

## **Globalisation, communication et champ du pouvoir.**

Une socio-économie comparée des structures actionnariales et dirigeantes des groupes de médias et des entreprises dans le domaine des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication en Europe et aux Etats-Unis.

Geoffrey Geuens

Thèse présentée en vue de l'obtention du grade de  
Docteur en Philosophie et Lettres (Orientation : Information et Communication)  
Année académique 2006-2007

## Conclusions

Les firmes actives dans les domaines de l'audiovisuel et du numérique, censées dynamiser les structures traditionnelles de l'économie et du pouvoir, semblent bien avoir failli à leur mission. Quant aux discours convenus touchant à la « société de l'information » et aux phénomènes de « globalisation », force est de les relativiser, sinon même de les infirmer, à la lumière de nos observations et analyses.

La « mondialisation » de l'économie doit en effet compter avec la permanence de particularismes nationaux dont témoignent les structures de détention et de contrôle des groupes de médias et des NTIC. On a ainsi pu distinguer, pour simplifier les choses, deux grands modèles de *corporate governance* ayant cours dans l'industrie de la communication :

1) L'un de ces modèles peut être classiquement qualifié d'« *insider* ». Caractère tendanciellement concentré du capital de l'entreprise, dont une poignée d'investisseurs « connus » (participation  $\geq 1\%$ ) détiennent globalement une fraction majoritaire « absolue » (part.  $> 50\%$ ) des parts sociales ; présence d'un actionnaire en position de « référence » ( $10\% \leq \text{part.} \leq 50\%$ ), voire de « contrôle » (part.  $> 50\%$ ) ; ajouté au fait que cet actionnaire s'identifie le plus souvent à un investisseur individuel, aux pouvoirs publics ou, dans une moindre mesure, à une organisation de type « tiers secteur », tels sont les principaux traits qui définissent ce premier modèle. La domination qui s'exerce sera alors, selon les cas, absolue – le capital est entièrement, ou presque, verrouillé – ou relative – l'ouverture aux marchés financiers est au moins partielle –, mais toujours sensible, les politiques successives de dérégulation n'ayant pas réellement entamé le pouvoir des acteurs traditionnels. Les entreprises de l'Europe continentale (Belgique, France, Allemagne), méditerranéenne (Italie, Espagne, Grèce) et social-démocrate (Suède, Danemark) – qu'elles soient « privées » ou cotées en bourse – participent d'un tel paradigme. Le pouvoir familial est en outre traditionnellement de mise dans les industries des médias et des NTIC en général, alors même que l'Etat tend plutôt à exercer un contrôle serré sur les seules firmes relevant de sous-secteurs liés aux questions de sécurité nationale (télécommunications et défense) ;

2) Le second modèle de *corporate governance* peut être, selon l'habitude, qualifié d'« *outsider* ». Il se spécifie par le caractère tendanciellement plus éclaté du capital de

l'entreprise, dont les différents actionnaires « connus » ne possèdent, très souvent, qu'une fraction globalement « substantielle » des titres de propriété ( $10\% \leq \text{part.} \leq 50\%$ ) ; par la présence d'un investisseur de tête dont la participation est « significative » mais limitée ( $1\% \leq \text{part.} < 10\%$ ) ; et par le fait que cet actionnaire s'identifie généralement à un investisseur institutionnel qui pourra être un conglomérat de services financiers, un groupe spécialisé dans l'assurance, une société de *private equity*, un fonds mutuel, un *hedge fund*, etc. Ces firmes de communication relèvent ainsi d'une forme de division du travail entre deux catégories d'agents sociaux : le *contrôle exécutif et effectif* des opérations est laissé aux principaux managers des firmes (PDG, administrateur délégué, directeur financier) ; la *surveillance pratique et stratégique* des sociétés est prioritairement le fait des investisseurs institutionnels. Théoriquement distinctes, ces deux fonctions n'en sont pas moins, dans la réalité, partiellement confondues du fait de l'existence d'un certain nombre de médiations, notamment sociales, au premier rang desquelles figure le conseil d'administration. C'est que certains *grands administrateurs* assurent en effet, par l'enchevêtrement des directoires industriels et financiers dont ils sont l'expression, la cohésion et l'unité des diverses fractions de classe détentrices du pouvoir économique. Les entreprises de communication s'inscrivant dans ce modèle appartiennent, pour l'essentiel, à des formations économiques nationales de type « anglo-saxon », qu'il s'agisse des Etats-Unis ou de pays européens (Grande-Bretagne et Pays-Bas). Nuançons toutefois notre synthèse en ce qui concerne les sociétés américaines de médias, qui constituent pour une bonne part d'entre elles, et contre toute attente, des firmes familiales. L'existence d'actions associées à des droits de vote multiples garantit en effet à d'illustres lignées d'affaires l'exercice du contrôle de l'entreprise, alors même que ces dynasties ne sont, le plus souvent, que les détentrices de fractions significatives – et non nécessairement majoritaires – du capital social. Les compagnies se trouvant dans cette situation singulière n'en sont pas moins – exceptions faites de News Corporation, Viacom ou encore Comcast – des sociétés de second rang ; les plus puissantes firmes de l'audiovisuel (AOL Time Warner, Walt Disney, General Electric) se distinguent, au contraire, par un contrôle de type « managérial ». Le modèle de *corporate governance* prévaut aussi dans les autres secteurs d'activités, selon un constat qui souligne, une fois de plus, que l'industrie de la communication est *intégrée* à l'économie nationale des Etats-Unis.

