

6) Tendances d'évolution du métier

Il n'est pas facile, à l'échelle internationale, de dégager des tendances face à l'évolution des métiers dans les radios communautaires et associatives. Nous sommes en effet en présence d'évolutions multifactorielles, qui permettent au mieux de dégager différents scénarios.

1) Le renforcement du bénévolat, du volontariat et des formes d'engagement citoyen mais sous des formes renouvelées.

Nous le décrivons par ailleurs, l'histoire des radios libres s'est menée dans les différents pays que nous observons selon des temporalités diverses. Alors que le mouvement était très fort à la fin des années 1970 dans des pays comme l'Italie, la France ou l'Espagne, on a pu observer dans ces trois pays des évolutions radicalement différentes. Dans d'autres pays, Irlande, Allemagne, Grande Bretagne, pays de l'Est, l'émergence des radios s'est faite plus tard, et là encore selon des dynamiques assez différentes et dans des contextes institutionnels et historiques différents.

Dans une analyse portant sur les quarante dernières années, il sera nécessaire, en utilisant le concept de « génération » proposé de longue date par Karl Mannheim (1923), dans une théorisation qui n'a rien perdu de sa pertinence (Pilcher, 1993) de montrer comment ce qui était pour les fondateurs des radios libres à la fin des années 1970, dans le fil des mouvements populaires internationaux qu'on peut analyser dans leurs relations avec les événements de 1968, une aventure de libération, est devenu au fil des ans une réalité différente, mais à comprendre comme une dialectique entre les aspirations et les pratiques de générations différentes.

L'émergence des radios FM locales dans les années 1970 est à comprendre dans le double cadre des aspirations des jeunes à des partages culturels et musicaux enrichis à l'échelle du monde et des mouvements populaires développés dans la suite de mai 68 dans un grand nombre de champs. Quelque quarante ans plus tard, le paysage des médias est très différent. Les générations nouvelles, si elle conservent la référence aux mouvements de « libération des ondes » qui ont conduit pour la France aux lois de 1982 et aux pratiques des années qui ont suivi (voir pour la France l'ouvrage de Thierry Lefebvre, 2008), s'inscrivent dans des conceptions et des pratiques nouvelles.

Chaque génération construit un récit, articulé autour de repères symboliques, qui partiellement unissent, partiellement clivent. Pour les français, il y a la génération de la 2ème guerre mondiale, celle de la guerre d'Algérie, celle de mai 1968, aujourd'hui sans doute la génération des médias sociaux, peut être déjà consécutive à la génération du web (il y a vingt ans...). Les générations, à l'instar des classes sociales, s'opposent, mais chaque acteur aspire à trouver sa place, à triple titre :

- A titre personnel dans une logique de l'honneur (d'Iribarne) et de la reconnaissance (Honneth, 2007) qui est à comprendre essentiellement comme, non pas une satisfaction narcissique, mais comme le nécessaire sentiment joyeux d'être pleinement engagé dans son temps.
- Dans le cadre d'un engagement local, territorial, constitué par les cercles (Simmel, 1908) d'une connaissance réciproque.
- Dans le cadre de l'évolution du monde, des grands mouvements qui animent les sociétés

La génération des radios libres dans les premiers pays qui développèrent la création de radios associatives a permis à un grand nombre d'acteurs d'éprouver leurs propres capacités à consolider et à mettre en œuvre de l'expertise dans les domaines qui les intéressaient, qu'il s'agisse de musique, d'autres formes d'arts, de politique, de sport ou d'animation pédagogique. L'état des connaissances et des outils techniques était tel que l'exercice se faisait obligatoirement dans le cadre d'un groupe qui devait construire une association, institutionnaliser et pérenniser la radio. L'existence dans la plupart des cas d'un monopole d'état de la radiodiffusion mettait également d'emblée les promoteurs de la « libération dans ondes » dans le cadre d'un combat politique.

Nous nous situons aujourd'hui dans un contexte où les motivations des acteurs des médias associatifs, si elle restent fondamentalement les mêmes, dans leurs trois dimensions de l'individu, du groupe et du monde, ont bien changé, pour trois séries de raisons, techniques, historiques et sociales.

