

# L'empire de la communication

Maxime Ouellet

Number 318, Winter 2017

Encombrement médiatique

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/87554ac>

[See table of contents](#)

---

## Publisher(s)

Collectif Liberté

## ISSN

0024-2020 (print)

1923-0915 (digital)

[Explore this journal](#)

---

## Cite this article

Ouellet, M. (2017). L'empire de la communication. *Liberté*, (318), 25–27.

# L'Empire de la communication

## Le fantasme d'une communauté cybernétique

MAXIME OUELLET

L'époque de la «mondialisation heureuse» semble en crise. Certains événements récents comme la montée du populisme d'extrême droite en Europe, le Brexit ou l'élection de Donald Trump à la présidence des États-Unis suscitent l'inquiétude chez les élites mondialisées. Devant cette réaction, la classe médiatique a rapidement jeté son dévolu sur les médias sociaux, qui seraient responsables de l'entrée dans l'ère post-factuelle. La corporation Facebook a ainsi été montrée du doigt pour avoir encouragé l'élection de Trump et le Brexit en diffusant des *fake news*. Son p.-d.g., Mark Zuckerberg, tente tant bien que mal de se défendre. À grands coups de manifestes et de discours publics, Zuckerberg déclare que Facebook s'est dorénavant donné la mission de lutter contre la montée de l'«antiglobalisme réactionnaire» en développant une «infrastructure sociale» qui permettrait de «donner au peuple le pouvoir de construire une communauté globale qui fonctionne pour tous».

### Facebook et l'Empire de la communication

En février dernier, dans un message sur sa page personnelle intitulé «Building Global Community» – que la presse a qualifié de «Manifeste Facebook» –, Zuckerberg semble reconnaître timidement certains fondements aux critiques adressées à Facebook voulant que les algorithmes utilisés par l'entreprise pour nourrir les fils d'actualité des usagers encouragent les phénomènes de *fake news* et de bulles de filtres (*filter bubbles*). Mais selon Zuckerberg, les développements dans le domaine de l'intelligence artificielle pourront permettre de distinguer les fausses des vraies nouvelles de même que les nouvelles à propos du terrorisme de la propagande terroriste. Bref, les désordres de la mondialisation résulteraient d'un problème technique et non d'une crise provenant d'un système politico-économique fondamentalement contradictoire. Il reste que derrière ce discours à l'apparence neutre et bienfaisant, on retrouve en condensé la conception du politique et de la société sur laquelle reposent les fondements du nouvel Empire de la communication que Facebook tente d'ériger. Il s'agit de dissoudre les anciennes communautés politiques articulées autour de l'État-nation pour les reconstruire en communautés culturelles post-

politiques exprimant des styles de vie particuliers (par exemple: les communautés de *fans* de Star Trek, d'amoureux du plein air, d'amateurs de photos de chats, etc.). Dans cette vision typiquement américaine de la société, le bien commun n'est pas considéré comme étant supérieur aux individus, mais s'exprime plutôt par la capacité des individus de se brancher et de se débrancher du réseau au gré de leur volonté. Le seul rôle du politique consiste ici à permettre de rendre compte de la diversité des composantes de la société. Comme le stipule le «Manifeste» de Facebook: «Donner à chacun une voix a historiquement été une force positive pour le discours public parce que cela augmente la diversité des idées partagées.»

Seule la technique serait ainsi en mesure de rassembler les communautés fragmentées dans un monde déterritorialisé. Ce discours dépolitisé, qui tire ses origines de la rencontre entre les mouvements contre-culturels et les cybernéticiens, soutient que les individus pourraient se libérer des États-nations en construisant des communautés virtuelles en ligne exemptes de toute forme de domination. Reprenant les prémisses de l'idéologie californienne, Zuckerberg soutient que la lutte de notre époque opposerait «les forces de la liberté, de l'ouverture et de la communauté globale aux forces de l'autoritarisme, de l'isolationnisme et du nationalisme». Les propos de Zuckerberg font ainsi la promotion de la recomposition cybernétique de la société globale en une gigantesque organisation composée de communautés virtuelles reliées par des flux informationnels. En d'autres mots, il s'opère un glissement du *gouvernement* vers la *gouvernance algorithmique*. Ce n'est plus le peuple qui est souverain, mais la technique.