La représentation commune d'une « globalisation » des groupes de médias se voit d'autre part battue en brèche par le fait que la très grande majorité des entreprises étudiées sont caractérisées par un rapport entre investisseurs résidents et non-résidents tournant très nettement à l'avantage des premiers. Il en va de la sorte, et de façon particulièrement écrasante,

pour les firmes américaines, françaises et belges. Dans chacun de ces cas se dessine à larges traits un modèle de détention marqué par la prépondérance des actionnaires nationaux et le rôle significatif mais secondaire qu'y jouent les investisseurs institutionnels étrangers. Ces derniers sont soit des acteurs frontaliers – belges, allemands ou italiens en ce qui concerne les entreprises de l'Hexagone –, soit britanniques, le groupe Barclays étant l'actionnaire le plus présent dans les compagnies leaders des Etats-Unis. Les firmes du Royaume-Uni, de leur côté, sont plus dépendantes, d'un strict point de vue financier, des institutionnels étrangers nord-américains que ne le sont leurs homologues d'Europe continentale. Cette solidarité transatlantique ne signifie pas pour autant que la « haute finance » new-yorkaise exerce une mainmise croissante sur les sociétés nationales britanniques, selon l'image désormais convenue et balisée qu'en donnent les *global studies*. C'est qu'en dépit même de leur statut d'actionnaires de tête, les fonds mutuels et autres fonds spéculatifs américains ne possèdent généralement que des participations significatives, sinon minimales du capital. On pourrait en dire autant de la position occupée par l'institutionnel anglo-saxon type dans les structures de détention des groupes technologiques européens : propriétaire d'une fraction limitée des parts sociales et n'ayant aucun représentant au conseil d'administration, il se retrouve *de facto* « isolé » face à des acteurs économiques nationaux (pouvoirs publics, groupes familiaux, sociétés financières) incontestablement plus puissants que lui, tant par leur force de frappe collective que par les liens étroits qu'ils ont noués avec les principaux géants industriels « locaux » et l'appareil d'Etat.

Les « multinationales » des médias et des NTIC demeurent dès lors, qu'on le veuille ou non, un mythe. L'image reçue de la « trans-nationalisation » du capital des groupes s'effrite, en effet, à la vue de l'héritage pesant d'une économie territorialisée dont les réalités tranchent singulièrement avec l'*imaginaire* d'une circulation généralisée et chaotique des flux de capitaux. Prisonniers d'une idée reçue idéologiquement déterminée, celle de l'illisibilité des formes actuelles du pouvoir – signe de complexité pour les uns, d'absence pour les autres –, les auteurs dont les travaux relèvent des *global studies* identifient le plus souvent la mondialisation à un mécanisme de dépossession, voire de dissolution, de l'autorité. Vision ou représentation lourde de conséquences, dans la mesure où la négation de tout rattachement des plus importantes compagnies à une quelconque puissance nationale a pour effet d'évacuer la problématique des relations d'imbrication réciproques entre Etat et Capital.

L'observation du rôle stratégique joué par les investisseurs de référence et de contrôle ainsi que la très nette domination des actionnaires résidents en termes de possession constituent de sérieux indices allant dans le même sens d'une remise en cause des principales thèses endossées par les *global studies*. Les modèles de *corporate governance* régissant les industries améri-

caine et européenne de la communication ne peuvent être assimilés aux deux représentations classiques en la matière – d’une part, celle du prisme de l’éclatement total des structures économiques à travers lequel seules subsisteraient des combinaisons si particulières de pouvoirs qu’il serait vain de vouloir en proposer une représentation synthétique ; de l’autre, celle d’une « mondialisation » marchande identifiée à un tourbillon financier rendant caduque l’idée même de singularité nationale.

