



Face à la numérisation galopante,
prendre le temps d'un regard
historique et critique



Avant-propos

La numérisation s'introduit dans nos sociétés et les modifie en profondeur à une vitesse grandissante. Cette évolution est tantôt perçue comme pleine de promesses et désirable, tantôt perçue comme angoissante et écrasante. À contre-courant d'une tendance à se projeter vers l'avenir dès qu'il est question de numérique, cette analyse invite à prendre le temps d'un regard dans le rétroviseur : comment en est-on arrivés là ? Elle replace l'arrivée du numérique dans l'histoire, pour pointer ensuite ses impacts au niveau de l'espace public, des marchés et de la vie quotidienne.



Le Cefoc (Centre de formation Cardijn) est une association d'Éducation permanente qui organise chaque année une cinquantaine de groupes de formation en Belgique. Ces groupes rassemblent des personnes issues ou solidaires des milieux populaires. Les différentes formations proposées visent à s'interroger sur le sens de la vie, à réfléchir à comment vivre ensemble de manière citoyenne, en agissant dans le sens d'une société plus démocratique et plus solidaire.

Dans le prolongement de ses activités de formation, le Cefoc publie chaque année de courts textes d'analyse et une étude. Les thématiques abordées trouvent leur source dans les réflexions mises sur la table par les participants aux formations. Les textes sont destinés aux acteurs du monde associatif et à tout citoyen à la recherche d'outils de compréhension de la société susceptibles de favoriser l'émancipation et la mobilisation individuelles et collectives.

Cette analyse pose un regard critique sur les impacts d'une numérisation croissante et galopante, en partant d'un éclairage historique sur la « médiatisation » des sociétés humaines. Elle fait écho au travail de Jean de Munck, philosophe et sociologue à l'Université catholique de Louvain-La-Neuve¹. Il replace l'arrivée du digital² dans l'histoire de l'humanité, pour mieux cerner ses effets sur l'espace public, les marchés et la vie quotidienne.

La « médiatisation » des relations humaines

Le propre des sociétés humaines est d'avoir inventé progressivement des formes de communication par des intermédiaires (des « médiations ») techniques. Dans les sociétés tribales, ce n'était pas nécessaire : la communication passait uniquement par la voix dans des relations de proximité. Il était alors impossible de faire « grande » société, la voix ne portant pas très loin ! La première forme de médiatisation à apparaître est l'écriture, en 3500 avant J-C. Elle va se répandre de manière extrêmement lente car sa maîtrise requiert une compétence compliquée à acquérir, même si aujourd'hui, elle paraît évidente. Ce qu'il faut souligner, c'est qu'elle provoque un changement majeur au niveau cognitif et communicationnel puisqu'elle va, pour la première fois dans l'histoire, permettre de disséminer des messages au loin et d'objectiver la mémoire. On dépose ainsi une mémoire du groupe dans un objet qu'on doit pouvoir déchiffrer : l'écrit.

L'écriture va prendre encore plus d'ampleur avec l'imprimerie (Gutenberg – 1450 après J-C) qui permettra la reproduction d'un texte de façon parfaite. Une communication sociale devient dès lors possible sur base de l'écrit et entraîne des transformations politiques et culturelles importantes permettant à des partenaires qui ne sont pas en présence de se passer des messages. L'imprimerie générera la presse : les journaux deviennent importants au 18^e siècle et rendent

possibles les révolutions bourgeoises. La presse à grands tirages permettra la naissance des démocraties nationales et l'apparition d'un sentiment d'appartenance à une « nation », c'est-à-dire à un groupe de personnes qui ne se connaissent pas, qui ne sont pas en coprésence.

Avec l'apparition de l'électricité, on assistera à l'invention du télégraphe, puis du téléphone à la fin du 19^e siècle qui permet à deux interlocuteurs de se parler à distance. Dans les années 20, l'apparition de la radio joue un rôle majeur dans la 2^e guerre mondiale comme en témoigne l'appel du général de Gaulle à la radio de Londres le 18 juin 1940. L'invention de la télévision dans les années 40 et 50 introduit, quant à elle, l'image et entraîne un changement considérable dans la communication, notamment politique. Les hommes politiques doivent désormais se mettre en scène : progressivement, l'image et l'émotion vont prévaloir sur le raisonnement.

L'apparition d'Internet et du digital

Le média digital est appelé multimédia car il rassemble virtuellement en un seul canal toutes les autres formes de médiatisation (écriture, imprimerie, presse, télé, radio, téléphone). La révolution d'Internet est beaucoup plus rapide que toutes les autres et saisit la planète entière d'un coup. On passe de médias « rayonnants » à des médias « interactifs ». Les premiers supposent qu'un émetteur central rayonne, distribue les messages – dont il est le seul à avoir la maîtrise –, à un public. Les médias interactifs se caractérisent, quant à eux, par le fait que n'importe quel membre du public peut devenir émetteur. On passe donc d'un public passif à un public émetteur, dispersé à partir de multiples centres d'émission. Le contrôle de l'information se modifie aussi : il ne peut plus être effectué à la source et prend des formes algorithmiques.

