

## *Internet : le nouvel outil du pouvoir **transnational** ?*

Michel Hermans

Professeur à HEC-École de gestion de l'Université de Liège

Depuis plus de trente ans, la communication est progressivement devenue un secteur qui mobilise des enjeux de premier plan tant au niveau technologique, économique, sociologique que politique. Il n'y a plus un mois qui passe sans que ce secteur ne provoque des remous dans les différents domaines cités. Après le développement de l'électronique, avec la radio et la télévision, la numérisation modifie une nouvelle fois les rapports de force au sein des médias. La radio, la télévision, l'ordinateur support principal d'Internet et enfin le téléphone portable sont devenus l'objet de recherches de plusieurs départements universitaires. La rapidité des changements et la complexité des enjeux rendent parfois très difficile une étude sereine de ces bouleversements.

Mon mémoire de fin de licence, ma thèse de doctorat, plusieurs de mes enseignements, de mes publications et colloques ainsi que l'essentiel de ma recherche ont porté sur *l'e-communication*. À chaque étape de ce parcours passionnant, Jean Beaufays était à mes côtés pour accepter d'être le promoteur de mon mémoire, membre du jury de ma thèse, soutien dans le cadre d'une publication, mise en valeur d'un cours portant sur ce domaine. Lui-même se montrait très intéressé par l'évolution importante des outils de communication tant au niveau politique qu'au niveau de l'enseignement.

Sa rigueur, son exigence scientifique, son esprit critique particulièrement aiguisé, sa volonté de mettre en valeur de nouveaux domaines de recherches m'ont permis de développer ma carrière scientifique et académique autour d'une passion de jeunesse, les médias et la communication. En science politique, il était impossible de ne pas s'arrêter à l'étude des opinions émises par les hommes et les femmes politiques, non seulement au travers de la presse écrite, mais également via la télévision, la radio et, aujourd'hui, Internet. Il a compris très tôt cet enjeu et c'est pour cette raison qu'au début de ma carrière scientifique, j'ai participé à une étude sur l'avenir des médias électroniques et audiovisuels au sein de son service. Il a provoqué plusieurs analyses de contenus des journaux télévisés portant sur l'information politique face aux autres nouvelles. Il m'a passé le relais après ma thèse de doctorat et m'a donc permis de continuer ce qu'il avait initié et m'avait permis de développer.

C'est donc grâce à lui et à sa volonté de développer de nouveaux domaines de recherches et de soutenir la carrière de ses collaborateurs, dont j'ai eu l'immense honneur de faire partie, que je suis devenu un membre du corps académique, passionné par ce type de recherches et comme lui, par l'enseignement et le contact avec les étudiants.

À celui que j'ai vu débiter comme chargé de cours associé, il y a près de trente ans, qui est devenu un ami depuis plus de vingt ans et à qui je continue pourtant de dire *vous*, je tiens à offrir une réflexion sur l'évolution de la communication par Internet qui modifie peut-être le fonctionnement des pouvoirs politiques nationaux et

77

internationaux.

Ce qu'on a l'habitude d'appeler l'information n'a jamais été objective car l'émetteur comme le récepteur font des choix et des interprétations volontaires ou non. Ceux qui, très tôt, ont compris que la seule façon de mobiliser, de convaincre ou même de transmettre les connaissances se faisait par la communication, par définition subjective, ont conquis tous les médias et ont permis leur succès. Appartenant à une école de gestion, je peux dire avec conviction que la communication, c'est essentiellement convaincre ou répondre aux attentes des citoyens et des consommateurs que nous sommes tous.

La vitesse des échanges dans la communication a changé le métier de ceux qui veulent nous informer ou nous faire passer un message. Il devient de plus en plus difficile de prendre de la distance. Par conséquent, ceux qui possèdent les données, les connaissances et les outils ont pris une avance sur les autres. C'est sans doute à ce niveau que plusieurs États sont en grand danger.

Le développement d'outils de communication différents est devenu, pour certains, l'enjeu du 21<sup>ème</sup> siècle. Les exemples sont de plus en plus nombreux et nous montrent que la technologie ne serait pas neutre, en particulier en politique.

En Belgique, les différences linguistiques ont séparé totalement les médias écrits et audiovisuels du Nord et du Sud du Pays. La télévision numérique s'est développée principalement du côté francophone avec Canal + et BE Tv aujourd'hui. Des expériences ont été tentées du côté néerlandophone avec Canal +, avec moins de succès. Cependant, depuis quelques mois, l'entreprise de communication nationale historique, Belgacom, s'est lancée dans la bataille audiovisuelle, pouvant provoquer à terme une remise en question de la fédéralisation des médias ou un triomphe des intérêts économiques flamands sur ceux de la Communauté française. L'empressement des diffuseurs de services flamands et le pouvoir d'achat plus important de la Flandre permettra peut-être à Belgacom de se développer essentiellement du côté flamand. Demain, ce sera également le cas de Proximus.

Une série de questions s'ouvrant sur des pistes de réflexion argumentées sont possibles pour mesurer l'impact d'Internet. Les positions tranchées de certains auteurs ne cadrent pas toujours avec la réalité.

### 1. La Communication triomphante

L'information et la communication, l'énoncé et l'énonciation sont au coeur du débat dans la couverture de tout événement important par les médias. L'information serait cependant devenue le déterminatif de la société dans laquelle nous vivons, avant même l'apparition d'Internet. S'agit-il réellement d'information au sens strict ou plutôt de communication ?

Pour mieux comprendre cette approche, Francis Balle précise que *l'information émerge de la communication. Elle peut être étouffée par elle* <sup>1</sup>. Il insiste donc sur l'importance de la communication ou de la multitude de communications pour approcher l'information au sens strict. Cependant, il reconnaît la difficulté de construire

78

une information complète à partir de multiples communications sur le même sujet. Paul Watzlawick<sup>2</sup> ajoute que *toute communication présente deux aspects : le contenu et la relation, tels que le second englobe le premier*. Une interprétation de cette affirmation montre que l'acte de communiquer est plus important que le contenu du message lui-même. Marshall MacLuhan<sup>3</sup> ira plus loin en déclarant que *le message, c'est le média*. Le message pourrait avoir des significations différentes selon le média qui le transmet. Le média ne serait donc pas neutre et la technologie pourrait dominer la culture. La relation c'est la communication entre l'émetteur et le récepteur. Il s'agit donc du moyen de convaincre ou de rendre intelligible le message auprès des citoyens et des consommateurs.

Si cette analyse sur la différence entre la communication et l'information paraît être un problème de sémantique, l'étude des médias en Europe et aux États-Unis, à l'origine des sciences de la communication, semble pourtant confirmer cette différence.

Durant les années trente, les Européens insistent sur la notion d'information, essentiellement sur le contenu, son objectivité éventuelle et sur la défense de l'intérêt national voulu par tous les États. En revanche, les Américains développent le concept de communication à des fins commerciales, mettant en évidence les techniques de conviction et l'utilisation des outils ou de contenant. Cette différence d'approche est sans doute la conséquence de la situation politique de l'époque. En effet, les chercheurs européens sont confrontés aux propagandes nationalistes et, par la suite, fasciste et nazie en Allemagne et en Italie. Les pouvoirs politiques des États veulent sauvegarder les valeurs communes nationales et certains auteurs scientifiques, effrayés par cette propagande, désirent attirer l'attention sur l'importance du rôle de neutralité et de la plus grande honnêteté dans le traitement des événements. Aux États-Unis, la communication est surtout le moyen de convaincre le consommateur. Le commerce est considéré comme inoffensif par les Américains alors que les dirigeants des États démocratiques européens redoutent à l'époque les ravages de la propagande politique. Pour certains chercheurs comme le socialiste allemand Serge Tchakhotine, la propagande est dangereuse<sup>4</sup>. Il met en évidence le rôle que peuvent jouer les médias dans la société. Dans ce cas, il parle de manipulation de l'opinion par des mécanismes précis, basés sur la théorie des réflexes conditionnés de Pavlov. Les intellectuels européens insistent sur l'aviissement de la société et de la culture par les moyens de communication de masse. Pour Francis Balle, les techniques de conviction de la propagande et de la publicité se ressemblent et peuvent rendre les hommes et les femmes dépendants d'un message simplifié et de ses conséquences sur les comportements des citoyens et des consommateurs<sup>5</sup>. Si le commerce était considéré comme inoffensif dans l'entre-deux-guerres, la réaction globale des États démocratiques européens vis-à-vis de la publicité sur les chaînes de radio et de télévision, après la Deuxième Guerre mondiale, nous a montré à quel point ils craignaient toujours la propagande, même commerciale, et qu'ils désiraient défendre un concept essentiellement européen, le service public.

Certains collaborateurs de Göbbels, qui n'avaient pas été inquiétés par les poursuites judiciaires pour crimes de guerre, se sont reconvertis dans la publicité. Cette façon d'agir a fait craindre aux Européens une nouvelle manipulation, éventuellement étrangère, par

les nouveaux médias de masse qu'étaient la radio et la télévision. En Europe, la radio et la télévision vont dès lors se construire après la Deuxième Guerre mondiale sur le modèle du monopole de service public, non dépendant de la publicité et des exigences de l'audimat. Durant une trentaine d'années, les chaînes de radio et de télévision européennes ont cherché à répondre à l'obligation impossible de diffuser une information qualifiée d'objective dans beaucoup de textes légaux sur les missions de service public et de maintenir un équilibre entre les différents types d'émissions au travers des trois missions du service public, informer, cultiver ou former et enfin divertir.