Que reste-t-il, par conséquent, de la *nouvelle économie* annoncée à grand fracas à l’aube du nouveau millénaire ? Les investisseurs institutionnels seraient-ils les seuls à incarner cette « globalisation » de l’économie ? Ou ne s’agit-il là que d’une énième représentation du pouvoir sublimée par l’imaginaire d’un marché planétaire indifférencié dont sont tributaires tenants et adversaires de la « mondialisation » ?

Loin d’être ces acteurs anonymes, transnationaux et apolitiques que nous dépeignent la très grande majorité des *global studies*, les institutionnels se signalent, eux aussi, nous l’avons montré, par une identité nationale particulièrement forte, depuis le profil de leurs administrateurs jusqu’à celui de leurs actionnaires, en passant par les liens de solidarité organique qu’ils ont noués, par dirigeants interposés, avec les plus hauts sommets de l’appareil d’Etat. Bien plus encore, ces « zinzins » – d’une formule devenue aussi familière qu’elle est réductrice – ne sont aucunement le reflet d’une « mondialisation » gommant de la carte toute dimension géostratégique, mais se trouvent être à l’inverse, au cœur de la Triade, les agents de l’*hypercentralisation* du capital.

L’existence d’un pouvoir de type « managérial », dominant aux Etats-Unis, n’est ainsi absolument pas incompatible avec le constat d’une concentration particulièrement marquée. L’analyse, entreprise par entreprise, permet d’ailleurs de mettre en évidence le fait qu’une fraction substantielle et parfois majoritaire absolue du capital des groupes en question n’appartient, le plus souvent, qu’à un nombre très réduit de banques, compagnies d’assurances et autres sociétés d’investissements. Détenteurs chacun d’une participation significative des titres, ces institutionnels occupent des positions incontestablement privilégiées si l’on compare leur situation spécifique à celle des dizaines voire des centaines de fonds se situant à la périphérie du système financier et ne disposant, quant à eux, que d’infimes participations. Etant entendu que la consolidation de ce « noyau dur » a notamment son origine dans l’entrelacement des directoires d’entreprises, celui-ci aboutit à l’édification d’un véritable complexe national discréditant la dissociation reçue entre finance et industrie. Dans cette perspective, ce qu’il est traditionnellement admis de nommer le « *wall street walk* » ne peut être considéré comme l’expression d’une forme de renoncement des propriétaires face à la toute-puissance des directeurs – ce qui est

avancé par les tenants des thèses managérialistes – ni, à l'inverse, comme le témoignage d'un capitalisme néolibéral ayant placé sous sa coupe les dirigeants des firmes. L'aval traditionnellement apporté par les actionnaires institutionnels aux propositions formulées par le management des entreprises est plutôt à interpréter comme le résultat logique d'une relative similarité de vue entre ces deux catégories d'agents sociaux.

La perspective d'ensemble fait ainsi resurgir une tout autre représentation du capitalisme américain : celle d'un système fortement concentré autour d'un nombre très réduit d'oligopoles financiers pour lesquels l'économie du pays s'assimile à un portefeuille géant de participations, l'industrie de la communication constituant l'un des pôles d'investissements privilégiés par ces acteurs. Les différentes statistiques établies permettent de relativiser, sinon d'invalider, l'idée reçue d'une gouvernance à l'« anglo-saxonne » se spécifiant par la domination d'un modèle de propriété *dispersée* ou *émiettée*. C'est que les compagnies des Etats-Unis témoignent aujourd'hui de la permanence d'un triple mécanisme de concentration au niveau national : concentration du capital des groupes de l'industrie des biens et services ; centralisation de l'économie par une poignée d'actionnaires institutionnels accumulant les investissements ; concentration de la propriété au sein même de ces holdings. L'entreprise américaine type n'est pas encore devenue une société *anonyme* dans le plein sens du terme.

Les réalités du capitalisme historique tranchent donc fortement avec l'image convenue d'une Amérique devenue le véritable Eldorado des marchés débridés et de la concurrence effrénée. A l'instar du modèle français et de ses « noyaux durs », le système économique des Etats-Unis s'est consolidé dès le début des années 1980 et, plus encore, lors de la décennie suivante, en prenant appui sur un groupe de puissants actionnaires financiers présents au capital de pratiquement toutes les plus grandes entreprises nationales, parmi lesquelles les sociétés leaders dans les secteurs des médias et des NTIC.