Des effets sur l'espace public

Historiquement, l'espace public naît de la différenciation entre l'État et la société civile (les individus privés). Il s'incarne dans des échanges médiatisés par l'écriture (correspondance, imprimerie) entre des individus qui raisonnent publiquement. Il

¹ Sur base d'une intervention dans le cadre d'un week-end de formation organisé par le Cefoc les 16 et 17 décembre 2023 à La Marlagne, sur le thème : *Numérisation de nos existences, oui... mais non !*

² « Numérique » et « digital » sont utilisés ici comme synonymes.

s'incarne aussi oralement dans des salons, des clubs, des cafés. Il est le lieu de l'usage du raisonnement sur des questions d'abord privées et littéraires, puis politiques. C'est une institution fondamentale de la démocratie délibérative puisqu'il est un espace libre où il est possible de discuter, de délibérer, d'échanger des arguments avec d'autres pour exercer sa faculté de raisonnement, de penser par soi-même. Mais l'accaparement de l'espace public par le digital produit certaines pathologies comme la concentration des moyens de communication aux mains d'éditeurs de presse (IPM et Rossel, en Belgique). Possédant les capitaux financiers, ces grands éditeurs transforment l'espace public en un lieu d'exercice du capitalisme. D'autres pathologies sont la fermeture sur elles-mêmes de communautés digitales : les réseaux se referment à cause d'une sélectivité volontaire ou algorithmique qui a pour effet que nos propres opinions sont sans cesse confortées par cette sélectivité des sources d'information. Cette « fermeture » des idées est aux antipodes de la démocratie délibérative. L'esthétisation de la politique est une autre dérive ; les images indignent, exacerbent les émotions, excitent les individus et peuvent inhiber leur faculté de raisonnement ou s'y substituer. On assiste également à une autonomisation des *mass medias* par rapport aux enjeux réels de la vie sociale.

Des effets sur les marchés

Le marché du travail se trouve profondément transformé notamment par cette forme nouvelle de travail à distance. Elle cause des problèmes profonds et nouveaux par rapport à la séparation avec la vie domestique qui datait de la révolution industrielle, fixant à 8 heures la journée de travail à l'usine. Avec le télétravail, il devient difficile de réguler les contrats et de négocier le temps de travail. Les recrutements deviennent aussi parfois (très) lointains, avec pour conséquences la flexibilité des travailleurs, l'explosion du marché du travail et l'éclatement des collectifs comme les syndicats.

Les marchés financiers sont eux aussi modifiés. La financiarisation du capitalisme a été rendue possible par la digitalisation et la destruction de la bourse physique comme lieu d'échanges. Les marchés sont

désormais des plateformes (Euronext...) ouvertes en continu : à tout moment, on peut acheter ou vendre n'importe où.

Le marché des produits est impacté en profondeur par l'accélération de la vitesse de communication et l'information illimitée qui permettent une augmentation de la concurrence, elle aussi devenue sans limites. Avec Internet, le consommateur peut chercher toutes les alternatives possibles en temps réel et en dehors des frontières nationales.

À travers ce développement, on comprend que la digitalisation est un instrument de médiation qui permet l'extension du capitalisme planétaire.

Des effets sur la vie quotidienne

La digitalisation impacte également la vie quotidienne. Elle permet sans cesse aux individus de modifier leurs plans, de gagner en « liberté », d'avoir plus de choix et un accès infini à l'information ! Cela augmente les possibilités et facilités de coordination. L'accès à l'information sur la situation des trains en temps réel en est un bon exemple. Ces possibilités font la force du digital et le rendent désirable. Néanmoins, il y a des désavantages importants :

- une surcharge cognitive : l'individu doit sans cesse, toute la journée, gérer des informations et faire des choix parmi un éventail considérable. Cela génère un trop-plein d'informations qui captent l'attention de façon très transitoire.
- Des troubles de l'attention : chez les enfants, les adolescents, les étudiants mais aussi les adultes : travailler avec des hyperliens ne fixe pas l'attention, ne permet pas le développement ni l'approfondissement d'un raisonnement.
- Une formalisation des interactions par le dispositif technique : les échanges digitalisés permettent peu l'informel, font perdre l'incarnation, le contact des corps, ce qui risque d'entraîner des problèmes psychologiques profonds.
- Un brouillage de la distinction entre réel et virtuel, entre la vie fictive et la réalité.
- Une saturation commerciale du cadre de vie, par l'intermédiaire des écrans : les publicités envahissent le cadre de vie, rentrent dans les chambres à coucher,

dans celles des enfants via les écrans alors qu'avant elles étaient davantage à l'extérieur.

C'est à mettre en lien avec le capitalisme. La technologie ne se développe jamais seule : il faut que des gens investissent, or ils n'investissent que s'ils y trouvent un intérêt, notamment financier. Par l'envoi d'un message sur Facebook par exemple, la personne pense communiquer avec ses contacts. En réalité, ses informations personnelles sont collectées et vendues par Facebook à des entreprises pour générer des besoins et vendre des produits.

En conclusion : pas de fatalité technologique !

Pour Jean de Munck, une technologie ne détermine pas entièrement son usage, même si elle le conditionne. Il y a des possibilités de choix d'usage différents ; rien n'oblige par exemple à créer des écoles à distance, à vider les entreprises pour aller vers le télétravail... Pour ce sociologue, le digital est un média « innocent », c'est ce que l'on en fait qui ne l'est pas, et en particulier le fait qu'il soit développé et utilisé en lien avec le capitalisme et au service de ce dernier. C'est donc une invitation à ouvrir le champ des possibles par des usages réflexifs et limités du digital, individuellement et collectivement.



Mélanie Louviaux,
Formatrice permanente au Cefoc

Pour aller plus loin

Vanessa DELLA PIANA, *Vers une société du « sans contact » ?*, analyse 12, Namur, Cefoc, novembre 2023.

