

Le feu : un paradoxe à assumer

Sensibiliser le public : une complexité communicationnelle

Philosophie globale et pratiques locales : quelle communication numérique sur les feux préventifs ?

par Bruno ASDOURIAN

Les deux autres regards portés sur le programme de recherche européen « Fire Paradox » sont ici celui du journaliste, Bruno Asdourian et celui du gestionnaire et praticien, Bernard Lambert (Cf. p. 154).

Le projet européen Fire Paradox propose de sensibiliser le public sur plusieurs idées innovantes et notamment sur la prévention des incendies de forêt par l'usage contrôlé du feu, en s'appuyant sur les travaux, les pratiques et les échanges entre professionnels.

Du partenariat entre praticiens du feu et acteurs de la recherche émergent deux points clés sur lesquels nous devons communiquer :

– l'apparition d'un nouveau corps professionnel : le spécialiste analyste du feu équipé d'une torche enflammée. Le public habitué à associer le feu au professionnel pompier ou à l'incendiaire pyromane voit apparaître un troisième acteur méconnu ;

– la réappropriation d'une technique ancestrale de feux agricoles et pastoraux. Cette méthode vient en contradiction avec l'idée médiatiquement répandue d'une maîtrise des incendies dans l'urgence et dans une logique de dépense toujours accrue de moyens d'extinction conventionnels.

Telle est la mission confiée par le projet européen Fire Paradox à l'Institut de recherche en sciences de l'information et de la communication d'Aix-Marseille (IRSIC), Université de la Méditerranée. L'équipe formée autour du Professeur P.-Y. Badillo, co-directeur de l'Institut, s'est ainsi engagée dans la mise en pratique de travaux relatifs à l'analyse de la production, diffusion, consommation de l'information et de la

transmission des connaissances, notamment par les médias, ceci dans un contexte communicationnel fondamental : l'explosion des technologies de l'information et de la communication. Ces travaux se matérialisent, pour le projet FireParadox, par la création d'une plateforme multimedia en ligne : <http://www.fireparadox.org>.

Les apports respectifs des praticiens du feu et des chercheurs

Fig. 1 :

« Facebook - Rejoignez le groupe de soutien de Fire Paradox»
<http://tinyurl.com/joinfireparadox>

Une des particularités du projet Fire Paradox est d'intégrer la diffusion des connaissances aux côtés de la recherche et du développement. Dès la mise en place du programme de recherche, le partage et l'enri-

chissement d'un socle commun d'expériences professionnelles, comme la définition de stratégies de sensibilisation du public, ont été définis parmi les modules du programme. Les apports des membres de Fire Paradox et du laboratoire IRSIC sont centrés autour de recherches en sciences de l'Information et de la Communication avec une application concrète et pour le moins complexe. Comment appliquer la connaissance des théories de la communication et notamment des différents courants modernes ? Quelles seront, pour Fire Paradox, les applications concrètes issues des guides de communication fondés sur l'analyse des usages et les études académiques ? L'équipe de l'Institut, accompagnée de manière volontaire d'étudiants, futurs praticiens, techniciens et managers de la communication de l'Ecole de Journalisme et de Communication de Marseille s'est ainsi engagée dans l'analyse et les propositions ci-dessous.

Trois périodes majeures de la communication par Internet doivent trouver des applications pour Fire Paradox.

Un socle fondamental et classique de communication

La communication est ici mise en place autour d'une vision classique de la transposition d'une campagne de communication physique vers un site en ligne. Cette vision est celle qui est classiquement répandue depuis l'émergence d'Internet jusqu'à l'année 2000. Nous l'appelons la période statique. Une fois les supports et messages du projet établis, la première étape consiste à créer un portail d'informations numériques avec un environnement graphique adéquat. La philosophie du projet et les services offerts par ses partenaires sont accessibles au grand public par Internet.

Slogans, messages, descriptions des techniques, mascottes ou cibles sont détaillés sous différents supports multimédia : photos, vidéos, poster, flyer, schéma, jeu concours, jeu vidéo ou sites dédiés.

Une nécessaire prise en compte des médias sociaux

Mille vrais fans sont suffisants pour disséminer une information au grand public. Pour surprenante qu'elle soit, cette idée se fonde sur le processus connu de diffusion et d'expansion des idées dans les communautés.

The screenshot shows the Facebook group page for 'FireParadox'. The 'Basic Info' section includes a description of the project as a 'Common Interest - Science European integrated fire management project' and a goal of 'LEARN TO LIVE WITH FIRE'. The 'Contact Details' section lists the website as <http://www.fireparadox.org>, the office as 'European Union', and the location as 'Prescribed burning street'. The 'Members' section displays profiles of 8 members, including Joannis Mitsopoulos, Kais Abdelmoula, Gheenoo Amrita, Javier Blanco, João Ventura, Barton Dorman, Lucas Bianchi, and Eva Valese. The 'Discussion board' section shows one post from Asdourian Bruno about prescribed burning techniques. The 'Bad Media Coverage' section shows a post from Greg Pohll about media coverage of fires in Greece. The 'Photos' section displays five images related to fire management.