Le *trptyque imaginaire* « désétatisation/déterritorialisation/dérégulation » ne s'inscrit pas seulement en porte-à-faux avec le phénomène de centralisation nationale des capitaux observable aux Etats-Unis comme en Europe. La représentation désincarnée des rapports sociaux qui sous-tend cette configuration du pouvoir s'applique également aux cadres supérieurs de l'industrie de la communication – patrons de la *Silicon Valley* et *Media Moguls* en tête –, lesquels sont presque toujours dépeints comme d'infatigables compétiteurs apolitiques, déracinés et étrangers à toute solidarité de classe. La sociographie collective des administrateurs des groupes développée dans les pages qui précèdent permet de réfuter, point par point, l'image ainsi construite de ces *globe-trotters* d'une « société de l'information » mondialisée.

L'analyse des structures dirigeantes exprime et renforce, tout d'abord, les caractéristi-

ques majeures observées en matière de mode de détention, la prépondérance des conseillers « locaux » répondant à la domination des investisseurs résidents. Si les différentes compagnies étudiées se distinguent ainsi à bien des égards l'une de l'autre, tant sur le plan de leur poids économique respectif (entreprise régionale, nationale ou « mondiale ») que sur celui de leur domaine d'activités privilégié (presse écrite, audiovisuelle ou nouvelles technologies de l'information), elles n'en demeurent pas moins presque toutes tributaires d'un modèle unique de gouvernance caractérisant les sociétés leaders dans le domaine de la communication. Cet idéal-type est celui d'une entreprise dont les conseillers sont très largement – parfois même exclusivement – des résidents disposant à leur tour d'une surface sociale fondamentalement « locale », dans les différents domaines d'activités dont ils relèvent. Les administrateurs étrangers confirment, par leur présence au conseil de certaines sociétés, la pérennité d'anciennes alliances géostratégiques et la persistance de réseaux d'entreprises frontaliers. Les dirigeants non-résidents des firmes françaises actives dans le secteur des médias, par exemple, sont dans leur très grande majorité des personnalités issues d'Etats européens entretenant, de longue date, d'étroites relations commerciales et diplomatiques avec la France, qu'il s'agisse de la Belgique – songeons notamment à Karel Van Miert (Vivendi Universal), Etienne Davignon (Suez), Albert Frère (Suez, LVMH) et Evence-Charles Coppée (*Libération*) –, de l'Allemagne (Manfred Bischoff et Hubert Burda/Lagardère) ou encore de l'Italie (Giorgio Frasca/*Le Monde*). L'identité très fortement « locale » des dirigeants de sociétés n'exclut nullement l'appartenance secondaire à des groupes de réflexion internationaux, au premier rang desquels figurent des *think tanks* atlantistes tels que le Groupe Bilderberg, l'Aspen Institute et la Commission trilatérale.

L'analyse des structures dirigeantes des compagnies incite, d'autre part, à dépasser la définition strictement financière des « multinationales » privées de l'information, en insistant sur le fait que la plupart des conseillers répertoriés se signalent par une multiplicité de positions institutionnelles. Les entrelacements de directoires s'établissant par le biais de ces *grands administrateurs* amènent à repenser la question de l'influence des plus puissantes sociétés sur la base de leur *centralité* au sein des réseaux de pouvoir et, plus particulièrement, à partir des liens privilégiés qu'ils tissent avec leurs « concurrents », les entreprises majeures des autres secteurs de la production des biens et services et, plus encore, avec l'appareil d'Etat.

Les groupes de communication étudiés n'échappent pas à la règle puisqu'ils se trouvent être reliés, dans la plupart des cas, à quelques dizaines de géants industriels et financiers, le nombre de ces imbrications variant sensiblement selon l'importance des compagnies considérées. Les firmes qui dépassent ainsi très largement la moyenne nationale en la matière sont, soit

des leaders incontestés dans le domaine de l'information ou des NTIC, soit des conglomérats dont les filiales se répartissent entre plusieurs secteurs. L'industrie française des médias est à cet égard, une fois encore, particulièrement significative dans la mesure où, sur ce point précis, s'y opposent des sociétés telles que Suez (185 imbrications), Vivendi Universal (125), Lagardère (105) et LVMH (94) – lesquelles sont respectivement actives dans l'énergie, les services aux collectivités, l'armement et le luxe – et des entreprises de presse, au sens le plus strict du terme, comme *Le Monde* (41), *Libération* (31) et, dans une moindre mesure, la *Socpresse* (30). Le facteur « résident » est ici aussi prépondérant en ce que les sociétés de communication établissent généralement bien plus de liens avec des firmes résidentes qu'avec des entreprises étrangères.

