

# La notion de société de l'information : des approches critiques – Présentation de quelques auteurs –<sup>1</sup>

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

Dominique Bourgeois, Professeure émérite, Université de Fribourg

Genève, 3 avril 2022

Document provisoire. Citer ce texte ainsi : Badillo, P.-Y., et Bourgeois, D. (2022). La notion de société de l'information : des approches critiques – Présentation de quelques auteurs –. Document en cours de publication, téléchargé depuis <https://www.patrickbadillo.com/>

---

Ce texte doit permettre au lecteur de prendre connaissances des approches de certains auteurs critiques, tel que Dan Schiller qui parle du mythe du réseau enchanté à propos d'Internet. Dominique Wolton est un autre auteur hétérodoxe et il montre pourquoi plus il y a de communication, moins on se comprend. Manuel Castells a reçu le prix Holberg, c'est-à-dire l'équivalent du prix Nobel dans les sciences sociales, pour son analyse approfondie de ce qu'il appelle la « société en réseaux » associée au « capitalisme informationnel ».

## **Dan Schiller (1951-) : Le mythe du marché et du réseau : le réseau enchanté**

Dan Schiller a été professeur dans plusieurs universités américaines : l'Université de Californie de Los Angeles, puis l'Université de Californie de San Diego, enfin l'Université de l'Illinois à Urbana-Champaign et il est maintenant professeur émérite. C'est un auteur très critique qui est considéré comme faisant partie du courant de l'économie politique radicale. Il a écrit plusieurs livres consacrés au « capitalisme digital ». Nous présentons principalement les idées développées dans son livre *Digital Capitalism* (1999).

Dans la mouvance des courants contre la mondialisation et contre le libéralisme, un ensemble de critiques des réseaux, et notamment d'Internet, mettent l'accent sur le lien entre les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) et le développement de l'économie de marché au niveau mondial. L'originalité de l'approche repose sur l'analyse de la montée en puissance de la logique de marché dans et par les réseaux, tandis que la dénonciation des déficiences économiques et sociales du système de marché reprend des arguments très classiques sur la concentration, les inégalités et l'instabilité.

Dan Schiller attaque la vision utopique du « Réseau Enchanté » (*The Enchanted Network*) qui fait d'Internet un vecteur de fraternité mondiale, de renouveau éducatif, de démocratie directe, et finalement annonce le début d'un « capitalisme sans friction » (*friction-free capitalism*, expression de Bill Gates, cité par Schiller, 1999, p. xiii).

Cette utopie repose sur deux hypothèses liées : d'une part, le Net est assimilé à une sorte de corne d'abondance informationnelle qui produira un monde « baignant dans l'information » (l'image est de Newt Gingrich, le président de la Chambre des représentants des États-Unis de 1995 au début de 1999, cité par Schiller), d'autre part, la société va ainsi perdre sa sauvagerie, devenir plus modérée.

---

<sup>1</sup> 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 » (séquence 3, leçon 1 *De la société de l'information à la société numérique*, module 4). Pour toute diffusion : nous vous remercions de citer ce texte comme indiqué ci-dessus.

Pour Schiller, tout ceci est faux car, loin de conduire à un éden high-tech, le cyberspace est colonisé par le système de marché : « Les réseaux généralisent directement la portée sociale et culturelle de l'économie capitaliste comme jamais auparavant » (Schiller, 1999, p. xiv, notre traduction). Trois domaines sont caractéristiques, selon Schiller, du développement du marché, et des inégalités sociales associées à ce développement, dans le cadre du capitalisme digital :

- le système de télécommunications soumis à des politiques néolibérales, en quelque sorte « tirées par le marché » (*market-driven*) ; les décennies 1980 et 1990 ont été décisives avec l'extension des privatisations, la multiplication des services ;
- le cyberspace qui permet un approfondissement du « consumérisme » à l'échelle transnationale : le World Wide Web devient en effet un nouveau médium de consommation qui peut à la fois fournir du contenu et le distribuer ;
- l'éducation elle-même, en particulier dans l'enseignement supérieur, car des marchés en réseaux émergent.