Cette vision s'appuie sur le web social. Depuis les années 2000, cette vision était la référence, jusqu'à fin 2008. Les opinions de nos partenaires et de nos relations sont plus importantes que les campagnes de communication diffusées dans les médias. Les travaux effectués en se fondant sur deux théories — the « *two step flow theory* » et la théorie dite de la « longue traîne » nous en apportent un éclairage : elles postulent que l'impact de quelques échanges entre le public et quelques individus experts des techniques de feux préventifs — appelons-les : relais d'opinions — est plus important que la communication directe de Fire Paradox. Nous posons ainsi dans notre stratégie de communication l'importance des outils d'échanges et de travaux collaboratifs des médias sociaux. Citons, par exemple, les plateformes de partages de vidéos (*Facebook*) de photos (*Flickr*), de construction d'une connaissance commune (*Wikipédia*)... La « positive communication » que nous souhaitons impulser a pour vocation d'aller à la rencontre virtuelle du public, des usagers de la forêt ou professionnels. Nombreux sont les exemples récents de cet engagement personnel des organisations et des participants de celles-ci dans ces médias sociaux. L'appartenance ou la croyance en une œuvre de préservation de la biodiversité naturelle entraîne une propension de l'adhésion aux groupes communautaires dédiés.

Au terme de l'analyse et de l'usage d'outils issues de ces trois périodes majeures de la communication par Internet, nous observons que les médias sociaux — et notamment l'expression en direct — participent à une plus grande prise en compte des particularités locales dans notre philosophie globale de feux préventifs. Et ceci, en plaçant les membres du projet européen Fire Paradox, les experts relais de l'information et le public, sur un socle commun de partage de connaissance. L'acceptation et l'analyse des commentaires du public sur les sites de Fire Paradox sont pour nous une chance d'étudier, pas à pas, la diffusion de l'idée de prévention des feux de forêts par l'usage accru du feu comme outil de prévention et de lutte.

Les outils numériques sont en ce sens un apport aujourd'hui indispensable dans la sensibilisation du public pour résoudre une complexité communicationnelle : apprendre à vivre avec le feu.

B.A.

Références :

- Portail officiel de Fireparadox : www.fireparadox.org
- Katz, Elihu (1973). The Two-Step Flow of Communication: an up-to-date report of an Hypothesis. Marketing Classics, Enis and Cox (eds.), p175-193.
- « Longue Traîne » : http://fr.wikipedia.org/wiki/Longue_traine

Bruno ASDOURIAN
Doctorant Sciences de l'information et de la communication
Charge d'étude
FireParadox
IRSIC (Institut de recherche en sciences de l'information et de la communication)
Université Aix-Marseille
Mél : asdourian@ejcm.univmed.fr

Fig. 2 :
[http://twitter.com/
FireParadox](http://twitter.com/FireParadox)

The screenshot shows a Twitter profile for 'FireParadox'. The profile picture is a small logo for 'REGULATING THE WILDFIRE PROBLEM BY THE WISE USE OF FIRE'. The bio reads: 'FIRE PARADOX PROJECT European Commission Project "How to live with fire?" Web site: www.fireparadox.org'. The profile has 1 following and 3 followers. The last tweet is from May 27th: 'http://twitpic.com/61p6v - Prescribed fire training in Portugal. Author: P. Fernandes'. The next tweet is from May 25th: 'The new proposal web site is available for the FireParadox members. The 1st July, it will be for the public. Thanks for your feedback. Bruno'. The third tweet is from May 25th: 'Just added myself to the http://wefollow.com twitter directory under: #fire #controlledburn #prescribedfire'. The fourth tweet is from May 25th: 'Searched Twitter for Prescribed fire: http://tinyurl.com/prqz7t'. The fifth tweet is from May 22nd: 'Generalitat Catalonia Fire Services (Spain) meet Communication Team of France in Barcelona. Thanks to Nuria. http://tinyurl.com/gencat'. The sixth tweet is from May 19th: 'Thanks to external expert of FireParadox, M.H. Luciani / L. Langeron to come to Communication Meeting: www.dec.fr and www.institut-forêt.com'. The seventh tweet is from May 18th: 'How to communicate on Tactical Fire? We start a FireParadox internal meeting in Marseille, Communication Laboratory (IRSIC)'. The eighth tweet is from May 18th: 'First sending message from mobile. bruno!'. The ninth tweet is from May 17th: 'Prescribed burning demos site, Gran Canaria, Spain. Photo : The use of drip torch http://tinyurl.com/prescri...'. The tenth tweet is from May 17th: '5:34 AM May 17th from web'.

Etre à l'écoute du public : l'apparition des plateformes de communication en direct

Ces plateformes permettant le suivi et la participation aux discussions dans des échanges initiés à partir d'évènements en direct, est une nouvelle forme de veille informationnelle, mais aussi de réaction communicationnelle. Cette vision est en vigueur depuis le début de l'année 2009. Elle est symbolisée par *Twitter*, une plateforme de micro-discussion en direct, qui permet :

- de suivre les réactions des individus à une nouvelle campagne de communication ou à la vision d'un spécialiste analyste des feux intervenant sur des feux de forêt ;
- la réaction immédiate des membres de Fire Paradox par la diffusion de compléments d'information pouvant être repris dans les discussions – via des minis messages de 10 mots environ.