L'analyse des imbrications en termes de domaines d'activités permet de dégager deux constatations majeures. La première réside dans le caractère incontournable des principaux groupes financiers américains (JP Morgan Chase, Morgan Stanley, Citigroup), britanniques (HBOS, Rothschild, Royal Bank of Scotland), français (AXA, BNP Paribas, Crédit agricole, Société générale) et belges (KBC, Fortis, ING Belgique) en ce qui concerne les compagnies de médias de chacun de ces pays, la relation organique aux plus importants *trusts* s'appliquant également pour les firmes technologiques européennes. Ces relations privilégiées avec les leaders de la bancassurance s'expliquent de différentes manières : elles expriment pour une part l'hégémonie d'une haute finance qui, pièce maîtresse de l'hypercentralisation du capital, exerce un contrôle indirect mais serré sur de larges pans de l'économie des biens et services ; elles traduisent d'autre part la nécessité pour ces *trusts* de garder un contact permanent avec les réseaux d'informations stratégiques sans lesquels le montage de certaines opérations leur serait rendu impossible ; elles trouvent enfin très probablement leur origine dans le fait que les conseils d'administration des groupes financiers sont dominés par des administrateurs multiples ayant occupé, pour un grand nombre d'entre eux, des postes clés dans les exécutifs gouvernementaux. Ayant souvent transité par les instances dirigeantes de la grande industrie, de la haute banque et de l'appareil d'Etat, les responsables des *trusts* sont ainsi recherchés par les *majors* de l'information pour leur capacité à transcender les intérêts immédiats de leur fraction de classe et à exprimer les vues du monde des affaires dans son ensemble. Ces imbrications d'entreprises participent donc à la construction d'un réseau semi officiel d'organisations affiliées les unes aux autres, qui garantissent aux intéressés une prise de décision discrète et collective, et permettent d'interroger légitimement le mythe de l'âpre concurrence que seraient censés se livrer les industriels des médias.

La seconde constatation à laquelle aboutit notre recherche est celle de l'intégration de

l'industrie des NTIC à ce que l'on nommera, après d'autres, le *système techno-sécuritaire* américain. Cette organisation centralisée née de l'intégration poussée des réseaux du cyberspace, des activités traditionnelles de défense et des infrastructures stratégiques de transport de données est, à bien y regarder, l'image inversée du marché modélisé. Les relations privilégiées qu'entretiennent les sociétés leaders de la *Silicon Valley* avec l'administration au pouvoir – qu'elle soit démocrate ou républicaine – n'expriment pas seulement le caractère organique de la liaison qui unit entreprises privées et pouvoirs publics. Elles traduisent plus fondamentalement les réalités d'un *système techno-sécuritaire* – parce que c'est bien d'un système qu'il s'agit – qui ne doit, en grande partie, sa prospérité qu'au soutien sans faille que lui témoigne une puissance publique sans laquelle ni la conception, ni la production, ni même la diffusion de ces produits à haute valeur ajoutée n'aurait été possible. Nous pensons avoir démontré le fait que le complexe militaro-industriel des Etats-Unis constitue le véritable moteur *politique* de la « société de l'information ». Dans cette perspective, l'omniprésence des cadres supérieurs du département de la Défense au sein des instances dirigeantes des firmes des NTIC traduirait, par conséquent un double phénomène : celui de l'étroite collaboration qui se noue entre les compagnies technologiques américaines et leurs homologues du Pentagone, coopération plus poussée à l'évidence qu'en Europe ; et, d'autre part, celui de la *militarisation croissante de l'économie* Outre-Atlantique qui fait se confondre les intérêts des grands investisseurs institutionnels avec ceux des hauts gradés de l'establishment militaire.

