

Trebuchant sur cet écrit qui mérite l'attention, nous le posons là...

Notes pour un mode d'emploi des médias

D'une part plus les médias montent en épingle une contestation, plus celle-ci paraît déjà forte en elle-même, et moins chacun ressent sa participation comme indispensable; d'autre part, la relation de complicité dans la lutte s'efface au profit d'une relation entre spectateurs et spécialistes qui défendent en leur nom dans des coups médiatiques leur point de vue supposé sur la préservation des gorges de la Loire et les moyens d'y parvenir. (...) L'abus des médias finit par susciter une accoutumance. Un coup médiatique en appelle un autre qui est destiné à en parfaire l'effet, tout en poussant dans l'ombre le motif de départ. On met sur pied des actions médiatiques susceptibles d'attirer des fonds de soutien pour financer d'autres coups médiatiques... et le contenu critique du refus du barrage est de plus en plus obéré par la forme affadissante choisie pour en faire la publicité. Dans un monde organisé sur le principe de la nouveauté – aussi formelle soit-elle – un conflit qui ne progresse pas commence à faire partie des meubles : les médias d'ailleurs s'y emploient en créant l'impression que le sujet a été cent fois débattu. (...) Du fait de l'obsession de son image de marque dans les médias, l'opposition organisée a perdu son autonomie dans ses jugements et dans sa stratégie. Par l'image à laquelle elle s'est complaisamment conformée, elle est quasiment surveillée à distance.

Comité d'action de Serre-de-la-Fare, *Complément d'enquête sur un engagement différé* (hiver 1990).

LES médias existent et ils se précipitent d'autant plus vite à la rencontre des oppositions aux nuisances qu'ils sont aujourd'hui, dans ce domaine en particulier, à l'affût d'informations retentissantes : l'État étant officiellement écologiste, la bureaucratie verte s'étendant comme une nappe de mazout, les marchands recyclés faisant publiquement assaut de vertu dans le « respect de l'environnement », les professionnels médiatiques (depuis Ted Turner, patron de CNN, jusqu'au dernier des sous-fifres) accompagnent le mouvement, et bien souvent servent à le précipiter (une fraction étatique ou un gang marchand utilisant d'opportunes « révélations » de crimes de lèse-écologie pour limoger des adversaires ou affaiblir des concurrents). Par ailleurs des employés subalternes (journalistes de la presse de province par exemple) peuvent même être réellement gagnés par l'inquiétude générale face à la dégradation de tout.

On sait de nos jours assez universellement comment les médias traitent les réalités dont ils officialisent l'existence, quelle nuisance particulièrement pernicieuse ils constituent par leur colonisation de toute communication sociale, leur sabotage permanent de l'entendement, de la mémoire et de la logique, quand ce n'est pas leur propagande pure et simple pour les mensonges dominants. Le scepticisme à leur endroit est de règle, et personne ne s'abuse jusqu'à croire à leur indépendance. Mais les oppositions locales, isolées, sans soutien, ressentent l'urgence de se faire connaître pour trouver des alliés, et, faute de se doter d'autres moyens, elles ne voient trop souvent que l'utilisation des médias pour répondre à ce besoin. Pourtant une communication directe entre les ennemis des nuisances ne pourra se construire qu'avec des moyens d'expression autonomes, et il s'agit au moins, pour toutes les oppositions, d'apprendre à ne pas desservir cette perspective, c'est-à-dire à ne pas servir les mécanismes de la représentation séparée et de la contemplation dépossédée.

Travestir les vedettes professionnelles de l'écologisme en porte-parole des mouvements d'opposition, et leurs porte-parole réels en vedettes occasionnelles, voilà ce que font, suivant leur pente habituelle, les médias. Tant que ces oppositions locales admettent comme un fait acquis leur position de faiblesse par rapport au monopole de la communication sociale, elles se rendent elles-mêmes dépendantes du bon vouloir qui leur accordera, ou non, le droit à l'existence médiatique, jusqu'à faire de cette consécration leur préoccupation exclusive. Mais dès qu'un mouvement se concentre sur son activité réelle et parvient à faire pratiquement obstacle au cours des choses, le rapport des forces change et les médias se trouvent remis à leur place de demandeurs : les informateurs ont eux-mêmes besoin d'être informés. C'est alors qu'il faut savoir considérer l'utilisation des médias, non comme une faveur qui devrait être méritée en se pliant à ses conditions, mais comme une occasion d'imposer ponctuellement une expression véridique de ce qui a été fait et de l'enjeu réel de la lutte.

La meilleure préparation à un emploi judicieux des médias est certainement de savoir s'en passer. En assurant *en priorité* leur propre communication indépendante, les opposants font mieux connaître la nature réelle de leur opposition, apprennent à mieux comprendre leurs propres raisons à travers la nécessité de les rendre publiques, et à mieux apprécier le rapport des forces dans l'écho que rencontre cette publicité. Les tracts ou manifestes par lesquels ils se seront ainsi définis constitueront de surcroît une défense préventive contre les déformations médiatiques.

Utiliser les médias lorsque le rapport des forces est favorable, faire respecter ses propres conditions afin de contrôler ce qui sera transmis au public, et comment, sera alors d'autant plus facile, et poussera en retour à plus d'audace dans ce que l'on affirme. L'objectif n'étant pas « qu'on parle » d'une lutte, mais qu'elle parle elle-même dans ses propres termes, les exigences suivantes peuvent y contribuer pour le moins :

- le refus du vedettariat et de la personnalisation des porte-parole par la rotation systématique des délégués,
- l'exigence préalable d'une retransmission intégrale des communiqués, qu'ils soient écrits ou oraux,
- le refus de toute mise en scène genre « document pris sur le vif »,
- la volonté de priver journalistes et caméras de toute imagerie sur les opposants (refus du reportage « tranche de vie », etc.),
- la dénonciation et le boycott en cas de non-respect de ces exigences.

Enfin, dans le cas d'une intervention ou d'une demande impromptue de la part d'un journaliste, c'est bien entendu l'intelligence du moment, la vivacité de répartie et la confiance en eux des opposants qui décideront de leur acceptation ou de leur refus du pseudo-dialogue ; c'est-à-dire leur conscience de leur capacité à donner sur-le-champ de bonnes réponses à de fausses questions. Dans le doute, un refus brutal vaut mieux qu'un bredouillage fâcheux.