Cette différence d'approche entre les États-Unis et l'Europe disparaîtra petit à petit au profit de la communication qui se développera du côté occidental avec la libéralisation du commerce international. Les Européens copieront simplement les techniques de communication du modèle américain. Cependant, la domination du secteur privé, qui apparaîtra essentiellement dans le courant des années 1980, pour le financement des chaînes de radio et de télévision, rendra celles-ci dépendantes de la communication triomphante au sein des émissions d'information et de divertissement, dont le rôle sera d'attirer une audience maximum pour les annonceurs. La multiplication des chaînes a engendré la course à l'audience. Les auditeurs et les téléspectateurs sont devenus les cibles des annonceurs commerciaux. Même si la publicité existait déjà en politique, les messages des partis, des ministres, des députés ou des candidats aux élections diverses, ont de plus en plus été construits sur la technique publicitaire dans les communiqués à la radio et à la télévision. L'utilisation massive de ces médias par les citoyens et les consommateurs pour s'informer et se distraire a fait craindre à plusieurs observateurs le développement d'une manipulation par l'apparition d'une propagande d'un nouveau genre.

Sur base de cette approche des médias, la question centrale est de s'interroger sur les définitions de l'information et de la communication.

- a. L'information au sens strict n'existe pas. Il y a des faits, des événements et des situations qui constituent un continuum dans le temps et dans l'espace. Il est impossible de tout saisir pour obtenir une connaissance complète et les contextes différents dans lesquels ces faits ou ces situations se développent. Chaque habitant de la planète a une perception plus ou moins importante et une analyse différente de ce continuum d'information. Un événement, un fait brut repris dans un contexte et un environnement précis est donc impossible à transmettre.
- b. L'information pourrait être atomiste. Un élément est transmis sans commentaire ni analyse. Cette façon de faire met en évidence le choix du journaliste, du gouvernant ou même du professeur. Ce choix n'est pas objectif, ni innocent. Très rapidement, cette partie d'information est transmise avec le risque d'une transformation ou d'une déformation par l'émetteur qui désire la présenter et l'analyser. De son côté, le récepteur perçoit le message sur cette information avec sa propre interprétation. Chaque individu, qu'il soit émetteur ou récepteur, a des préoccupations, une éducation et une sensibilité qui le pousse à faire des choix dans les messages à transmettre et des moyens d'émission ou de réception pour mieux les faire

80

comprendre. Dans ces conditions, l'objectivité de l'information diffusée ou reçue ne peut exister.

- c. En revanche, la communication consiste à séparer un message de son contexte informatif et de le réinsérer sur un support différent pour en élargir sa diffusion. Par ce système, il y a une présentation subjective des messages pris hors de leur contexte, modifiées par les biais de toute interprétation sincère ou manipulatrice.

La communication correspond mieux à la situation actuelle. L'information est souvent liée à l'objectivité. Or, il semble difficile d'être complet dans la masse d'informations. Il est donc préférable de faire référence à la communication qui correspond à une réalité dans les médias, dans les rapports entre gouvernants et gouvernés, dans les messages adressés par les entreprises aux consommateurs et dans les relations interpersonnelles. Les outils électronique et numérique renforcent encore la communication dans la vie de tous les jours.

Le modèle de Claude E. Shannon et Warren Weaver<sup>6</sup> a largement dominé l'analyse de la communication. Ce schéma linéaire convient essentiellement aux médias de masse. Dans le cas des technologies numériques, même s'il est atténué, il peut être d'application.

En fait, le schéma met en évidence la circulation d'un message qui partirait d'une source, vers un émetteur. Celui-ci peut l'envoyer grâce à un réseau vers un destinataire qui le reçoit via un récepteur. Dans ce cas, il y aurait domination du récepteur par l'émetteur. On a tendance à dire que le récepteur est passif. Le récepteur peut cependant être moins dominé par l'émetteur qu'il n'y paraît. Il pourra réagir au message diffusé par un média ou il ne prendra en considération que les médias qui confortent ses opinions. Les médias de masse et de diffusion sont, en fait,

faiblement commutatifs. Les auditeurs et les téléspectateurs peuvent réagir par téléphone, par courrier écrit ou par *courriel* afin de faire connaître leurs avis sur les émissions d'information et de divertissement, mais cette façon d'agir demande une certaine volonté du récepteur.

Le Collège invisible de Palo Alto propose un schéma circulaire dans lequel le récepteur ne serait pas aussi passif que dans le schéma linéaire. Dans ce cas, ce sont surtout Internet, les télévisions numériques et la téléphonie mobile de la troisième génération qui favorisent ce modèle où le récepteur ne se laisse pas passivement influencer par l'émetteur mais peut lui répondre, le critiquer ou s'y opposer. Cependant, les sites Internet et les télévisions numériques diffusent également des messages unidirectionnels comme dans le cas du schéma linéaire. L'internaute ou le *télénumérisé* ne peuvent en changer le contenu. Dans la communication téléphonique ou informatique, à savoir le *courriel*, les forums de discussion ou les *chats*, il y a toujours un correspondant dominant qui impose le déroulement de la conversation et du dialogue.

L'information ne peut donc être perçue comme un simple message unidirectionnel, diffusé par les médias de masse, alors que la communication serait un message bidirectionnel, développé par les télécommunications.

81

2. La vitesse : le risque majeur d'une société basée sur la communication et les moyens technologiques augmentant ses performances dans son rôle de conviction

Pierre Bourdieu critique la vitesse des nouveaux médias. En fait, son constat s'est arrêté à la télévision, mais pourrait s'étendre à Internet<sup>8</sup>. Dans cet ouvrage, il critique beaucoup les journalistes, dépendant du système financier des organes de presse. Contrairement à ce qu'il dit, l'argent dominait également les médias, avec sans doute une moins grande ampleur. En plus, la presse européenne était dominée, essentiellement, par la politique ou les intérêts religieux et philosophiques organisés. La différence entre ces deux époques, pour atteindre la vérité à laquelle le citoyen a droit, est donc relativement minime. Aujourd'hui, on lit la presse qui nous intéresse par son analyse racoleuse comme jadis, on la lisait en sachant que nous étions plus influencés par une idéologie plutôt qu'une autre. Il s'agissait sans doute d'un autre type de racolage. La différence n'est pas très importante car les journalistes des deux périodes ont fait de la communication en faisant fonctionner notre esprit critique, si nous possédions déjà l'éducation et la formation afin de relativiser les messages que nous recevions.

La différence se situe à un autre niveau. Les médias électroniques, comme la radio et la télévision poussent les journalistes à présenter des actualités sans avoir le temps de vérifier leurs sources. Il est vrai qu'à ce niveau, la course à l'audimat les empêche d'analyser les nouvelles qu'ils reçoivent via des agences ou d'autres médias. L'éthique prônée par la *BBC* de vérifier un message à trois sources différentes avant de le diffuser en radio ou à la télévision n'existe plus. Dans la lutte à l'audience, les journalistes anticipent parfois les événements car il faut être les premiers à diffuser une information. En 2004, le cas de *France 2* et de *TF1* à propos de l'annonce du retrait de la politique d'Alain Jupé est caractéristique de ce manque total de recul. Le rédacteur de *France 2*, convaincu qu'Alain Jupé allait annoncer sa démission aux environs du journal de *20 heures*, a débuté plus tôt son émission pour battre *TF1* sur cette annonce non vérifiée et, finalement, se tromper complètement. Ce fut un scandale hypocrite dans les rédactions des chaînes de télévision. Tous ont tendance à agir de la sorte.

Internet a permis à la presse écrite de concurrencer la radio et la télévision en diffusant un journal écrit en ligne et de le modifier toutes les *X* minutes. Le combat pour le scoop se fait maintenant sur Internet et plus personne ne prend le temps de vérifier ce qu'il met en ligne pour donner aux internautes la primeur d'une information qui s'avère parfois totalement fautive. Le recoupement des informations se fait souvent sur Internet et il n'est pas rare que les différentes sources s'alimentent auprès d'un même site dont les moyens et les connivences avec le monde politique ou économique permettent de diriger les rédactions à distance. Durant l'été 2004, le cas de la fausse décapitation par un groupe islamique en Irak est tout aussi révélatrice de cette vitesse. En fait, il s'agissait d'une plaisanterie d'étudiants de San Francisco qui voulaient vérifier si leur supercherie allait avoir un effet sur les rédactions. Le résultat dépassa leurs espérances. Non seulement, les chaînes occidentales ont repris ce document filmé par des amateurs, mais la chaîne arabe *Al Jaizira*, ne voulant pas être dépassée par ses concurrents de *CNN* ou *Fox News*, a également diffusé cette fautive nouvelle, ce qui renforça la crédibilité

82

de l'information auprès des autres chaînes occidentales qui la diffusèrent également. Dans un climat de violence de ce type en Irak et avec la confiance que la plupart des médias faisait à *Al Jaizira*, relais fréquent des messages de *Al Quäida*, transforma la plaisanterie en une information sérieuse. Les étudiants ont dû intervenir pour stopper la désinformation. Le monde des médias fut très gêné d'annoncer être tombé dans le panneau.

La vitesse empêche sans doute les journalistes de faire de l'investigation, en suffisance, réduisant leur rôle à faire du spectacle et du scoop. Cependant, il faut dire à la décharge d'Internet qu'il est possible, aujourd'hui, en maîtrisant l'outil, de trouver beaucoup plus vite des informations sérieuses sans se déplacer. Pour les universitaires, les bibliothèques et les publications scientifiques virtuelles leur donnent l'occasion d'accéder à une série de références et de nouveautés beaucoup plus rapidement. D'autre part, certains psychologues<sup>9</sup> déclarent que les jeux vidéo permettaient aux enfants d'apprendre plus vite et donc de mieux réagir, sur le plan intellectuel à notre société *TGV*. Cependant, il ajoutait que les apprentissages de base devaient se faire toujours avec la même *lenteur* relative, au risque d'ennuyer les élèves qui sont habitués à plus de rapidité.