L'émergence d'une *e-Europe* semble, quant à elle, encore bien loin. Il ne fait, certes, aucun doute que les firmes leaders du Vieux Continent bénéficient, à peu près toutes, de l'expertise d'anciens membres de la Commission et de la possibilité de participer directement à la gestion de la chose publique, que cela se fasse sous forme de « lobbying » – par l'entremise notamment de la Table ronde des Industriels où siègent, entre autres, les patrons de Nokia, Telefonica, STMicroelectronics, SAP, Siemens, Philips et British Telecom – ou, plus discrètement, par le biais de la participation de leurs dirigeants aux commissions consultatives et *task forces* mises sur pied par les autorités de l'Union. Peut-on, pour autant, conclure en l'existence d'une industrie européenne des NTIC *unifiée* autour de ses fleurons ? La réponse, en l'état actuel, semble devoir être négative. Mêmes privatisées, les entreprises en question demeurent avant tout des sociétés dont les conseillers sont, dans leur très grande majorité, des personnalités « résidentes » disposant d'une surface sociale fondamentalement « locale » et s'inscrivant, en outre, dans des réseaux politiques prioritairement nationaux.

Les groupes de pression patronaux contribuent à leur tour au renforcement de l'unité socio-économique des systèmes informationnels nationaux. Ici encore prévaut une dimension

« locale », les sociétés de médias étant principalement reliées à des structures résidentes, que ces dernières relèvent presque exclusivement d'une logique interprofessionnelle favorisant l'intégration des représentants des diverses fractions du pouvoir économique – là où l'on pouvait s'attendre, *a priori*, à une forte représentation des associations d'éditeurs ou de câblo-opérateurs – et que ces structures s'inscrivent très majoritairement dans un cadre d'action fédéral et non régional. Participant à l'intégration intersectorielle des responsables d'entreprises, ces institutions concourent à une forme de cartellisation de l'économie des mass-médias, la compétition affichée entre les principales compagnies leaders dans le domaine oblitérant la cohésion sociale du groupe dirigeant.

Un autre critère encore permet d'évaluer la centralité des groupes de communication au sein du champ du pouvoir : celui de la densité des liens que ces derniers entretiennent avec l'exécutif gouvernemental. Les conseils d'administration les plus « apparentés » aux pouvoirs publics sont, pour l'essentiel, ceux de firmes occupant dans leur sous-secteur respectif des positions dominantes. Les industries du software, du hardware et des semi-conducteurs aux Etats-Unis sont tout à fait emblématiques de ce phénomène qui voit des entreprises comme Oracle, Microsoft, IBM, Cisco, Dell, HP, Motorola, Intel ou encore Texas Instruments compter un nombre bien plus élevé de relations directes à l'appareil d'Etat que celles dont peuvent se prévaloir leurs « concurrents ». Ces affinités électives sont à bien des égards significatives : elles expriment et renforcent l'hégémonie d'une poignée de sociétés dans leur secteur respectif ; elles traduisent en outre le retour – si tant est qu'il y ait eu retrait en la matière – de l'« interventionnisme » des pouvoirs publics dans des marchés prétendument « dérégulés » ; elles illustrent enfin la vacuité des débats consacrés à un « néo-libéralisme » – dont on vante les bienfaits ou dénonce les méfaits –, qui n'a de pleine existence que dans les représentations.

Les conseils d'administration des sociétés leaders dans le domaine des médias ou des nouvelles technologies recrutent, d'autre part, leurs anciens dirigeants d'Etat au sein des principales formations politiques nationales, de la droite néo-conservatrice à la gauche social-démocrate, en passant par les partis se qualifiant volontiers de « centristes ». Le caractère bipartisan de ces structures dirigeantes témoigne sans doute de la nécessité pour les géants industriels de conserver des relais avec l'administration au pouvoir – et cela en dépit même d'un hypothétique retournement de conjoncture politique –, de l'adaptation des entreprises de presse au climat idéologique ambiant dont elles sont tout à la fois l'expression et l'un des véhicules privilégiés et de l'intégration sociale des diverses fractions de la classe dirigeante par delà les positions et prises de position politiques les plus explicites.

Les positions détenues par les administrateurs des entreprises médiatiques dans le

