

Diversité culturelle

Yogesh Atal, ancien directeur principal de l'UNESCO, Inde



Diversité

Yogesh Atal

Ancien directeur principal de l'UNESCO, Inde

Comment gérer cette diversité dans une société multiculturelle ?

La seconde moitié du XX^e siècle a été le témoin de deux développements parallèles :

- la montée en force du multiculturalisme dans presque toutes les sociétés de par le monde
- et la diffusion généralisée des moyens de communication de masse.

Révolution

À l'époque post-coloniale, le développement de la communication a conduit au développement de la «culture civique» des pays. La communication est allé au-delà de son rôle de diffusion et de collecte de l'information, pour contribuer à l'élargissement des horizons cognitifs des individus. Dans un premier temps, le contrôle de l'État a continué par le biais des sociétés publiques de télécommunication et de médias. Mais la révolution des technologies de l'information a modifié

cette situation. Elle a brisé le monopole de l'État, créé de nombreux canaux de communication et permis une variété considérable dans le flux d'informations.

Des progrès remarquables sont constatés dans tous les indicateurs du développement des communications : croissance du nombre de lignes téléphoniques, utilisation de plus en plus répandue d'Internet et du fax, explosion du nombre de services privés de courrier rapide, de chaînes de télévision privées, de quotidiens et de magazines... La télévision publique a pris du retard par rapport aux privées.

En outre, la rapidité de diffusion des informations a énormément augmenté, permettant aux gens de commencer à comprendre l'énorme pouvoir des médias de masse.

Le défi

Puisque le multiculturalisme est désormais un phénomène universel,

culturelle

la mondialisation des médias permet d'examiner leur rôle dans tous les contextes de la société.

Les médias s'adressant au grand public continueront à satisfaire les besoins de leur audience et les autres chaînes traiteront les thématiques chères aux petites communautés.

Il est peu probable qu'un Américain ou un Français ayant accès uniquement aux médias de son pays soit bien informé de ce qui se passe hors de ses frontières nationales, d'où une sorte d'appauvrissement intellectuel qui fait que des personnes instruites restent très ignorantes de ce qui se passe dans le monde, malgré le développement des médias et la facilité d'accès à l'information.

La gestion de la diversité dans le contexte de ces sociétés passe par la promotion des valeurs du multiculturalisme dans leur propre population, alors que jusque-là les sociétés se regroupaient autour d'une seule culture.

Rôle des médias

Il faut d'abord identifier les sources de la diversité et déterminer les facteurs qui mènent à la séparation et éloignement de l'unité. Dans ce contexte, le concept d'appartenance peut être utile. Une société multiculturelle consiste, par définition, en un rassemblement de plusieurs sous-cultures. L'appartenance à ces différentes cultures partage les individus en sous-groupes et crée une distinction entre ceux qui en font partie et les autres.

Pour gérer la diversité, il ne faut pas l'éliminer.

Le défi consiste à trouver des liens qui réunissent, dans un océan de diversités. Il ne s'agit ni d'absorber les groupes externes dans le courant principal de la société, ni de créer des cloisons isolantes entre les communautés pour les encourager à vivre en vase clos et à refuser toute proposition d'intégration. De telles stratégies se sont révélées inefficaces et porteuses de problèmes. La montée du fondamentalisme porte en elle les éléments qui mèneront à sa destruction.

Les programmes peuvent être utilisés de manières très différentes : ils peuvent servir à briser les traditions

et à développer la modernité, mais ils peuvent également contribuer à renforcer les traditions tout en encourageant la modernité.

Avec tous les moyens de diffusion de l'information dont nous disposons et la diminution du contrôle de l'État, les médias sont détenus et utilisés par des groupes très divers. Des médias concurrents peuvent adopter des positions différentes au sujet de questions sociales et culturelles. Les médias sont désormais utilisés tant pour maintenir le statu quo que pour le défier. Il est donc difficile de les accuser de tous les maux de la société ou de leur attribuer le mérite des évolutions positives.

Pour bien définir les multiples facettes de la mondialisation des médias, il faut d'abord les comprendre :

- **une couverture des médias très étendue**

Les médias jouissent désormais d'une très large couverture géographique. Certains d'entre eux, notamment la télévision, la radio et le cinéma, ont trouvé de nouveaux publics dans un grand nombre de pays. L'audience exposée aux médias est bien plus large et diversifiée, tant dans les zones rurales et décentrées qu'hors des frontières nationales ;

- **une couverture meilleure, plus rapide**

Avec la mise à disposition de multiples sources d'information, une concurrence s'est développée entre elles pour la couverture d'événements dans des régions éloignées et pour en diffuser les images sur leurs propres chaînes. Les journalistes et les reporters font preuve d'un plus grand professionnalisme. Ils acceptent des sujets dangereux et font le maximum pour être plus performants que leurs concurrents. L'accent est mis sur le respect des délais

et sur l'importance d'être le premier sur les lieux. Dans un tel contexte, la crédibilité de l'information est parfois sacrifiée. Le public se voit proposer différentes versions des mêmes faits par plusieurs chaînes offrant chacune son interprétation, parfois biaisée ou hâtive. Mais, dans l'ensemble, on considère que la couverture par les médias est plus rapide et plus exhaustive ;

- **les attaques médiatiques venant de l'étranger**

Les sociétés touchées par la mondialisation sont en quelque sorte devenues plus ouvertes : informations, idées et points de vue circulent entre les pays. L'avantage est de disposer de différents éclairages permettant aux individus de se faire une opinion. Toutefois, ce phénomène a également pour effet de déformer les informations, de diffuser des idées pouvant être considérées comme perturbatrices, voire dangereuses, pour la société.

Dans ce contexte, on peut constater que les médias sont à même de jouer plusieurs rôles et que leurs effets changent d'un groupe et l'autre. La théorie de la communication suggère que l'impact des médias ne peut pas être toujours considéré en termes de modification de l'attitude ou des opinions des individus. Les médias peuvent également être extrêmement efficaces pour renforcer des idées. Les gens regardent ce qu'ils ont envie de voir.

Une innovation ou une idée soutenue par les médias a une chance raisonnable de faire son chemin uniquement dans les domaines où les individus ont une certaine ouverture d'esprit.

Dans notre ère moderne, le rôle des médias est difficile à définir avec précision. Les nouveaux médias audiovisuels ont élargi leur portée en réussissant à briser les barrières du niveau d'instruction et de la distance. Actuellement, un public plus large est exposé à des médias plus nombreux et variés que jamais auparavant. Bien évidemment, l'impact de l'ensemble des médias sur les attitudes, les opinions et les schémas cognitifs des individus est phénoménal.

Toute stratégie visant à construire une nation dans le contexte d'une société multiculturelle doit donner une place aux médias.

L'ensemble de cette réflexion a fait l'objet d'une session lors de la 11^e conférence annuelle de l'AMIC, «Médias, terrorisme et culture de la paix», qui s'est déroulée du 26 au 28 juin 2002 à Perth, Australie.

www.amic.org.sg