Le juriste et théoricien de la communication Lucien Sfez qualifie cette logique communicationnelle de «tautisme» – néologisme né de la contraction entre *autisme*, *tautologie* et *totalitarisme*. Celui-ci repose sur la confusion délirante entre représentation et expression, entre symbole et signe, entre réserve de sens et stock de données; il s'agit d'un monde de transparence où aucune médiation n'est acceptée, sauf celle de la technique. D'après Sfez, le tautisme est une idéologie: «Il cache donc la fin de la communication, dont il prétend être le héraut. Il la supprime, en fait, puisqu'il tue le sujet et toutes les possibilités d'interprétation [...] Il abuse du mot

*communication*, qui signifie mettre en commun, et par là nous abuse. Car il ne fait jamais que tourner sur lui-même, sans donner prise à la moindre appropriation individuelle ou communautaire [...] Tandis qu'il corrode nation et souveraineté, déjà bien abîmées. Sa nation est le monde entier. Sa langue, l'électronique.»

Si l'on ne peut nier que les médias sociaux participent au phénomène de la post-vérité, le débat public sur cette question demeure fondamentalement superficiel parce qu'enfermé dans une idéologie qui refuse de se nommer : l'idéologie de la communication. Née de la faillite des grandes idéologies traditionnelles (le libéralisme, le conservatisme et le socialisme), l'idéologie de la communication prétend pouvoir régler l'ensemble des problèmes sociaux au moyen des technologies de communication et de ses supposées vertus émancipatrices : l'ouverture, la transparence, le dialogue, la participation. Le dualisme qui oppose la bonne communication à la mauvaise communication, la vérité à la post-vérité et le bon journalisme aux *fake news* empêche le questionnement sur les origines et les fondements de cette idéologie ainsi que sur les rapports de domination économiques et politiques que celle-ci cherche à légitimer. Bref, le débat sur la post-vérité masque la présupposition partagée par ses principaux protagonistes voulant que la technologie soit neutre : ce serait plutôt le bon ou le mauvais usage qu'on en fait qui produirait ses effets. Or, la technologie, contrairement à ce que nous laisse croire l'idéologie du système technicien, n'est pas neutre. Elle est toujours porteuse de certaines valeurs héritées du contexte social, politique et économique qui la produit. Elle ne peut être appropriée socialement et produire ses effets sans une transformation symbolique qui légitime a priori son implantation. L'idéologie de la communication n'est donc pas exclusive aux médias numériques ; elle opère également au sein des médias dits traditionnels qui confondent représentation de la réalité et expression immédiate du réel. Est-il nécessaire de rappeler qu'aucun fait n'est objectif en soi et qu'il n'est significatif que par la médiation d'une idéologie ? Comme l'affirmait Guy Debord dans *La société du spectacle* : « Dans le monde réellement renversé, le vrai est un moment du faux. » En présentant les faits comme des données objectives, les médias favorisent ainsi le statu quo, soit la dictature de « l'état de fait ». Il convient donc de remonter aux sources de ce que je nomme « la révolution culturelle du Capital » pour saisir les racines de ce Nouvel Empire de la communication.

### Néolibéralisme et gouvernementalité algorithmique

Il est possible de soutenir que la révolution culturelle du Capital tire ses fondements épistémologiques de l'article de Friedrich Hayek intitulé « The Use of Knowledge in Society ». Le génie d'Hayek fut de comparer le marché à un algorithme qui transfère l'information aux divers agents économiques,

## Est-il nécessaire de rappeler qu'aucun fait n'est objectif en soi ?

lesquels sont eux-mêmes conçus comme des processeurs informationnels. Si la conception moderne du savoir était associée à la capacité de compréhension synthétique et critique d'un sujet autonome, le néolibéralisme réduit le savoir à une information. Amputé de sa dimension culturelle, constitutive de la réflexivité humaine, le savoir s'apparente ici à une pure donnée a-signifiante qui peut par la suite être transformée en marchandise. Dans cette perspective, le marché fonctionne donc comme une intelligence artificielle qui possède une capacité cognitive supérieure aux individus et aux communautés politiques. Conséquemment, afin que le système cybernétique du marché puisse fonctionner efficacement, la société a intérêt à promouvoir l'ignorance puisque toute tentative de saisir la réalité dans sa totalité mènerait inévitablement au totalitarisme.