Selon Francis Balle<sup>10</sup>, ce qui marque l'évolution récente des technologies de la communication, au moins au sein des démocraties les plus riches, ce sont l'abondance et la diversité toujours plus importante des médias disponibles. Les moyens de diffusion proprement dits, d'un émetteur vers une multitude de récepteurs sont aujourd'hui en croissance constante, grâce aux câbles et aux satellites. Ces moyens techniques acheminent non plus seulement des sons, mais également des images, des graphiques, des textes ou des données. L'accès aux réseaux sur base d'une demande individuelle se développe également. Jusqu'à une époque récente, les demandeurs de programmes ou de services transmis par les réseaux étaient prisonniers des grilles établies par les diffuseurs. Seuls étaient disponibles en permanence les messages gravés sur des supports autonomes, tels que les livres, les disques ou les vidéocassettes. Aujourd'hui, les moyens existent, permettant à chacun d'accéder, sur simple demande, à une multitude de messages divers acheminés par les réseaux informatisés (Internet), par la voie hertzienne ou par le câble et les liaisons éventuelles via les satellites.

Par ailleurs, l'évolution des techniques de communication, longtemps séparées les unes des autres, est marquée par une convergence progressive, grâce à l'utilisation de composants numériques identiques sur les différents médias. Les développements techniques et simultanés dans les secteurs de l'informatique, des télécommunications et de l'audiovisuel, permettent d'envisager la transmission de tous les signaux par un réseau unique, grâce à leur numérisation. Il faut s'entendre sur la notion de *réseau unique*. Techniquement, il n'était pas possible, jadis, d'utiliser l'ordinateur pour regarder un film ou téléphoner et chaque moyen de communication avait son relais privilégié. Aujourd'hui, toute la communication peut se faire sur un seul support, mais il semble important de signaler que le câble, la voie hertzienne ou le satellite continueront à être utilisés pour diffuser des messages, en multipliant les capacités de transmission et ~~que~~ pour des raisons d'usage, l'ordinateur, le téléviseur et le téléphone portable risquent

83

de conserver encore longtemps leur fonction première.

Les anciens médias démultipliés par les nouveaux venus, l'humanité est précipitée à la fois vers l'infiniment grand et l'infiniment petit. Ces évolutions simultanées inspirent en alternance les craintes les plus pathétiques et les espérances les plus extravagantes. Pour les optimistes, l'avènement du *village global* de McLuhan, permettrait d'amener la fraternité universelle. Les autres, à l'inverse, considèrent que la prolifération des médias annonce la fin de la vie privée et de la liberté individuelle, ce que Francis Balle nomme le goulag électronique qui se marque par l'absolue transparence de la société ou la possibilité techniquement illimitée pour quelques-uns de surveiller et d'assujettir la multitude.

Armand Mattelart<sup>11</sup> insiste sur le fait que les technologies de l'information et de la communication se développèrent d'abord dans le cadre des lois de sécurité nationale et sous les auspices des contrats qui lient les entreprises électroniques et aérospatiales avec le Pentagone et la *NASA*. La guerre froide, la conquête de la Lune et la course aux armements en sont les exemples les plus importants des décennies passées. Cependant, ce lien entre l'industrie des nouvelles technologies et la sécurité nationale a toujours existé.

Dans les années 1960, les discussions théoriques sur l'avènement de la *société postindustrielle* ou société du tertiaire débutent aux États-Unis. À partir du milieu des années 1970, à l'occasion des spéculations sur le rôle des réseaux télématiques dans la nouvelle économie mondiale, les discussions s'amplifient. À cette époque, l'environnement économique est dominé par l'application des technologies de l'information et de la communication aux *besoins de la société*, et non plus seulement aux nécessités de sa défense nationale. Le rapport sur l'Informatisation de la société de 1978, rédigé par Simon Nora et Alain Minc, fera date comme un document important par lequel un pays industriel mène une réflexion sur les *moyens de conduire l'informatisation de la société*. L'outil *télématique*, convergence entre l'ordinateur, le petit écran et les télécommunications, est envisagé explicitement par les auteurs comme un moyen important de sortir de la crise politique et économique les sociétés industrialisées. L'un et l'autre s'inquiètent de l'hégémonie des banques de données américaines, en avance sur

l'Europe, qui risquerait de conduire à accepter une aliénation culturelle. La mise en place de banques de données constituerait, selon les auteurs, un impératif de souveraineté nationale.

Avec la privatisation et la déréglementation des systèmes de communication, dans les années 1980 pour l'audiovisuel et dans la décennie suivante pour les télécommunications, l'État-Nation a été remplacé par les logiques marchandes dans des pays qui avaient défendu jusque-là, le monopole public. Les acteurs de la géopolitique, souverains dans l'énonciation des macrostratégies d'expansion des réseaux, ont passé le relais aux protagonistes de la géo-économie. Ceux-ci attendaient des premiers qu'ils fassent tomber les dernières barrières juridiques qui s'opposaient encore à la construction d'un marché mondialisé totalement fluide. Il n'y a cependant pas beaucoup de différence entre les deux stratégies. L'État-Nation était soumis au complexe industriel et militaire national,

84

alors qu'avec la nouvelle stratégie économique, ce sont des entreprises multinationales qui imposent leur logique internationale aux États-Nations. Le lien entre l'État et les entreprises nationales donnait le pouvoir à ces dernières. Aujourd'hui, le lien entre les entreprises multinationales et certaines grandes puissances donne le pouvoir aux multinationales et indirectement aux États-Unis, au Japon, et à quelques autres grandes puissances européennes.

Lancé en 1993 par Al Gore, sous le concept de *superautoroute de l'information*, le projet de *réseau de réseaux* du gouvernement américain a changé plusieurs fois d'appellation. Le département d'État l'a successivement baptisé : infrastructure nationale d'information, infrastructure globale d'information, société globale de l'information.

Dans cette analyse, Armand Mattelart fait apparaître la domination des États-Unis dans la transformation des médias. Les États-Unis ont pris de l'avance sur l'Europe dans la volonté de faire triompher le concept de communication. Ils ont donc convaincu les opinions publiques des pays riches, comme celles des pays en voie de développement. Ils ont mis en place les moyens pour développer la nouvelle révolution économique sans se préoccuper de la démocratie et des différents courants d'opinion qui pouvaient s'exprimer grâce à Internet.

Pour Philippe Breton<sup>12</sup>, nous nous trouvons devant une nouvelle mythologie, le culte d'Internet. Le mouvement contre-culturel, phénomène de masse dans les années 1960 aux États-Unis, et dans différents pays occidentaux a prôné une société basée sur une communauté pacifique au sein de laquelle l'amour et l'altruisme occupent une place importante.

Cette contre-culture a des points en commun avec la mobilisation autour d'Internet. Des centaines de milliers de jeunes utilisant Internet sont également à la recherche d'une société plus fraternelle, plus *communicante*, plus pacifique. En 1950, on *faisait la route* pour donner un autre sens à sa vie, dans une perspective spirituelle et aujourd'hui, on surfe sur les *autoroutes de la communication*. Cette ressemblance s'arrête à ce niveau. En effet, la démarche physique permettait sans doute un contact plus fort entre ceux qui partageaient la contre-culture de 1950, ce qui n'est sans doute pas le cas aujourd'hui.

Une valeur *secondaire* du culte d'Internet est ce qu'il nomme le *jeunisme*, autrement dit, la tendance à exalter la jeunesse, ses valeurs, et à en faire un modèle obligé de tout comportement. Internet serait, selon l'auteur, fait pour les jeunes. Une nouvelle génération pourrait apparaître grâce au numérique, permettant la libération des vieux préjugés. Les *chats* et les *forums* de discussion vont dans ce sens. C'est dans le cadre du jaunisme que l'on trouve l'apologie systématique de la vitesse devenue une nouvelle croyance. Avec le *jeunisme*, les personnes âgées semblent exclues du monde des nouvelles technologies de la communication. Cette analyse était peut-être vraie il y a quelques années. Aujourd'hui, de plus en plus de personnes âgées utilisent modérément Internet et sont équipées d'un téléphone portable.

85

Dominique Wolton complète la position de Philippe Breton en affirmant que la *Société Internet* fait de fausses promesses<sup>13</sup>. Il considère que croire que les réseaux de communication amènent la paix et la compréhension, c'est s'abandonner à l'idéologie technique qui domine aujourd'hui les discours sur le *progrès*. Si certains de ses aspects sont très positifs, la société du *multibranchement* risque aussi de faire éclater la société réelle, en substituant l'individualisme et les relations *à la carte* aux solidarités qu'impliquaient la vie sur un même territoire et le partage de ressources culturelles, sociales, économiques et politiques communes. Selon Dominique Wolton, l'État-Nation serait donc mis en danger par la *Société Internet*.

L'idéologie technologique se reconnaîtrait à la façon de traiter d'adversaire du *progrès*, celui qui remet en cause le sens et l'utilité des nouveaux médias, et réclame une réflexion et des réglementations. Plus il y a de systèmes d'information automatisés, plus il faudrait des lois pour éviter les abus de la cybercriminalité. Selon Dominique Wolton, la loi n'entrave pas la liberté de communiquer ; elle évite, au contraire, de confondre performance technique

et contenu des activités. En fait, la loi n'a aucun impact contre la technologie et le contenu qu'elle véhicule. Seuls, des techniciens et une police efficaces peuvent mettre en oeuvre le contrôle et les exigences de la loi.

Avec Internet, le thème du *village global* développé par McLuhan pour la télévision est à nouveau présent. Malgré le fait qu'une information fait le tour du monde en une seconde, Dominique Wolton affirme que c'est sur moins de 100 kilomètres que les réalités changent. La communication a beau réduire le monde à un petit village, elle ne le rend pas plus rassurant ni plus compréhensible pour les téléspectateurs ou les internautes. Si les chefs d'État et les patrons d'entreprises ne cessent de se déplacer, c'est bien que la rencontre physique reste le seul moyen de maîtriser les relations humaines et pas les réseaux électroniques.