Analysant les raisons d'agir des auteurs de blogs, Dominique Cardon et Hélène Delaunay-Téterel (2006) montrent avec finesse l'importance de la reconnaissance que chacun recherche, à ses propres yeux comme aux yeux d'un public : « Être reconnu dans la singularité de son existence et comme individu autonome passe en effet par la scénarisation d'un monde personnel permettant aux individus de produire des définitions de soi auto-référées échappant ainsi à la détermination par la position familiale, les rôles sociaux ou le statut professionnel. »

Alors qu'une apparition publique significative requérait naguère la constitution d'un collectif, l'internet dessine des champs d'actions diversifiés et potentiellement puissants, permettant de s'engager dans des aventures intellectuelles riches.

Cependant l'inscription dans un collectif présente bien des avantages : il donne une visibilité, une pérennité, un poids beaucoup plus grand aux expressions, il permet de démultiplier les occasions de contacts avec les individus ou les groupes ; il permet de développer des images de soi collectives essentielles pour la visibilité et l'influence des producteurs d'informations et de commentaires. De nombreux auteurs ont souligné aujourd'hui l'importance pour les acteurs de l'internet de la réputation. L'inscription dans un collectif peut permettre un essor de la réputation de ses membres. La circulation de l'information et des connaissances s'inscrit plus généralement dans un système de valorisation par les pairs que les sociologues analysent dans tous les champs de l'économie et du social : « ...le rôle du gratuit dans Internet est révélateur d'une évolution plus globale des sociétés postindustrielles, où la place centrale de la connaissance et son caractère de bien public sont au cœur des modèles de croissance. » (N'Guyen et al.2004)

Dans la troisième dimension qui nous intéresse, celle de l'inscription dans des évolutions du monde, les acteurs des médias peuvent trouver dans leur engagement des causes à la fois politiquement et éthiquement fortes et dans lesquelles ils peuvent inscrire harmonieusement à la fois leurs actions ponctuelles personnelles (relire à ce sujet « la tyrannie des petites décisions » de Thomas Schelling) et la pertinence de leur groupe local, de leur média. Distinguons trois mobiles importants d'engagement :

- L'évolution écologique de la planète

- La justice sociale, la lutte contre les inégalités, à l'échelle locale comme à l'échelle planétaire
- Le partage des connaissances et des activités sous toutes leurs formes

A ces ressources potentielles ouvertes aux médias associatifs et communautaires répond la nécessité pour les acteurs des radios à la fois de franchir le pas des nouvelles pratiques du numérique en réseau et de savoir transformer leurs méthodes de coopération entre bénévoles et dirigeants, salariés ou eux mêmes bénévoles dans l'objectif de fournir aux auditeurs locaux des programmes qui leur soient adaptés. La mutation des équipes des radios s'est faite au fil des ans, mais de façon très inégale. Les circuits de prise de son, de travail du son, de mise à l'antenne, d'archivage, de partages de documents entre radio et/ou avec les auditeurs, tout cela a progressé. Cela se traduit par exemple en France par plusieurs systèmes d'échanges de programmes entre radios développés à l'échelle régionale ou sur un plan thématique comme la banque de programme de la ville et de l'immigration EPRA (Échanges et productions radiophoniques). Entre les radios germanophones (Allemagne, Autriche, Suisse alémanique) il existe également un système d'échange de programmes. Sur d'autres continents on connaît également la banque d'informations internationale hispanophone et lusophone de l'AMARC-ALC, Pulsar.

Il reste que le potentiel social et culturel des médias associatifs locaux, décuplé dans les nouvelles conditions numériques, reste le plus souvent insuffisamment financé car les besoins d'encadrement professionnel croissent avec l'accroissement du nombre et des exigences des partenaires, qu'il s'agisse des bénévoles des radios ou des autres médias, qu'il s'agisse des personnes et des structures qui ont besoin de ces médias pour apporter leurs expériences ou leurs réflexions, qu'il s'agisse des auditeurs ou des lecteurs.

En effet, avec la croissance de la bibliothèque mondiale que constitue l'internet, les exigences de qualité rédactionnelle et technique grandissent et le besoin d'enracinement, le besoin de formuler à destination du monde les pratiques et les débats locaux est fort, comme est forte la nécessité de s'approprier, dans une communauté locale, par les traductions (de langue ou de cultures) les pratiques et les débats d'autrui. Avec le numérique se sont développés de nombreuses pratiques solidaires, dans tous les domaines essentiels de la vie (alimentation, logement, transports, culture...) mais il est nécessaire dans ce contexte de pourvoir à la circulation des connaissances, comme l'analyse le sociologue Manuel Castells (2007).