Cette transformation épistémologique sera explicitée plus tard par Jean-François Lyotard qui, dans *La condition postmoderne*, soutenait que les sociétés postindustrielles se caractérisent par la fin des grands récits idéologiques. Dans la postmodernité, le nouveau critère de validation du savoir ne serait plus la raison, mais la performativité. Bref, il ne s'agirait plus d'orienter la quête de la connaissance vers un idéal de vérité, mais plutôt en fonction du critère de l'efficacité, qui se résume par la formule « combien ça coûte et combien ça rapporte ». Figure typique du post-soixante-huitard désabusé, Lyotard voyait dans la sveltesse, la souplesse et l'absence de hiérarchie des jeux de langage que permet l'accès aux bases de données la seule solution face à la performativité du savoir. Or, la pensée postmoderne s'est avérée impuissante face à la montée du savoir instrumental puisqu'elle partage les mêmes fondements épistémologiques que l'intelligence artificielle et la doctrine néolibérale. Comme le souligne Lucien Sfez, pour les théoriciens de l'intelligence artificielle tout comme pour les constructivistes postmodernes, « la conception de la vérité et celle de la réalité sont les mêmes. Il n'y a pas de vérité en soi, de réalité en soi. Elles sont relatives. La réalité est seulement vraisemblable. Par là on peut la construire [...] La seule vérité de la réalité, la seule réalité de la vérité sont leur utilité. »

On retrouve cette même conception de la société dans l'actuel processus d'automatisation des prises de décision nommé *Big data*. D'abord utilisés dans le domaine financier afin

d'automatiser les marchés boursiers, les *Big data* prétendent être en mesure de remplacer la subjectivité humaine dans la régulation de l'ensemble des secteurs de la société (défense, sécurité publique, santé, éducation) grâce à des algorithmes auto-apprenants. Les *Big data* reposent sur la prémisse qu'il est possible de récolter la totalité des données provenant de la numérisation de l'activité sociale, ce qui rendrait obsolète l'interprétation des faits sociaux à partir de théories ou d'idéologies politiques puisque le réel parlerait de lui-même. Comme le soutient l'ancien rédacteur en chef de la revue *Wired*, Chris Anderson: «Il s'agit d'un monde où d'énormes quantités de données et où les mathématiques appliquées remplacent tout autre outil qui pourrait être utilisé. Fin de toute théorie du comportement humain, de la linguistique à la sociologie. Oubliez la taxonomie, l'ontologie et la psychologie. Qui sait pourquoi les gens font ce qu'ils font? Le point est qu'ils le font, et cela nous permet de suivre et de mesurer [leurs actes] avec une fidélité sans précédent. Avec suffisamment de données, les chiffres parlent d'eux-mêmes.»

Les *Big data* instituent une nouvelle forme de régulation de la pratique sociale qui est définie par Antoinette Rouvroy comme une gouvernementalité algorithmique. Il s'agit d'«un mode de gouvernement nourri essentiellement de données brutes, signaux infra-personnels et a-signifiants mais quantifiables, opérant par configuration anticipative des possibles plutôt que par réglementation des conduites, et ne s'adressant aux individus que par voie d'alertes provoquant des réflexes plutôt qu'en s'appuyant sur leurs capacités d'entendement et de volonté». La gouvernementalité algorithmique marque la fin du politique puisqu'en produisant une norme qui correspondrait immédiatement au réel, c'est la capacité même de délibérer réflexivement sur l'écart entre la norme et le fait qui est abolie. En modelant la régulation sociale sur l'anticipation de l'action des sujets, c'est justement la capacité de la praxis sociale d'instituer des normes communes, donc politiques, qui se trouve anéantie.