Le *multibranchement* constitue sans doute un progrès, mais dans quel but ? Naviguer ou plutôt *surfer* sur la *Toile* ne constitue ni une preuve d'intelligence ni un progrès de la maîtrise technologique. Internet, souvent reconnu comme un espace de communication (courriels ou forum de discussions) alors qu'il n'est le plus souvent qu'un espace d'expression (les blogs et les sites de mouvements politiques et sociaux qui ne sont pas relayés par les médias traditionnels) et, peut-être surtout, un marché de l'information.

Le temps linéaire des systèmes de communication n'est pas celui des rapports humains et sociaux. Ces systèmes fonctionnent vingt-quatre heures sur vingt-quatre, d'un bout à l'autre de la Terre, préfigurant ce que serait une *société en continu*. De l'autre côté, les individus, comme les sociétés, ne vivent jamais en *temps réel*, terme souvent utilisé par la *Société Internet*.

Toujours selon Dominique Wolton, pendant plus de cent ans, le progrès a consisté à supprimer les intermédiaires, qui étaient autant de freins à la liberté des hommes. Aujourd'hui, c'est chose faite et, grâce aux techniques, chacun, de chez lui, au travail, à l'école, en vacances, peut directement accéder à tout. C'est le règne du *Do it yourself*. Réintroduire des intermédiaires devient alors une nécessité, car plus une

86

société est complexe, interactive, ouverte, et plus ils sont indispensables. Sur la base de cette analyse, on pourrait considérer Internet comme la plus grande bibliothèque du monde. Cependant, les bibliothécaires sont partis, en coupant la lumière et en mélangeant les fiches qui permettent de retrouver les ouvrages en rayon. Il faut donc faire appel à des systèmes automatisés comme les moteurs de recherche pour nous aider à nous y retrouver. Ceux-ci sont-ils cependant plus efficaces que les bibliothécaires ?

La communication du *village globalisé* peut devenir une cause d'antagonisme, voire de haine car, dans un monde où tout circule, elle met encore plus en évidence les différences. Supporter autrui est beaucoup plus difficile quand il est proche et visible que lorsqu'il est lointain et peu visible.

Dans ce que l'on peut qualifier de société de l'Information, il y a beaucoup de laissés-pour-compte. La *fracture numérique* illustre ce constat. En juillet 2000, le G8, réuni à Okinawa en présence de responsables des grandes firmes de l'informatique, rendit publique une charte de la société globale de l'information. Prenant acte de l'existence d'une *fracture numérique*, il mit en place le groupe d'experts sur l'accès aux nouvelles technologies (Geant). Au sommet du G7 à Bruxelles, en 1995, le thème de la fracture numérique n'avait même pas été effleuré. Entre-temps, il y avait eu l'irruption du mouvement social mondial à l'occasion de la conférence de l'OMC à Seattle fin 1999. Ce mouvement s'est développé en partie grâce à Internet. Les échanges et la mobilisation des altermondialistes se sont réalisés, en partie, via Internet.

En 1998, l'accord de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) sur l'ouverture des marchés des télécommunications à la concurrence favorisa les concentrations imbriquant les opérateurs des réseaux et les industries de contenu. La fusion d'*America Online-AOL* avec le géant *Time Warner*, en janvier 2000, en fut le grand symbole. En 2002 et 2003, les résultats de *AOL-Time Warner* furent catastrophiques, essentiellement à cause d'Internet. La société décida dès lors de reprendre le nom de *Time Warner*, axé sur le secteur audiovisuel, vache à lait de la nouvelle société.

Dominique Wolton insiste enfin sur le fait qu'il ne faut pas accepter le stéréotype actuel : *C'est vrai parce que c'est sur le Net*. Il n'invente rien puisque ce fut le même discours pour la radio et la télévision. Comme si le système technique rendait, par nature, vraies les informations qui y circulent. En fait, l'enjeu est moins la liberté individuelle que nous croyons trouver sur ces médias, nouveaux ou anciens, que la préservation des conditions de l'identité collective, rôle éminent de l'État-Nation. Cette approche peut être critiquée. Pourquoi l'État-Nation devrait-il être préservé ?

3. La globalisation<sup>14</sup> de la communication par les États-Unis d'Amérique ou les grandes puissances économiques développées

Les acteurs politiques et économiques ont imaginé une série de scénarios afin d'utiliser les médias pour convaincre ou fédérer le citoyen et le consommateur tant au niveau national qu'international. Dan Schiller<sup>15</sup>, souligne que la *communication est une affaire d'État pour Washington*. Pour lui, elle serait l'élément central de toute politique aux États-Unis, particulièrement à l'égard des autres pays du monde. La communication

87

ne servirait pas uniquement de support direct à un discours politique ou économique identifiable. Elle serait un outil de divertissement, conduisant à l'intégration du modèle culturel et social américain, l'*American Way of Life* dominant. John Foster Dulles, Secrétaire d'État du Président Eisenhower de 1953 à 1959 a développé cette idée. Il plaça la communication (films, télévision, communication politique, etc.) comme élément essentiel de la politique étrangère des États-Unis. Les médias audiovisuels comme le cinéma, la télévision et aujourd'hui Internet ont, en tout ou en partie, servi cette stratégie qui a été copiée, dans une moindre mesure, par les États tant démocratiques qu'autoritaires disposant d'une identité culturelle, sociale et politique forte et d'une stratégie de développement économique. Par l'image et le son, ces différents supports ont diffusé des messages qui ont surtout agi sur le cerveau émotionnel.

Dan Schiller met également en évidence le raz-de-marée spéculatif des innovations technologiques des années 1995 à 2000 dans le domaine des télécommunications<sup>16</sup>. Après la Seconde Guerre mondiale, la politique des États-Unis, visant à « endiguer » le socialisme à la soviétique, avait vu dans les télécommunications un rempart à renforcer aussi vite que possible pour parer ou attaquer la menace rouge. Sous l'occupation militaire américaine, les systèmes allemand et japonais de l'époque furent donc mis en place non pas sous la forme d'entreprises privées, mais comme une résurrection des PTT d'antan. L'objectif de la défense politique de ces deux pays aux frontières du monde communiste était prioritaire sur la liberté des chaînes privées de développer une activité commerciale. Les télécommunications vont devenir en Europe une industrie aux frontières bien délimitées, dont les modes opératoires resteront étroitement contrôlés par les États.

Le capitalisme numérique<sup>17</sup> va se développer essentiellement après la fin des régimes communistes en Europe. Il s'appuiera de plus en plus sur les réseaux pour son fonctionnement quotidien, et il tendra à introduire les mécanismes du marché dans un nombre croissant de secteurs à forte intensité d'information. Les principaux consommateurs de télécommunications étant pour la plupart des firmes transnationales, les pressions visant à généraliser le modèle américain se multiplient rapidement.

Mais il faudra en effet attendre les bouleversements mondiaux de la fin des années 1980 et de la décennie suivante – qui virent l'écroulement du socialisme soviétique et la conversion de la Chine au capitalisme sans l'abandon de la dictature sur le plan politique – pour que le capitalisme transnational en réseaux se développe à une échelle réellement planétaire. Il s'ensuivit une explosion spectaculaire des fusions et acquisitions transfrontières. Le montant de ces opérations passa de moins de 100 milliards de dollars en 1987 à 11 400 milliards de dollars (en dollars constants) en 2000<sup>18</sup>. Cette restructuration de la propriété du capital transforma les marchés et les systèmes de production jusqu'alors intégrés à l'échelle nationale en un « marché global des biens et des services » et en un système de production internationalisé, où les entreprises disposent d'un marché de plus en plus planétaire. Avec 48 % des entreprises transnationales dont le siège est installé aux États-Unis, les Américains vont le plus profiter de ce système, devant l'Union européenne qui n'abrite que 28 % de celles-ci.

88

La presse écrite, l'édition et le cinéma sont des médias à contenu sans technologie, facilement contrôlable par le pouvoir politique national. Les télécommunications classiques sont des médias technologiques sans contenu, sauf celui que les utilisateurs construisent lors de chaque dialogue. Dans ce cas, le pouvoir de contrôle politique peut être plus ou moins important, surtout dans un régime de monopole. La radio et la télévision, médias technologiques à contenu, sont devenus les instruments privilégiés de la classe politique de chaque État pour s'exprimer auprès des citoyens, en utilisant la plupart du temps des technologies confinées à l'intérieur des frontières nationales. En revanche, Internet et la téléphonie mobile sont des médias intégrateurs de tous les médias *autrement dit des « tuyaux »* et personnalisés, isolant le citoyen et le consommateur face à la communication commerciale et politique, nationale et internationale. La communication internationale domine. Cette situation est essentiellement due à la privatisation généralisée des télécommunications, premier support d'Internet et de la téléphonie mobile, après la fin de la confrontation idéologique entre l'Est et l'Ouest, c'est-à-dire dans le courant des années 1990. Les États ne disposant pas des moyens financiers pour suivre ce mouvement, c'est le grand capital international, essentiellement américain, japonais, britannique, français ou allemand qui ont profité de cette aubaine. Cependant, les plus

importantes entreprises transnationales de ce secteur, principalement concentrées aux États-Unis ont permis de prendre directement ou indirectement le contrôle de la communication planétaire.

