiste allemand Ernst Heinrich Haeckel en 1866. Ce terme est issu de deux mots grecs : « *oikos* », qui signifie la maison, l'habitat, et « *logos* » qui désigne le discours. L'écologie est ainsi la science de l'habitat, l'étude des conditions d'existence des êtres vivants et de leurs relations avec le milieu dans lequel ils vivent. Cette science a beaucoup évolué depuis le XIX^{ème} siècle et divers prolongements se sont développés dans les sciences humaines et sociales. Il existe aujourd'hui de nombreuses revues académiques centrées sur l'approche écologique. Bien évidemment, dès lors qu'on s'intéresse à des activités humaines, il ne s'agit plus seulement d'étudier les êtres vivants dans leur milieu « naturel » ; le milieu devient une notion élargie qui peut inclure les aspects économiques, psychologiques, sociaux, etc.

Pour notre propos centré sur l'écologie des médias, 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 Balle (2004), les médias sont des supports techniques, mais aussi des activités humaines, des entreprises et les usages sont essentiels.

Il faut aussi rappeler que les distinctions traditionnelles entre différents médias se sont effondrées avec Internet qui est un *méta-média* adapté à la fois à la communication de masse (radio ou télévision en ligne, etc.) et à la communication interpersonnelle (messagerie, téléphonie, etc.) et pour tous types de communication professionnelle, politique... En outre, le numérique abolit quasiment les limites en termes de stockage de données ou de capacités de

¹ Ce texte est un document qui servira de base pour un ouvrage qui sera publié par ses auteurs. Il est mis à disposition des internautes. Il est aussi utile pour les étudiants qui suivent le MOOC « Innovation, médias et transformation digitale » (Conclusion générale du MOOC : *Les trois horloges de la société numérique*). Pour toute diffusion : nous vous remercions de citer ce texte comme indiqué ci-dessus.

diffusion. Cependant, les aspects technologiques ne sont pas les seuls à examiner dès lors qu'on s'intéresse à l'écologie des médias.

L'expression « écologie des médias » est, quant à elle, relativement récente et trouve son origine dans deux traditions culturelles très différentes. D'une part, en France, Abraham Moles a développé à partir de 1971 le concept d'écologie de la communication. D'autre part, 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 développée suite aux travaux fondateurs de Neil Postman.

C'est dans une perspective prolongeant l'approche de Postman que nous nous situons. Postman définit de la façon suivante l'écologie des médias :

« 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 » (Postman, 1970, p. 161, notre traduction)

« L'écologie des médias est l'étude des médias en tant qu'environnements » (Postman, 1970, p. 161, notre traduction).

Postman (2000) définit aussi quatre questions qui sont, selon lui, essentielles pour comprendre les médias :

« Dans quelle mesure un medium contribue-t-il aux usages et au développement de la pensée rationnelle ? [...] au développement de processus démocratiques ? [...] Dans quelle mesure de nouveaux médias donnent-ils un plus grand accès à de l'information signifiante ? [...] accroissent-ils ou diminuent-ils notre sens moral, notre capacité à faire le bien ? » (Postman, 2000, p. 13-15, notre traduction).

Pour la troisième question, Postman précise aussi que « *la question de savoir ce qui est une information signifiante ou utile n'a pas été beaucoup discutée* » (Postman, 2000, p. 14, notre traduction).

Dans un travail précédent (Badillo, 2008a) nous avons donné quelques pistes pour une approche en termes d'écologie des médias. Reprenons quelques éléments essentiels notamment pour comprendre les mutations actuelles des médias. Tout d'abord, il est utile d'observer un média dans son environnement, les contraintes que lui impose son milieu et les capacités d'adaptation à ces contraintes. Avec l'essor de ce que nous avons appelé les galaxies Internet et Web certains médias traditionnels ont bien des difficultés à s'adapter, voire à survivre, tandis que la valence écologique des entreprises de l'Internet paraît au contraire très haute. Plus généralement, il existe des interdépendances, des interactions entre les médias mais l'écosystème médiatique semble bien dominé désormais par le numérique, avec, évidemment, une dynamique marquée par des processus d'innovation, de compétition et de concentration au sein de cet écosystème. Nous pouvons aussi reprendre le concept de capital informationnel (voir Badillo, 2008c) : en effet, les flux d'informations que nous recevons s'accumulent et constituent un capital informationnel qui structure, envahit notre pensée. Bien sûr, l'accumulation s'accompagne d'obsolescence, d'oubli, de déformations des informations. Cependant, comme les médias, y compris aujourd'hui les médias sociaux, constituent le lieu central de diffusion d'informations, ils ont des effets sur le capital informationnel. En particulier, si des pollutions informationnelles s'étendent, la qualité du capital informationnel peut être affectée et conduire à des

comportements et des décisions qui vont dans le sens de réponses négatives aux quatre questions que posaient Postman : il peut n'y avoir ni développement de la pensée rationnelle, ni développement de processus démocratiques, ni accès à de l'information signifiante, ni accroissement de notre capacité à faire le bien...

Références

- Badillo, P.-Y. (Ed.) (2008a). *Écologie des médias*. Bruxelles : Éditions Bruylant.
- Badillo, P.-Y. (2008b). L'écologie des médias ou l'impérieuse nécessité de développer la recherche sur les médias. In P.-Y. Badillo (Ed.), *Écologie des médias* (pp. 1-27, Introduction). Bruxelles : Éditions Bruylant.
- Badillo, P.-Y. (2008c). Pour l'écologie des médias. Introduction du concept de capital informationnel. In P.-Y. Badillo (Ed.), *Écologie des médias* (pp. 49-69, Chapitre 2). Bruxelles : Éditions Bruylant.
- Badillo, P.-Y., & Bourgeois, D. (2022). « Googlization » et qualité de l'information. Document en cours de publication, téléchargé depuis <https://www.patrickbadillo.com/>
- Balle, F. (2004). *Les Médias*. Paris : PUF, Que sais-je.
- Moles, A. (Dir. assisté par C. Zeltmann) (1971). *La communication et les mass media*. Paris : Denoël (première édition en 1971). 2ème édition : Dictionnaire Marabout-Université, Bruxelles : Venders, 1973.
- Postman, N. (1970). The reformed English curriculum. In A.C. Eurich (Ed.). *High school 1980: The shape of the future in American secondary education* (pp.160-168). New York: Pitman.
- Postman, N. (2000). *The Humanism of Media Ecology*. Keynote Address Delivered at the Inaugural Media Ecology Association Convention, Fordham University, New York, June 16-17, 2000. Reproduced in *Proceedings of the Media Ecology Association*, Volume 1, 2000, pp. 10-16. <https://www.media-ecology.org/resources/Documents/Proceedings/v1/v1-02-Postman.pdf> (consulté le 18 mai 2022).