### De l'intelligence artificielle à l'ignorance réelle

Un étrange paradoxe traverse notre ère dite de «l'intelligence», où les outils techniques et même l'environnement humain (téléphones, montres, tableaux scolaires, vêtements, hôpitaux, villes, etc.) posséderaient un attribut autrefois réservé à l'être humain: la capacité réflexive de prendre des décisions. Ce paradoxe trouve ses racines dans les fondements théoriques de l'intelligence artificielle, qui s'appuient sur une analogie fallacieuse entre le cerveau humain et l'ordinateur. L'intelligence humaine est dès lors réduite en une capacité de «computer», c'est-à-dire de résoudre des problèmes. En appliquant la logique mathématique au langage, les théoriciens de la cybernétique et des sciences cognitives écartent ainsi la question du sens au fondement même de la communication humaine. Conséquemment, avec la cybernétique, des machines intelligentes communiquent avec des

machines intelligentes, et l'être humain n'est qu'un système désincarné de flux informationnels, qu'une machine à calculer qui s'adapte de manière comportementale aux signaux informationnels (les prix) que lui communique son environnement (le marché).

Par ailleurs, l'application des règles de l'efficacité au langage transforme la valeur de ce qui est communiqué. On ne mesure plus celle-ci à partir du contenu du langage –sa valeur d'usage–, mais en fonction de sa valeur d'échange. Dans ce contexte, l'information qui détient le plus de valeur, et qui est par conséquent considérée comme vraie, est celle qui est répétée le plus souvent dans un flux communicationnel autoréférentiel. Le discours argumentatif laisse place au discours performatif; la répétition, l'écho, la redondance, la résonance et l'autoréférence remplacent la réflexivité. C'est ici qu'on peut trouver les fondements sociaux de la post-vérité. À l'ère post-factuelle, les micro-récits subversifs postmodernes se sont transformés en *storytelling* qui participe à la diffusion de l'agnostologie, c'est-à-dire la production intentionnelle du doute et de l'incertitude au sein de la population à des fins politiques. Cette stratégie communicationnelle de légitimation de l'Empire a d'ailleurs été expliquée ainsi par Karl Rove, ancien conseiller politique de George W. Bush: «Nous sommes un empire maintenant, et lorsque nous agissons, nous créons notre propre réalité. Et pendant que vous étudiez cette réalité – judicieusement, comme vous le ferez –, nous allons agir à nouveau, en créant d'autres nouvelles réalités, que vous pouvez étudier aussi, et c'est ainsi que les choses vont se régler. Nous sommes des acteurs de l'histoire... et vous, vous tous, allez simplement étudier ce que nous faisons.»

En réduisant la connaissance à une forme réifiée d'information-marchandise, l'époque de l'intelligence artificielle s'avère dans les faits celle de l'ignorance réelle. Celle-ci résulte d'une opération de «décervelage» généralisée dont les institutions culturelles, médiatiques et éducatives – qui ont été colonisées par l'industrie du marketing – sont les complices depuis plus de 30 ans. Comme le souligne l'historien de l'économie Philip Mirowski, une société fondée sur un discours rationnel à propos d'un marché conçu comme un processeur d'information finit de manière paradoxale par promouvoir l'ignorance. On comprend bien là les fondements néolibéraux de la post-vérité: le néolibéralisme s'appuie sur le postulat voulant que l'autorégulation provienne de l'ignorance individuelle. Or, les corporations comme Facebook tirent un intérêt économique de la promotion de cette ignorance puisqu'elles «bénéficient de la connaissance que les individus ne possèdent pas». 

♦ **Maxime Ouellet** est professeur à l'École des médias de l'UQAM. Il a publié en 2016 *La révolution culturelle du capital. Le capitalisme cybernétique dans la société globale de l'information*, aux Éditions Écosociété.