On ne connaît guère de précédent historique aux bouleversements qui vont alors transformer le monde des télécommunications. En 1999, 90 des 189 membres de l'Union internationale des télécommunications avaient totalement ou partiellement privatisé leurs opérateurs, 18 les avaient complètement privatisés et 30 envisageaient de le faire. Ce processus a facilité l'accès des opérateurs transnationaux aux marchés locaux. Ils étaient les seuls à offrir des sommes correspondantes à l'enthousiasme des années 1990 à l'égard de l'*e-economy*. À titre d'exemple, au début de l'an 2000, selon l'*UIT*, la société Microsoft avait une capitalisation équivalente au Produit Intérieur Brut de l'Espagne et *AOL-Time Warner*, une capitalisation équivalente au Produit Intérieur Brut de la Belgique. Vodafone, le géant britannique de la téléphonie mobile, utilise le cours très élevé de son action pour réaliser 300 milliards de dollars d'acquisitions, qui lui permettent de revendiquer des millions de clients dans 29 pays, dont la Belgique. En effet, l'actionnaire privé de référence chez Belgacom Mobile (Proximus) est Vodafone. Les réseaux intégrés gérés par des *champions nationaux* commencent alors à être dépassés par les opérateurs transnationaux, autant en termes de taille que par l'étendue des services proposés. Partout dans le monde, après des décennies de développement au ralenti, les réseaux filaires sont rapidement modernisés et agrandis, et le nombre de téléphones explose. En tout juste dix ans, de 1994 à 2004, celui des téléphones portables passe de quelques dizaines de millions à plus d'un milliard.

Le développement d'Internet n'a fait qu'intensifier cette mêlée générale des opérateurs. La nécessité d'avoir une *stratégie Internet* devenait le slogan à la mode dans les conseils d'administration. Pas seulement chez les opérateurs, mais pratiquement dans tous les secteurs d'activité, investir dans Internet à n'importe quel

89

prix et pour n'importe quel objectif faisait figure à bon compte de vision stratégique. Et le développement des infrastructures de télécommunications censées acheminer le trafic important d'Internet justifiait de nouveaux investissements spectaculaires. Les progrès technologiques et les investissements spéculatifs avaient multiplié par 500 la capacité des réseaux internationaux en cinq ans, entre 1994 et 1999.

Comme on pouvait s'y attendre, la demande ne suivit pas. L'éclatement de la bulle spéculative du Nasdaq, en avril 2000 mit une fin provisoire à l'espoir de voir la *Société Internet* devenir le moyen de relancer l'économie mondiale.

Avec le développement de la téléphonie mobile et l'apparition de la troisième génération, donnant accès à Internet et à la télévision, l'explosion des connexions Internet en Asie et la croissance du nombre d'abonnés au téléphone portable dans la même région, ont relancé la problématique de la domination des grands États et des grands groupes de communications.

#### 4. Le pouvoir face aux capacités d'Internet

La culture du tout à l'écran, la tendance à la convergence technologique, via notamment la téléphonie mobile de troisième génération, la domination de certaines entreprises américaines dans la gestion d'Internet sont à l'origine de la globalisation et de l'isolement du citoyen et du consommateur. Cet isolement se manifeste par le développement des télévisions numériques et les multiples programmes diffusés par voie hertzienne, par le câble et le satellite, les forums, les *chats* et la croissance du phénomène des blogs<sup>19</sup>. Ils sont le signe d'une société post-moderne au sein de laquelle la disparition des solidarités et de l'identité nationale peuvent mettre en cause l'État et peut provoquer un manque de confiance toute forme de pouvoir. Le citoyen connecté voudrait tout contrôler par lui-même. Certains se déconnectent volontairement de la réalité en se branchant sur Internet. Ils deviennent parfois les victimes de la cybercriminalité. En Belgique, en particulier, les décisions politiques dans le domaine audiovisuel pourraient être mises en difficulté avec l'apparition de nouveaux acteurs nationaux ou internationaux qui ne sont plus sous le contrôle direct des institutions compétentes.

##### A. La démocratie électronique

Selon Thierry Vedel<sup>20</sup>, les potentialités politiques d'Internet sont en principe nombreuses. Le réseau mondial peut contribuer à une meilleure information des citoyens et à une plus grande transparence de l'action publique. Elle favoriserait une communication et une politique alternatives. Quatre avantages principaux de la *démocratie Internet* peuvent être dégagés :

- La diminution des coûts de diffusion de l'information permettait de mettre à la disposition des internautes une diversification des sources d'information, des réseaux échappant par leur caractère mondial au contrôle des autorités politiques et un accès direct à l'information primaire, sans intervention de médiateurs susceptibles d'en transformer le sens. Le concept de liberté est présenté par Thierry

Vedel qui insiste sur la capacité de chaque citoyen et chaque consommateur de faire la critique des informations qu'il trouve sur les réseaux. Cette façon de voir est peut-être idéaliste et s'oppose à la position de Dominique Wolton qui regrette la disparition du médiateur. En ce qui concerne le coût, cela semble pourtant vrai. L'UIT a montré en 1997 que l'envoi d'une quarantaine de pages entre Tokyo et New York coûtait 7,4 \$ par avion et mettait 5 jours pour arriver à destination. Par courrier express et toujours par avion, le coût montait à 26,25 \$ et mettait 24 heures pour arriver à destination. Par fax, le coût montait toujours et atteignait 28,83 \$ et arrivait au destinataire en 31 minutes. En revanche par e-mail, le temps se réduisait à 2 minutes et le coût, au lieu d'augmenter chutait à 0,095 \$.

- La mobilisation et l'action politiques sont facilitées par la réduction de certaines entraves comme le manque de temps et les distances entre les individus. Cette possibilité technique permettrait, selon l'auteur, une plus grande mobilisation politique et civique entre des personnes dispersées. On retrouve cette mobilisation et cette action parmi les altermondialistes.
- Internet pourrait également constituer des lieux de débats et devenir des forums ouverts aux courants d'opinion mal ou pas représentés dans l'espace public traditionnel. Il rappelle qu'en France, au début de 1998, l'Accord multilatéral sur l'investissement (AMI) de l'OCDE avait échappé à l'attention des médias traditionnels et c'est, en partie, via Internet que plusieurs citoyens français se sont mobilisés contre l'adoption du texte. C'est également le courant altermondialiste qui se trouvait déjà derrière cette mobilisation par Internet. Les groupes d'intérêts idéologiquement proches ou défendant des causes voisines tendraient à relier par-delà les frontières leurs sites web en *anneaux*, une pratique qui pourrait favoriser l'émergence d'une société civile internationale.
- Enfin, Internet pourrait mettre plus facilement en contact les gouvernants et les gouvernés. La plupart des partis politiques des pays industrialisés ont aujourd'hui mis en place un site Web, mais leurs applications restent limitées. Cependant, à titre de comparaison, si 53 millions de Français regardent la télévision tous les jours pendant plus de 3 heures, comprenant le divertissement, les journaux télévisés et les débats en période électorale, le site de Jacques Chirac avait été consulté par 800 000 visiteurs avant le premier tour des élections présidentielles de 2002, ce qui représente 1,5 % du taux de pénétration de la télévision. Le contact semble peut-être privilégié mais pour un petit nombre comparé à la télévision. En généralisant, Internet ne touche pour l'instant qu'une minorité de la population de la planète. Il y a donc une fracture numérique, non seulement entre les pays riches et les pays pauvres, mais au sein même des sociétés développées, entre les jeunes et les personnes plus âgées, entre les intellectuels et la classe ouvrière et entre ceux qui ont les moyens de s'équiper et ceux qui trouvent qu'il est encore trop coûteux de s'abonner à Internet.

Thierry Vedel, s'il fait apparaître les avantages potentiels de la démocratie électronique, considère qu'il y a aussi des dangers. La transparence des processus de

décision est souhaitable car elle permet aux citoyens d'en contrôler la régularité et l'adoption de certaines décisions. Cependant, un relatif secret permet aux discussions de se dérouler dans un climat moins passionné et d'aboutir à une décision sans avoir mis le débat sur la place publique. C'est le principe même de la démocratie représentative. Nous votons à intervalles réguliers pour des personnes à qui nous avons donné un mandat et nous devons leur faire confiance. Avec la démocratie électronique, la responsabilisation des hommes et des femmes politiques serait remise en cause par des citoyens qui, de plus en plus nombreux, déserteraient les bureaux de vote. Internet serait considéré comme une réponse à la crise de la démocratie que la plupart des pays démocratiques vivent. Cependant, avec Internet et sa vitesse, ne risque-t-on pas de voir apparaître une *démocratie à chaud*, dans laquelle les citoyens seraient appelés à prendre en permanence et sans recul des décisions sur toutes sortes de problèmes et qui, en fin de compte, serait propice au populisme, à la démagogie ou à la manipulation ?

### B. Le tout à l'écran

La civilisation médiatique actuelle pourrait se caractériser par le *tout à l'écran*. Entre l'écran de cinéma, de télévision, de l'ordinateur, du téléphone portable, des jeux vidéos, des lecteurs de DVD portables, des systèmes de guidage des automobilistes dans la recherche de leurs stations de radio préférées ou de l'endroit où ils doivent se rendre, le citoyen et le consommateur en arrivent de plus en plus à médiatiser ses relations humaines, en plaçant une *machine* entre le monde et lui.

L'ensemble des citoyens et des consommateurs, surtout les jeunes, ont pris l'habitude de passer d'un écran à l'autre pour leurs activités professionnelles, leurs divertissements et leurs relations interpersonnelles. La convergence

des usages n'est pas encore entrée dans les mœurs. Chacun utilisera prioritairement l'ordinateur pour son travail, le cinéma et la télévision pour ses divertissements, son téléphone portable ou son ordinateur pour ses relations interpersonnelles et s'isolera pour jouer contre ou avec une machine. Même si l'ordinateur offre des sites de divertissement plutôt actifs, la télévision domine encore très largement avec un comportement plutôt passif du citoyen et du consommateur.

Au sein de l'Union européenne, la télévision équipe entre 95 % et 99 % des foyers et chaque Européen regarde la télévision plus de deux à trois heures par jour. Le nombre de foyers connectés à Internet se situe entre 25 % et 60 %. Enfin, le nombre d'abonnés au téléphone portable dépasse souvent 80 % des habitants de chaque pays. Dans le cas du téléphone portable, en particulier, l'évaluation se mesure en personne et dans les autres cas en ménages. C'est pour cette raison que le téléphone portable pourrait devenir plus facilement l'outil de la convergence des usages pour les consommateurs.