monde des *think tanks* attestent, pour leur part, que les plus puissantes sociétés de presse privées ne sont pas seulement bipartisanes d'un strict point de vue « politique », mais aussi « *mainstream* », les cercles de réflexion auxquels elles se trouvent le plus souvent liées se définissant par une ligne doctrinale mixte empruntant autant au néo-libéralisme qu'au néo-keynésianisme. On pourrait dire de cette idéologie dominante que si elle s'appuie sur les principes de l'individualisme, de la propriété privée et de la « libre concurrence », elle n'en reconnaît pas moins les nécessités d'une redistribution sociale « équitable », d'une « régulation » publique des marchés et d'un syndicalisme « responsable » encadrant le monde du travail. La relative absence dans notre corpus d'organisations « ultra-libérales » et/ou « néo-conservatrices » aussi réputées que le Cato Institute, la Fondation Heritage (Etats-Unis), l'Adam Smith Institute, l'Institute of Economic Affairs (Grande-Bretagne), l'Institut Turgot, Génération Libérale (France) ou l'Institut Hayek (Belgique) – pour ne citer que les plus connues d'entre elles – est particulièrement révélatrice de ce que ces structures et les dirigeants de la droite radicale ne peuvent représenter les intérêts à long terme du bloc au pouvoir. Le rôle primordial joué par ces *think tanks* dans l'élaboration, la mise en place et la défense de politiques entreprises au nom du « libéralisme économique » ne peut être considéré comme un signe majeur de ce que la classe dominante et, plus encore, sa fraction hégémonique serait passée, en l'espace d'une petite vingtaine d'années, de la défense d'un keynésianisme modéré à celle d'une économie « dérégulée ». Il constitue simplement une preuve de ce que le capitalisme réel entretient un rapport purement *instrumental* à l'idéologie de marché. Réunissant au contraire, par delà les clivages politiques traditionnels, et dotées de surcroît d'une très forte centralité dans le champ du pouvoir, les institutions telles que le Council on Foreign Relations et Brookings Institution – qui rassemblent le plus grand nombre de groupes médiatiques américains – constituent par excellence les véritables lieux de sélection, de formation et de rencontre de ce noyau dur de la classe dirigeante dont les membres sont sociologiquement disposés à transcender les profits sectoriels au bénéfice de l'intérêt collectif des dominants ou encore à sacrifier le libéralisme doctrinal à l'*oligopolistic liberalism*.

La présence au sein des principales compagnies de médias de responsables affiliés pour les uns à des clubs de réflexion « néo-progressistes », pour d'autres encore à des institutions patronales ouvertement « libérales », pour d'autres enfin à des organisations dites *mainstream*, n'est pas le signe de ce que les firmes étudiées seraient devenues parfaitement « pluralistes » – se faisant ainsi l'écho des divers courants de pensée existant dans le monde des idées – mais, en réalité, le témoignage de ce que ces contradictions secondaires n'excluent pas l'existence au sein de la classe dirigeante d'un accord de fond, au moins tacite, sur certaines valeurs et projets

politiques. L'apparente variété des analyses offertes sur le marché de la production des discours par l'industrie des *think tanks* – laquelle, on l'a démontré, est organiquement liée à celle des médias – en est un bon exemple, qui laisse impensé un complexe idéologique relativement intégré. Elle illustre, peut-être plus fondamentalement encore, le fait que la classe dirigeante s'accommode d'un certain nombre de courants de pensée majoritaires – « néo-libéralisme » doctrinal pour la droite dure, « social-libéralisme » pragmatique pour la gauche de pouvoir – qui, relativement divergents les uns des autres, n'en sont pas moins tous compatibles avec les exigences minimales de l'accumulation du capital, de la défense de la « compétitivité » des entreprises et, plus globalement, de la reproduction des rapports sociaux dominants.

C'est dans ce même esprit qu'il convient de penser la présence significative des administrateurs des groupes de presse dans des cercles atlantistes aussi fermés et prestigieux que le Groupe Bilderberg et la Commission trilatérale. Le caractère bipartisan et l'idéologie « modérément conservatrice » de ces institutions en font assez naturellement, selon Stephen Gill, les espaces privilégiés d'expression des éléments « les plus dynamiques du capital transnational »<sup>1</sup>. On ne sera donc pas surpris de constater que ce sont essentiellement les entreprises médiatiques américaines (AOL Time Warner, Walt Disney, News Corporation), britanniques (Reuters Group) et françaises (Suez, Vivendi Universal, Lagardère) les plus actives au plan international qui s'y trouvent représentées. Encore faudrait-il préciser, afin de lever tout éventuel malentendu, que ces lieux de réflexion n'expriment nullement, à notre sens, les intérêts d'un « grand capital » mondial et unifié que l'on nommerait *Empire*, pour reprendre la formule de Toni Negri et Michael Hardt. Ces cénacles doivent plutôt être appréhendés comme autant de médiations sociales permettant aux dirigeants d'entreprises, responsables politiques et intellectuels de renom, issus de différents Etats, de faire connaître leurs desseins respectifs à leurs homologues et de tenter d'aplanir, par la même occasion, les inévitables contradictions existant entre les principaux blocs et puissances, sans que cela ne suppose au final une parfaite communauté de vue et encore moins d'intérêt.