Dans ces trois domaines des firmes géantes non seulement ont un pouvoir économique, en tant qu'employeurs, publicitaires, et même éducateurs, mais aussi influencent un ensemble de plus en plus grand d'institutions impliquées dans la reproduction sociale – l'éducation, la politique, la culture –. De plus, ce capitalisme digital, ce système de marché dirigé par des grosses compagnies, transcende les frontières et, pour la première fois en un siècle, ne doit même plus faire face à une véritable opposition idéologique, ou géopolitique, puisqu'il n'a plus d'adversaire significatif comme l'était le socialisme en Union Soviétique et dans les pays de l'Est.

Cette « marche vers le marché » s'accompagne d'effets négatifs : la volatilité du système de marché, l'instabilité des emplois et les inégalités augmentent.

Dans son livre *How to Think about Information* (2007), Schiller fait une analyse historique en reliant l'information à l'évolution des technologies dans les télécommunications, les médias, mais aussi aux décisions politiques et à l'essor de très grandes firmes. Il montre comment l'information est devenue un produit (plus exactement une *commodity*, une marchandise) valorisé sur le marché mondial.

Par la suite il a poursuivi sa réflexion toujours dans un sens très critique : ainsi, dans son livre de 2014 intitulé *Digital Depression: Information Technology and Economic Crisis*, il étudie les transformations du capitalisme mondial en relation avec l'évolution des TIC pour expliquer la crise économique des années 2007-2008.

### **Dominique Wolton (1947-) : Les techniques ne font pas la communication**

Dominique Wolton est Directeur de recherche au CNRS (Centre national de la recherche scientifique, France) en sciences de la communication et l'auteur de nombreux ouvrages sur les médias et la communication.

« En un mot, le progrès technique dans la communication ne suffit pas à créer un progrès de la communication humaine et sociale » (Wolton, 2000, p. IV). Pour Wolton, c'est l'histoire économique, sociale et culturelle qui donne le plus souvent son sens à l'histoire technique, et non l'inverse ; ainsi ce n'est pas l'imprimerie qui a permis la Réforme et bouleversé les sociétés européennes, mais « C'est la Réforme qui a donné son sens à la révolution de l'imprimerie » (op.cit., p. 35). De même, l'impact de la radio et de la télévision doit être lié au mouvement en faveur de la démocratie de masse.

Les nouveaux médias (Internet) n'apporte pas de progrès du point de vue de la communication ; bien au contraire, Wolton considère qu'il faut défendre la télévision classique, média essentiel de la démocratie : « La force des médias généralistes est justement

de tenir les deux bouts de la communication, l'échelle individuelle et l'échelle collective, tandis que les nouveaux médias se situent principalement à l'échelle individuelle. Par ailleurs, les médias généralistes privilégiant la logique de l'offre rappellent l'importance, pour une théorie de la culture, d'une position normative [...] » (op. cit., p. 22).

Cette position est originale : elle s'oppose farouchement à nombre de textes thuriféraires sur Internet, réseau ouvert, outil de la liberté. Par ailleurs, la logique de l'offre est traditionnellement défendue par des courants de pensée plutôt favorables à un service public des médias. Wolton est hostile à l'idéologie du marché et de la globalisation.

Le dernier paragraphe du livre *Internet et après ?* présente le téléphone et la radio comme les meilleures techniques du point de vue de l'utilisateur, celles qu'il faudrait placer en tête de la hiérarchie des techniques en raison de leur capacité à rapprocher les individus : « Essayer de « s'entendre », à défaut de « se voir » » (op. cit., p. 213). L'auteur rompt encore une fois avec nombre d'approches qui insistent sur l'image. Dans cette hétérodoxie par rapport aux courants très optimistes à propos d'Internet, l'accent est mis sur la communication humaine.

« Le décalage reste ontologique entre la performance des machines et la complexité de la communication humaine. C'est pour cela qu'aujourd'hui le thème de la société de communication est une illusion. Plus il y a de communication, moins on se comprend, même si nos sociétés sont bardés de techniques, du haut en bas de la société, de la vie privée à la vie publique, du berceau à la vieillesse » (op. cit., p. 208).

Wolton reprend le thème des difficultés de la communication humaine notamment dans un livre intitulé *Informers n'est pas communiquer* (2009a), puis dans *Communiquer, c'est vivre* (2016). Pour Wolton, l'incommunication étant un problème essentiel aujourd'hui, il faut donc gérer l'incommunication par la négociation pour arriver à la cohabitation. Wolton distingue clairement l'information et la communication : « L'information c'est le message. La communication, c'est la relation. Bien sûr, il n'y a pas de communication sans information, mais le plus compliqué reste la relation, car il n'y a pas seulement l'émetteur et le message, mais aussi le récepteur. Or le récepteur n'est pratiquement jamais en ligne avec l'émetteur et le message. Et comme aujourd'hui, il y a de plus en plus de messages, les risques d'incommunication augmentent » (Wolton, 2009b).