Le choix important qui est offert par les divers fournisseurs de services permet à chaque citoyen et à chaque consommateur de se brancher sur le site pour consulter le programme ou les jeux qu'il désire utiliser. Le divertissement domine. À titre d'exemple, il n'est pas rare de voir les jeunes passer des heures sur les sites de *chats*, leurs SMS ou leurs consoles de jeux vidéos. Entre 2000 et 2002, le nombre de SMS échangés dans le monde est passé de 15 à 320 milliards<sup>21</sup>. Les jeunes utilisent un langage particulier

92

dont le vocabulaire pourrait être codifié afin de comprendre si nous assistons à la naissance d'une nouvelle langue. Malgré l'habitude dans l'utilisation de la télévision, nous pouvons nous demander s'ils sont encore capables de comprendre le vocabulaire simple des journaux télévisés qui sont la première source de connaissance de l'actualité. D'autre part, dans les entreprises ou même entre amis, il n'est pas rare d'utiliser l'e-mail pour communiquer entre deux bureaux qui sont un à côté de l'autre. Les jeunes s'envoient des SMS, alors qu'ils sont physiquement proches les uns des autres. Il est peut-être plus facile d'utiliser ces outils car ils permettent de communiquer sans avoir la réaction directe et physique de son interlocuteur. De cette manière, chacun s'isole et renforce sa dépendance à l'écran et à la possibilité d'être manipulé par une information réductrice ou des messages commerciaux qui le poussent à consommer. Cependant, de nouvelles techniques comme l'infrarouge, installé sur les téléphones portables, les obligent à nouveau à se rapprocher pour s'échanger des données ou des images, par exemple. Plusieurs psychologues disent souvent que la télévision est devenue la *baby sitter* des familles. Internet et les jeux vidéos deviendraient petit à petit l'éducateur des adolescents.

La réalité virtuelle a pourtant une vertu. Elle permet de rapprocher des personnes qui sont très éloignées les unes des autres. Les jeunes comme les moins jeunes peuvent communiquer plus fréquemment avec leurs amis et, au contraire, ne pas perdre le sens de la réalité. S'ils devaient se déplacer chaque fois qu'ils veulent bavarder avec un ami ou utiliser le téléphone pour communiquer, le coût serait plus élevé que d'échanger, via Internet, sans limitation de temps lorsqu'ils disposent d'un forfait mensuel.

### *C. Internet est surtout un média qui favorise les multinationales*

En s'appuyant sur les thèses d'Armand Mattelart, Philippe Breton et Dominique Wolton, Internet semble être un média comme les autres. Certains d'entre eux considèrent même qu'il ne s'agit pas d'un média à proprement parler mais d'un *gros tuyau* dans lequel tous les moyens d'expression et de communication peuvent circuler. Comme à l'apparition de probablement chaque nouvelle technique, de nombreux observateurs ont envisagé la disparition des autres médias. Cela n'a pas été le cas. Ce ne le sera pas plus dans le cas d'Internet.

Thierry Vedel insistait sur la suppression des distances et Pierre Bourdieu, sur la vitesse qui est un moyen de manipuler l'ensemble des citoyens et des consommateurs qui sont internautes. Ce média serait, selon eux, beaucoup plus puissant et plus destructeur que les autres. La virtualité, issue de la communication à distance à travers le monde, et la rapidité, qui permet à chacun d'obtenir l'ensemble des données par un simple *clic* sont les principaux éléments novateurs d'Internet. Grâce à lui, certaines multinationales réalisent de plantureux bénéfices et permettent d'inventer de nouvelles applications qui mobilisent les amateurs de nouvelles technologies. C'est le cas de Microsoft qui dispose d'un *quasi* monopole dans les systèmes d'exploitation et les logiciels des ordinateurs et des accès à Internet. C'est aussi le cas de Google qui est devenu le moteur de recherche le plus visité et le *néo-bibliothécaire* automatisé de la *Toile*.

93

Les journalistes des autres médias utilisent de plus en plus souvent Internet pour alimenter leurs commentaires dans la presse écrite, à la radio et à la télévision. En se rendant sur les sites des gouvernements français, belge ou

allemand, par exemple, ils ont l'impression qu'ils sont en contact direct avec la réalité sans devoir se déplacer et sans devoir enquêter personnellement sur un sujet concernant ces gouvernements. Le rôle de journaliste d'investigation aurait donc tendance à s'estomper au profit d'un journalisme de l'événementiel, basé sur des sources obtenues rapidement mais sans contrôle approfondi.

Les données sur Internet sont pourtant partielles et évolutives. Il s'agit sans doute du point fort comme de la faiblesse la plus importante d'Internet. Chaque internaute trouvera vite les dernières nouveautés dans tous les domaines, mais la mise à jour et la suppression de données plus anciennes empêcheront les sites d'être complets et fiables pour un chercheur qui se croit en face d'un moyen d'information absolu. L'absence de données antérieures à l'apparition d'Internet peut provoquer une forme de cécité historique. L'objectivité n'est donc pas plus assurée sur ce média que sur les autres. Avec les projets de Google ou de Yahoo, la volonté de mettre en ligne des millions d'ouvrages scannés dans les Universités a pour objectif de répondre à cette critique<sup>22</sup>.

Les sites ne sont pas hiérarchisés. Pour un néophyte, il est parfois difficile de réaliser une recherche complète, utiliser les moteurs de recherche dont la présentation des résultats est réalisée de telle façon que certains sites peu fiables apparaissent avant ceux qui présentent les garanties scientifiques, de sérieux ou des organes et institutions officielles diverses. Sans médiateur et avec de puissants moyens de positionnement, la communication est encore plus présente sur Internet. Les sites les plus souvent consultés et les plus longuement utilisés sont les moteurs de recherche qui nous donnent simplement un accès à des sites *matières*. C'est pour cette raison que le travail sur Internet est souvent comparé à un *surf* et qu'il peut parfois aboutir à un échec dans une recherche sérieuse. Cela dépend de l'internaute comme de l'utilisateur d'une bibliothèque qui n'utilise pas correctement les services du bibliothécaire.

Si une certaine forme d'interactivité est apparue avec Internet, elle est limitée. Il est impossible en consultant les sites proposés d'en modifier le contenu. Seule, l'intégration d'un système de réaction via *courriel* peut donner à l'internaute une possibilité de réagir plus facilement et d'influencer éventuellement les propriétaires du site à l'égard des informations qu'ils fournissent.

Cette recherche d'information demande finalement un effort important qui peut être compensé par l'utilisation d'un journal quotidien, de la radio ou de la télévision qui ont trié les événements à diffuser, à la place du citoyen et du consommateur et qui servent ainsi de médiateurs.

Les multinationales ont certainement été le moteur du développement de la société de la communication, via Internet. Cependant, à l'origine, Internet avait un objectif politique durant la guerre froide sous le nom d'Arpanet, système de communication militaire américain pour la gestion du feu nucléaire. Dans un deuxième temps, Internet devenu civil, devait servir à l'échange d'informations scientifiques entre chercheurs.

94

Cependant, la stratégie géopolitique globale favorise les multinationales. Ces grandes entreprises peuvent tenter d'imposer un mode de vie unique, une culture d'entreprise globale pour le personnel de toutes les filiales et une culture mondiale pour les consommateurs. La communication rapide, via Internet, pouvait les y aider. À ce niveau, les États-Unis sont en position de leader, par la taille de leur marché naturel et par les bonnes relations qui existent entre le pouvoir politique et ces entreprises transnationales. C'est à ce niveau qu'il est possible de parler d'un véritable empire américain.

Il n'est donc pas étonnant que ce soit aux États-Unis qu'Internet se soit le plus rapidement développé et que l'anglais soit la langue la plus utilisée sur Internet. En septembre 2000, 50 % des Internautes dans le monde utilisaient l'anglais et ils étaient encore 36 % en septembre 2002<sup>23</sup>. Les choses changent avec la Chine. Le mandarin est devenue la deuxième langue la plus utilisée sur Internet. En septembre 2000, les Internautes parlant chinois étaient 7,6 % dans le monde contre 12,1 % en septembre 2002. En 2001<sup>24</sup>, les États-Unis étaient le siège de **74,8** de **106,2** millions de serveurs, centres d'accueil des sites et des connexions d'ordinateurs, pour seulement ~~18,5~~ **5,4** millions ~~en Europe en Allemagne, en Grande-Bretagne et en France,~~ et ~~8,1~~ **7,1** millions ~~au Japon en Asie.~~

Les analystes en économie et en technologie ont placé ce média dans le cycle des révolutions économiques ou industrielles. La première révolution industrielle était celle de la machine à vapeur et de la mécanisation. La deuxième révolution industrielle était celle de l'électricité. La troisième révolution industrielle devait être celle de l'information, de la communication et du multimédia.

#### *D. La cybercriminalité*

En 2003, les Internautes dans le monde étaient environ 634 millions pour 500 millions en 2001<sup>25</sup>. Les citoyens connectés du monde ont développé un système d'échanges et de discussions, parfois sous couvert d'anonymat, à

travers le monde, via le courriel, les forums de discussions et le système plus rapide de *chats*. Des contacts licites ou illicites se sont noués et ont permis le développement de nouvelles amitiés mais, également de réseaux criminels et terroristes en tout genre. La phase suivante fut la construction de sites alternatifs exprimant l'opinion de groupes de citoyens du monde en toute liberté. Internet est devenu le moyen de diffuser ses opinions sans devoir dépendre des médias de masse. Il s'agit, dans ces deux cas d'une réaction à la domination de l'influence commerciale des multinationales et la naissance d'une nouvelle action politique internationale et donc à une amorce de démantèlement ou de superposition de solidarités et d'identités nationales.