Les « multinationales » de la communication n'existent pas. Cette affirmation, qui pourrait paraître absurde, n'est que paradoxale, au sens étymologique du terme. Souhaitée par les uns ou redoutée par les autres, mais proclamée par tous, la « financiarisation » des industries culturelles n'a pas, en effet, débouché sur la trans-nationalisation du capital dont elle se voulait, pourtant, annonciatrice. Le « marché global » de l'information demeure, à ce jour, une vue de l'esprit séduisante, mais scientifiquement non fondée, les réseaux technologiques n'ayant pu

---

<sup>1</sup> Stephen Gill, *American Hegemony and Trilateral Commission*, Cambridge, Cambridge University Press, 1990, p. 9.

transformer les capitalismes en un marché mondial faisant fi des principaux référentiels d'antan tels que ceux de « propriété », de « classes sociales » et de « souveraineté nationale ». Quant au pouvoir des grands administrateurs et de la bourgeoisie d'affaires, active entre autres dans les domaines de la presse et de l'électronique, il n'a pas cédé face à la pression des fonds d'investissements anglo-saxons, mais s'est consolidé à cette haute finance ayant permis le lancement d'opérations de fusion et acquisition, sans précédent jusque-là, dans le secteur de la communication. Nos investigations autorisent, nous semble-t-il, à émettre l'idée selon laquelle la « globalisation » de l'information ne s'identifierait pas à la régénérescence d'un libéralisme pur et parfaitement concurrentiel, mais à la réaffirmation de quelques-unes des caractéristiques les plus fondamentales des industries culturelles en régime capitaliste : concentration de la propriété des firmes, centralisation de l'économie nationale, fusion des intérêts bancaires et industriels, consolidation des principaux holdings et, enfin, imbrication des groupes financiers et de l'appareil d'Etat.

On aurait tort cependant de se limiter à une approche strictement financière de ces phénomènes. La situation quasi monopolistique que connaissent certaines compagnies leaders dans le domaine de la presse ou des NTIC ne s'éclaire, en effet, véritablement qu'à la lumière de leur très forte centralité au sein des réseaux de pouvoir. La densité des relations que les firmes en question entretiennent avec l'appareil d'Etat, les principales entreprises industrielles et financières, et les plus influents groupes de pression constitue à nos yeux la première des conditions garantissant la reproduction des positions dominantes occupées par ces sociétés sur leur marché respectif. Cette approche relationnelle du pouvoir économique est illustrée par la multiplicité des positions institutionnelles détenues par les conseillers de ces entreprises médiatiques. Représentant autant de formes incarnées de relations sociales génériques entre Economie, Politique et Communication, les *grands administrateurs*, issus pour la plupart d'entre eux du secteur financier ou de la très haute fonction publique, peuvent être légitimement considérés, pour parler le langage un peu oublié d'un Gramsci, comme les intellectuels organiques de la fraction hégémonique du bloc au pouvoir.

Ce qu'il faut, au total, rejeter dans la définition des médias en tant que « quatrième pouvoir » ou dans celle des réseaux numériques en tant que « nouveaux pouvoirs », c'est l'impensé théorique qui sous-tend cette représentation d'une industrie de la communication qui « globalisée », « libéralisée » et « dérégulée », se serait simultanément affranchie des territoires nationaux, des gouvernements et de la grande bourgeoisie d'affaires. Il n'est pas non plus conforme à la vérité des faits et de leur recoupement de penser que la classe dirigeante ne se servirait de la presse que comme vulgaire relais ou instrument de propagande. Tout semble

plutôt se passer comme si le champ du pouvoir était *invaginé* dans le champ médiatique du fait de la circulation ininterrompue de certains agents sociaux privilégiés entre les divers sous-espaces constitutifs du champ du pouvoir (pouvoir économique, pouvoir d'Etat, pouvoir idéologique, etc.).

C'est à une représentation structurelle de l'*hégémonie* mettant en lumière l'apport singulier de l'institution médiatique à cette dynamique de classe collective que notre recherche aboutit en définitive. Une autre recherche reste à mener, à laquelle nous espérons pouvoir nous employer dans l'avenir, qui s'attacherait, d'une part, à établir les origines sociales des cadres supérieurs de la « société de l'information » – le *Self-Made Man* ne serait-il pas, au fond, le dernier mirage du « village global » – et, d'autre part, à déterminer la position exacte occupée par les journalistes dominants dans le champ du pouvoir.