Dans son ouvrage de 2022 *Communiquer c'est négocier*, Wolton distingue l'« incommunication », lorsque l'on communique sans parvenir à se comprendre ou lorsqu'il existe des malentendus, et l'« acommunication » qui est l'échec de la négociation. On peut sortir de l'incommunication par la négociation, mais l'acommmunication s'accompagne du risque de guerre.

### **Manuel Castells (1945-) : société en réseaux et capitalisme informationnel**

- Manuel Castells est un sociologue espagnol, professeur à l'université de Californie de Berkeley. Il a proposé une analyse approfondie de ce qu'il appelle la société en réseaux et a reçu le prix Holberg, c'est-à-dire l'équivalent du prix Nobel dans les sciences sociales. Il a été ministre de l'Enseignement supérieur en Espagne de janvier 2020 à décembre 2021.
- Manuel Castells a repris la formule de Mc Luhan « *The medium is the message* » et l'a transformée en une autre expression : « *The network is the Message* ». Pour Castells, ce sont les réseaux de l'information, « dont la force motrice est Internet », qui assurent le passage à une société nouvelle, la « société en réseaux » ou « la galaxie Internet ». Cependant, le terme de réseau est entendu au sens large puisque Castells parle du « méta-réseau » de capitaux.

- M. Castells qualifie le nouveau système dans lequel nous vivons aujourd'hui de « capitalisme informationnel ». Il distingue les notions de « société de l'information » et de « société informationnelle » : il considère que l'expression « société de l'information » met seulement l'accent sur le rôle de l'information dans la société, alors que le terme « informationnel » caractérise une forme particulière d'organisation sociale, dans laquelle la création, le traitement et la transmission de l'information deviennent les sources premières de la productivité et du pouvoir.
- Dans son livre *Communication et pouvoir*, il montre comment le pouvoir repose sur le contrôle de la communication, qui se déroule dans des réseaux. Il définit ce qu'il appelle « l'auto-communication de masse » (ou « communication de masse individuelle », « *mass self-communication* ») correspondant à des formes de communication individualisée, tout en s'insérant dans un réseau mondialisé. Selon lui, à côté des mass médias traditionnels émergent des « médias de masse individuels ». Par exemple, Internet permet à la fois de toucher le monde entier et aussi d'effectuer une conversation ciblée d'individu à individu. Cela peut renforcer les pouvoirs traditionnels, mais, à travers la communication de masse individuelle, les mouvements sociaux sont aussi en mesure d'agir dans le champ politique.

## Références

- Castells, M. (1998, 1999). *La société en réseaux*. 3 volumes, traduction française : Paris, Librairie Arthème Fayard, 1er tome : 1ère édition 1998 et 2e édition 2001 ; 2e et 3e tomes : 1999.
- Castells, M. (2002). *La galaxie Internet*. Paris : Fayard.
- Castells, M. (2013). *Communication et pouvoir*. Paris : Maison des Sciences de l'Homme.
- Schiller, D. (1999). *Digital Capitalism Networking the Global Market System*. Cambridge, Mass. : MIT Press.
- Schiller, D. (2006). *How to Think about Information*. Champaign, Illinois : University of Illinois Press.
- Schiller, D. (2014). *Digital Depression: Information Technology and Economic Crisis*. Champaign, Illinois: University of Illinois Press.
- Wolton, D. (2000). *Internet et après ? : Une théorie critique des nouveaux médias*. 2<sup>e</sup> édition. Paris : Flammarion.
- Wolton, D. (2009a). *Informers n'est pas communiquer*. Paris, CNRS Éd., coll. Débats.
- Wolton, D. (2009b). Grand entretien. Dominique Wolton. *Revue Défense*, n° 141, sept-oct 2009.
- Wolton, D. (2016). *Communiquer, c'est vivre. Entretiens avec Arnaud Benedetti*. Cherche Midi.
- Wolton, D. (2022). *Communiquer, c'est négocier*. Paris : CNRS Éditions.