Les groupes terroristes ou intégristes ont utilisé Internet pour communiquer entre eux à travers le monde en utilisant des codes, difficiles à comprendre pour les services de sécurité nationale qui ont compris, en ordre dispersé les nouvelles applications illicites d'Internet. Le manque de législation internationale efficace face à un phénomène mondial a souvent placé les services de police devant la difficulté de surveiller la *Toile* et d'instaurer un système de *veille* Internet pour tenter de repérer les sites et les échanges litigieux dans une série de domaines, la pédophilie, le blanchiment d'argent,

95

la mise en place de cellules terroristes, etc.

Les États-Unis et leurs alliés anglo-saxons ont sans doute été les mieux placés pour surveiller tous ces échanges, grâce au programme *Echelon*, programme d'écoute de tous les messages envoyés par téléphone mobile ou grandes lignes téléphoniques internationales par câbles sous-marins ou par satellite, fax, e-mails ou Internet. Plus de 90 000 personnes seraient employées par la *National Security Agency* (NSA) aux États-Unis, en Grande-Bretagne, en Australie, en Nouvelle Zélande et même en Allemagne et au Japon afin de capter plus de 3 milliards de communication par jour et de trier par des centres d'écoutes où seraient placés des ordinateurs puissants capables de ne retenir que quelques messages importants pour la Sécurité des États-Unis, mais également de tous ceux qui y feraient appel. Soyons clair, la vérité sur *Echelon* est difficile à établir car nous nous trouvons dans la zone opaque des services secrets et face à l'absence de volonté des pays occidentaux de critiquer les États-Unis car ils auraient eu souvent recours à leurs informations et que de leur côté, ils disposeraient de systèmes moins développés mais équivalents. Ce système d'espionnage a pourtant été largement critiqué pour son manque d'efficacité dans les attentats du 11 septembre 2001. Cette critique n'est peut-être pas justifiée car il semblait incroyable pour les autorités américaines de croire éventuellement à des informations sur un attentat de ce type.

#### *E. Le phénomène des blogs*

Francis Pisaniz<sup>6</sup> décrit la folie des blogs. La formule selon laquelle la première victime de la guerre est la vérité sera-t-elle démentie par Internet ? Grâce à la *Toile*, l'accès à d'autres vérités, à d'autres opinions, est maintenant possible. Pendant la guerre d'Irak, 55 % des Américains ont échangé des courriels se rapportant au sujet. Un nombre non négligeable de personnes ont consulté d'autres sources d'information que les médias traditionnels. La *BBC* britannique, jugée plus objective, a vu les consultations de son site, à partir des États-Unis, augmenter de 47 %, et The Guardian, plus critique, voyait les siennes croître de 83 %. Les passionnés d'Internet ont été souvent mis, grâce aux blogs, sur la piste d'informations que les grands médias leur dissimulaient.

Les blogs sont des journaux personnels en ligne, tenus au moyen de logiciels simples qui permettent de taper un texte sur l'ordinateur et, une fois qu'on est connecté, de l'envoyer instantanément pour qu'il s'affiche sur une page Web entretenue à cet effet. Les blogs mélangent volontiers informations et opinions, et sont souvent accompagnés d'un lien à une source originale, à un autre blog ou à un article que le *bloger* commente ou signale à son public. Le premier blog reconnu comme tel remonte au 7 octobre 1994, et il est attribué à Dave Winer, programmeur et développeur d'un des logiciels les plus couramment utilisés (Manila).

Les warblogs, ou  *carnets de guerre* , sont nés après le 11 septembre 2001 à l'initiative de commentateurs conservateurs qui voulaient une approche encore plus patriotique que celle des grands médias jugés *libéraux*, c'est-à-dire trop à gauche. Plusieurs journalistes, présents ou non en Irak, ont aussi tenu leurs warblogs. Par exemple, Kevin Sites, de CNN, a été obligé d'interrompre le sien sur ordre de sa chaîne.

96

Selon CNN, il faisait trop de concurrence au média audiovisuel d'information.

Le nombre de personnes qui consultent les blogs ne serait pas considérable. Ils ne sont pas encore une source d'informations et de commentaires pour la majorité des usagers. Ils sont surtout un moyen d'expression des citoyens et des consommateurs, isolés derrière leur écran d'ordinateur, *en particulier les adolescents*. Si l'objectivité de la presse est souvent considérée comme impossible, dans le cas des blogs, une correction aux manquements des médias

traditionnels peut s'établir. Une autre analyse fait apparaître au contraire une vision paranoïaque des événements, projetant une image de méfiance à l'égard des institutions, particulièrement politiques.

Le phénomène des blogs n'est plus ignoré par le monde politique. Lors des dernières élections présidentielles américaines, il y avait autant de journalistes que de *bloggers* accrédités auprès des Conventions démocrates et républicaines.

Le poids des blogs est en partie lié à leur influence sur les journalistes. Ils ont déjà obligé les médias à prendre en compte des affaires *qui ne sortaient pas*, de carnets de bord ou d'un mélange de tout cela que les intéressés écrivent au jour le jour, voire d'heure en heure. Ils peuvent être individuels ou collectifs. La forme est encore en train de se chercher à l'intersection de l'intime et du public. Elle se complique tous les jours avec l'apparition, par exemple, de photoblogs ou des moblogs, les blogs mobiles que l'on peut alimenter par la voix, l'image ou des textes de type SMS mis en ligne depuis un téléphone portable.

Le phénomène se situe dans le droit fil de ce qui est la qualité principale de la *Toile* : la communication *many to many*, ou horizontale, comme la messagerie électronique et les messageries instantanées.

Selon une étude datant de juillet 2005, 80 000 blogs sont créés chaque jour<sup>27</sup>. Si en mars 2005, il y en avait, 7,8 millions dans le monde, ils étaient évalués à 14,2 millions en juillet 2005. Il s'agit d'un phénomène relativement important pour un moyen d'expression qui attire peu d'internautes. Cependant, ces blogs expriment un certain malaise de la société post-industrialisée favorisant l'individualisme et la destruction progressive de sociétés structurées modernes en sociétés post-modernes.

#### F. La puissance des moteurs de recherche

Pierre Lazuly<sup>28</sup> insiste sur l'importance des moteurs de recherche. La *Toile* ne susciterait plus, selon lui, ni grandes angoisses ni envolées lyriques. Tout est là, à portée de souris, dans les mémoires gigantesques des moteurs de recherche... Mais quels sont leurs critères de choix ? Quels biais introduisent-ils dans les représentations ?

Internet, avec ses 3 milliards de pages, est souvent décrit comme la plus complète des encyclopédies avec des outils qui savent répondre dans la seconde à la moindre de nos interrogations. Les moteurs de recherche sont si performants qu'il suffit de quelques mots épars pour retrouver une information quand la mémoire nous fait défaut.

Ces outils incontournables sont, paradoxalement, de moins en moins nombreux. Seules quatre entreprises américaines parviennent encore à proposer à un public mondial

97

un service de qualité, à savoir Google, Yahoo, MSN et AOL.

Avant de pouvoir guider les internautes dans l'immensité de données croissantes, il faut parcourir la *Toile* avec des milliers d'ordinateurs et répertorier l'information disponible. Mais il faut surtout savoir en extraire les pages les plus pertinentes. C'est cette capacité, l'*intelligence* du moteur de recherche, qui en fera ou non le succès. Google l'a prouvé, en devenant en moins de trois ans le moteur de recherche le plus employé au monde. Son approche novatrice, via ses algorithmes, lui permettrait de proposer, dès la première page de résultats, l'information recherchée.

Ce sont deux étudiants en informatique de l'université américaine de Stanford, Sergey Brin et Larry Page, qui sont à l'origine de Google. Ils ont suivi leur intuition. Un moteur de recherche basé sur l'étude mathématique des relations entre les sites produirait de bien meilleurs résultats que les techniques rudimentaires employées à l'époque. Persuadés que les pages les plus « pertinentes » sont celles qui seraient les plus fréquemment citées, en quelque sorte un marketing orienté client, ils décident d'en faire leur projet d'études et posent les bases d'un moteur plus *mathématique*, qu'ils baptiseront Google à la création de leur entreprise, en septembre 1998. Pour eux, ce système est démocratique car il permet de trouver les sites les plus souvent cités.

Le bouche-à-oreille fonctionna. Les initiés encourageaient leurs amis à utiliser ce moteur *génial*, et Google allait passer de 10 000 requêtes par jour, début 1999, à plus de 200 millions au printemps 2003. 53 % des requêtes mondiales lui sont désormais confiées, au point que nombre de ses 70 millions d'utilisateurs en viennent à assimiler l'Internet tout entier à cet incomparable outil<sup>29</sup>.

La suprématie de Google n'est cependant pas sans soulever de réelles interrogations. Comment ce moteur de recherche si *génial* peut-il choisir les dix *bonnes* réponses ? Comme tout moteur de recherche, l'outil souffre en premier lieu d'une limitation importante. Il ne peut proposer que l'information offerte au grand public. Cette remarque est vraie également pour un livre ou la presse écrite. Or, si le nombre total de pages accessibles ne cesse de progresser, certaines sources institutionnelles ont volontairement appauvri leurs sites. Au lendemain du 11 septembre

2001, des sites officiels américains ont ainsi été expurgés de données *sensibles*. Les éditeurs en ligne sont de plus en plus nombreux à réserver leurs articles à leurs seuls abonnés. Cette stratégie, visant à réaliser quelques recettes supplémentaires, a toutefois un revers, leur disparition de la *Toile*. Les sites isolés, sans lien hypertexte, demeurent ainsi peu visibles, sans *légitimité*.

#### G. La télévision numérique en Belgique et le phénomène de convergence technique

La Communauté française, par sa composition démographique et son développement économique est plus pauvre que la Communauté flamande. Le secteur audiovisuel est de la compétence exclusive des Communautés. Les moyens de la Flandre pour aider ce secteur à se développer sont plus importants tant au niveau public qu'au niveau privé. Pourtant, c'est en Communauté française que l'offre de télévision est la plus importante et que le développement de la télévision à péage s'est réalisé en premier

98

lieu. Canal +, aujourd'hui remplacée par une société belge Be Tv, a lancé la télévision numérique et la télévision à la demande. Cependant, la société de télécommunications, Belgacom, s'est également lancée récemment dans ce créneau. Au mois de juin, elle obtenait les droits de retransmission des matchs de football, privant ainsi Be Tv d'une source importante d'abonnements. Au mois de juillet, Belgacom TV devenait réalité en proposant des services de télédiffusions et de la télévision à la demande. Le risque est grand pour Be Tv. Pourra-t-elle concurrencer Belgacom TV ?<sup>30</sup>. La situation est plus grave encore sur le plan institutionnel et politique. Belgacom dépend de la compétence de l'État fédéral. En entrant dans le secteur audiovisuel, via Internet, il a dû demander une autorisation comme télédiffuseur et comme éditeur de service auprès du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel de la Communauté française. Par le moyen de diffusion utilisé, le CSA aura-t-il les moyens de faire respecter la législation audiovisuelle de la Communauté française quand on sait que le marché le plus important pour Belgacom est la Flandre et que seul l'État fédéral peut obliger Belgacom à supprimer certains services sur son réseau Internet. Dans un État de droit, cela semble évident. Cependant, les relations politiques belges sont parfois si curieuses qu'il pourrait y avoir un blocage entre l'État fédéral et la Communauté française. Des sanctions éventuelles du CSA ne seraient pas applicables par un refus de Belgacom, société fédérale. Cette situation pourrait se produire également pour les sociétés privées de télécommunications.

La convergence technologique est aux portes de la Belgique également dans un secteur proche de Belgacom. Avec la téléphonie de troisième génération, Proximus vient de faire la demande au CSA de proposer des programmes de télévision aux abonnés de la société, autrement dit sur les téléphones portables.

La convergence va-t-elle tout rendre interactif ? L'interactivité est surtout technique. Nous ferons la demande par Internet ou par le téléphone portable pour obtenir un programme de télévision. L'interactivité sur le contenu est impossible. Nous ne pouvons pas changer le contenu du message, un programme de télévision, alors que c'est le principe de la communication téléphonique ou des *chats*. L'interactivité technique peut d'ailleurs disparaître sur le téléphone portable. Proximus envisage de diffuser des émissions de télévision. Dans ce cas, les abonnés pourront utiliser le clavier de leur téléphone comme une télécommande. Le CSA est dans ce cas beaucoup plus à l'aise pour contrôler un réseau qui est totalement de sa compétence.

#### Conclusions

La concentration d'Internet a fait craindre une identification de la communication mondiale au mode de vie américain. Cependant, les États européens réagissent et commencent à prendre une place importante dans ce domaine.

Contrairement à ce qui est souvent dit, il est possible de censurer Internet et d'empêcher certains sites d'être accessibles dans certains pays. La police comme la technologie sont ici indispensables. La Chine est sans doute le pays qui a le mieux réussi cette opération. Par ailleurs, pour éviter le monopole de Microsoft, le gouvernement chinois a développé l'utilisation de Linux, concurrent d'Internet explorer de Microsoft.

99

Les anciens médias ne sont pas encore mis à mal par Internet. À cause de la fracture numérique, tant entre pays riches et pays pauvres qu'au sein même des pays riches, la télévision reste le premier média et l'édition continue à se développer.

Il y a cependant certains dangers. Les blogs sont un des instruments de la société post-moderne. Peu visités, ils constituent cependant un moyen politique alternatif, essentiellement au niveau mondial et, dans une moindre mesure,

parfois local. Une partie de la démocratie représentative pourrait être mise à mal par ce nouveau moyen d'expression qui n'est pas contrôlable.

Les multinationales américaines de la communication, surtout les moteurs de recherche permettraient aux sites américains de dominer le monde. Par le système des algorithmes, l'Europe et les autres pays peuvent pourtant se défendre en utilisant de plus en plus Internet et surtout d'autres sites que ceux édités aux États-Unis. Cela n'empêche pas ces grandes sociétés de développer de nouveaux produits qui permettent une fois de plus aux États-Unis de proposer de nouveaux sites avec des bibliothèques scannées par Google. La domination de la culture et de la recherche scientifique américaine se renforcerait par le contrôle des connaissances et au détriment de l'identité des États-Nations européens.

Enfin, la convergence technologique existe mais elle pourrait se réaliser au travers d'un seul support, le téléphone portable dont le succès, partout dans le monde, est incontestable, plus qu'Internet.

Le danger pour le pouvoir politique des États est présent mais il ne faut pas devenir paranoïaque car ces techniques ne sont pas encore suffisamment répandues. Des nations résistent plus que d'autres à la domination américaine et le contact interpersonnel dans les familles, les écoles, les entreprises, les associations sportives, les mouvements de jeunesse et même les partis politiques permettent d'envisager le maintien de la diversité culturelle et politique. Il ne fallait pas sombrer dans l'euphorie à l'égard d'Internet, comme aujourd'hui, il ne faut pas plus sombrer dans la paranoïa de *Big brother*. Il faut du temps pour changer les mentalités et du temps à la science pour analyser les conséquences possibles de ces nouveaux outils.

(Notes)

1 Francis BALLE, *Médias et sociétés*, Paris, Éditions Montchrestien, coll. « Domat Politique », 1999, p. 57.

2 Pour plus d'informations, le lecteur se référera à l'ouvrage de Paul WATZLAWICK, *La réalité de la réalité. Confusion, désinformation, communication*, Paris, Éditions Le Seuil, 1978, 240 p.

3 Pour plus d'informations, le lecteur se référera à l'ouvrage de Marshall MC LUHAN, *Pour comprendre les médias*, Paris, Éditions Le Seuil, 1968, 390 p.

4 Pour plus d'informations, le lecteur se référera à l'ouvrage de Serge TCHAKOTINE, *Le viol des foules par la propagande politique*, Paris, Gallimard, 1939, 607 p.

5 Francis BALLE, *ibidem*, p. 203-260.

6 Pour plus d'informations, le lecteur se référera à Claude SHANNON et Warren WEAVER, *Théorie mathématique de la communication*, Paris, Éditions Retz, 1975, 189 p.

7 Bavardages en ligne que nous pourrions traduire en wallon par « tchafter ». Cette traduction n'a pour but que de trouver des termes dans les langues qui nous sont proches.

8 Pierre BOURDIEU, *Sur la télévision, suivi de l'emprise du journalisme*, Paris, Éditions Liber – Raisons d'agir, 1996, p. 29 à 32.

9 Information diffusée par un psychologue de la fondation Dolto sur la Première de la RTBF, le jeudi 25 août 2005.

10 Francis BALLE, *La télévision : les nouveaux enjeux*, Encyclopædia Universalis, version DVD, France, 2001.

11 Armand MATTELART, *Histoire de l'utopie planétaire – de la cité prophétique à la société globale*, Paris, Éditions La Découverte, coll. « Science humaine et sociale », 2000, p. 310-311.

12 Philippe BRETON, *Le culte d'Internet, Le Monde Diplomatique*, octobre 2000, p. 36.

13 Dominique WOLTON, *Internet et après ? – une théorie critique des nouveaux médias*, Paris, Éditions Flammarion, coll. « Champs », 2000, p. 139-147.

14 La globalisation doit être comprise comme la centralisation de la décision économique par de grandes Nations et des groupes transnationaux qui ont la nationalité des ces grandes puissances politiques, comme les États-Unis, l'Union européenne ou le Japon, par exemple.

15 Dan Schiller, *La communication, une affaire d'État pour Washington*, Manière de voir n° 46, *Le Monde diplomatique*, juillet-août 1999, p. 65-68.

16 Dan Schiller, *Innovation technologique, raz-de-marée spéculatif : télécommunications, les échecs d'une révolution*, *Le Monde diplomatique*, juillet 2003, p. 28-29.

17 Le capitalisme numérique est basé sur ce que certains ont qualifié de troisième révolution industrielle et sur les entreprises multinationales qui en ont profité. La première révolution était celle de la mécanisation, la deuxième, celle de l'électricité et la troisième, celle de la connaissance universelle grâce au développement des techniques numériques.

18 Source : Organisation Mondiale du Commerce.

19 Le blog est l'abréviation de weblog qui peut se traduire par « carnet de bord sur la Toile ».

20 Thierry VEDEL, *Internet, citoyenneté et démocratie*, Encyclopædia Universalis, DVD, France, 2001.

21 Source : Global Reach.

22 « La grande bibliothèque de Google », *Le Soir*, 14 décembre 2004.

23 Source : Global Reach.

<sup>24</sup> Source: Union International des Télécommunications.

<sup>25</sup> Source : e-marketer, mai 2003.

<sup>26</sup> Francis PISANI, Internet saisi par la folie des « weblogs », *Le Monde diplomatique*, août 2003, p. 8 et 9.

<sup>27</sup> « 80.000 blogs par jour », *Le Soir*, 5 août 2005.

<sup>28</sup> Pierre LAZULY, Le Monde selon Google, *Le Monde diplomatique*, octobre 2003, p. 28 et 29.

<sup>29</sup> Il n'est pas rare entre internautes, même dans le monde scientifique, d'utiliser l'expression : « I've googled you ».

<sup>30</sup> Pierre-François LOVENS, Belgacom charme Be Tv, *La Libre Belgique*, 27 juillet 2005.