



Société de l'information : quelle information, pour quelle société ?

Synthèse du rapport réalisé pour Millénaire 3 par Bertrand Labasse : « Information et citoyenneté ; des fissures dans la "société du savoir" ».

Annoncée par de nombreux rapports et plans d'actions, l'entrée dans la « Société de l'information » est devenue une priorité collective.

Mais ses enjeux sociaux sont-ils bien ceux que l'on imagine ?

Une étude demandée par la Mission Prospective du Grand Lyon jette un éclairage discordant - et assez inquiétant - sur les perspectives réelles de la communication sociale. En rapprochant un grand nombre de données et de résultats de recherches, ce travail de synthèse parvient à la conclusion qu'« en fonction des connaissances et des réflexions dans ce domaine, une seule chose semble pouvoir être affirmée avec une relative confiance : en l'état, la notion de "société du savoir" n'a strictement aucun sens. »

Tout au contraire, les éléments disponibles sur la perception des informations par le public et sur la fragmentation croissante des médias et des savoirs peuvent conduire à s'interroger sur la survie à terme d'un modèle de société où les éléments du débat public sont censés faire sens pour les citoyens.

Pourquoi les Notes Millénaire 3 ?

Les notes Millénaire 3 sont des documents de travail au service du Conseil de développement et de l'agglomération. Conçues en complémentarité des cahiers Millénaire 3, des dossiers thématiques et des news letters, elles offrent une vision de synthèse sur des thèmes qui paraissent importants par rapport aux objectifs du projet d'agglomération.

Quels sont donc les bouleversements que provoquera notre entrée dans la société de l'information ? Une telle question est aujourd'hui banale et des réponses multiples lui ont déjà été apportées. Mais la question elle-même mérite qu'on s'y arrête. Elle implique en effet plusieurs présupposés :

- Le phénomène est récent, ou même à venir (« entrée ») ;
- Il est dû aux nouvelles technologies de l'information ;
- Il va forcément provoquer des transformations sociales radicales.

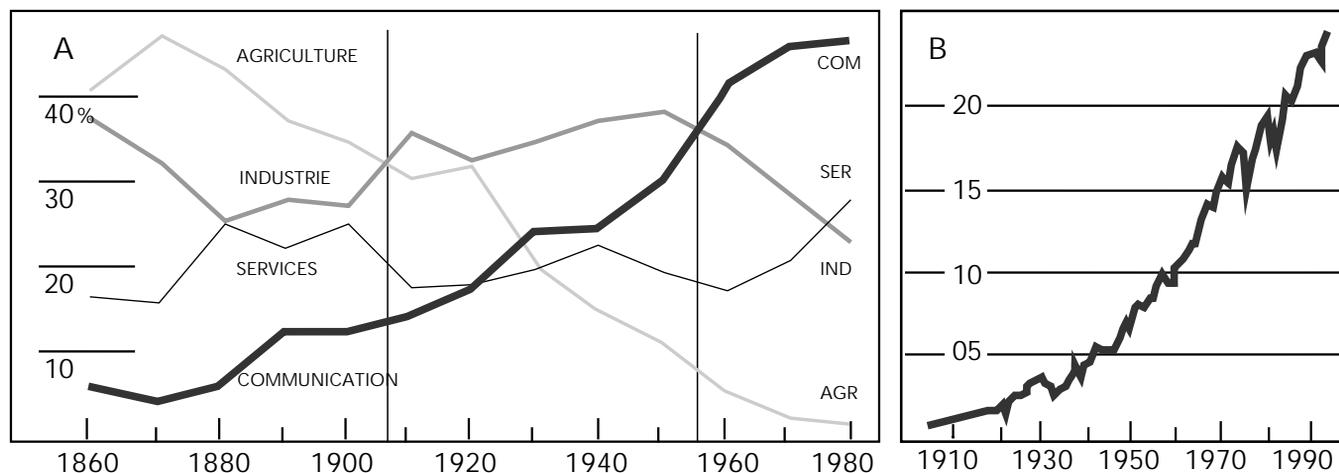
Or, souligne l'étude réalisée pour Millénaire 3, ces présupposés ne paraissent compatibles ni avec ce qu'indiquent les données disponibles, ni avec la plupart des analyses issues des sciences sociales.

D'une part, le phénomène n'a rien de récent. Pour s'y « préparer », il aurait fallu s'y prendre au moins un demi-

siècle plus tôt. C'est en effet vers cette époque que divers travaux situent le moment où la production de biens et services d'information et de communication aurait supplanté, en valeur ou en nombres d'emplois, les activités industrielles classiques. Mais au-delà des questions de date et de critères, toujours discutables, l'important est surtout de noter que ce phénomène, ancien en tout état de cause, n'est en rien lié à une technique particulière. Ainsi des indicateurs très concrets tels que la consommation de papier ou l'édition de livres (etc.), témoignent-ils également d'une progression ancienne et spectaculaire de la quantité des informations diffusées.

La réduction des évolutions en cours à la simple question des réseaux informatiques risque donc de conduire à une perception pour le moins superficielle de la situation.

Evolutions de la population active (A) et de la consommation de papier (B) aux USA



D'autre part, rappelle l'étude, le « déterminisme technologique », c'est-à-dire le formidable pouvoir de transformation sociale qu'on a longtemps prêté aux innovations techniques s'est avéré une erreur sur le plan historique et, dans les faits, conduit presque toujours à des anticipations abusives :

« Reportons-nous donc une quarantaine d'années en arrière afin d'imaginer l'extraordinaire futur qu'aurait pu annoncer un écrivain visionnaire : des distributeurs automatiques de billets (donc plus d'agences bancaires), des machines à télécopier (donc plus de lettres, ni de Poste), des cartes à puces (plus de porte-monnaie, ni de portefeuille), des K7 enregistrables (plus de maisons de disques, ni de distributeurs), des terminaux minitel (plus de journaux, ni de bibliothèques), des baladeurs (plus de dialogue), des systèmes de téléconférence (plus de voyages d'affaires, ni de salles de cours) et mille autres choses prodigieuses : téléphones portables, fours à micro-ondes et aliments surgelés, jeux électroniques, avions de ligne supersoniques, ordinateurs individuels... Même en ne retenant que ces prédictions avérées sur le plan technique, et qui ont toutes exercé une certaine influence, on voit que la capacité de transformation sociale qu'aurait pu leur attribuer l'homme de 1960 étaient considérablement exagérées : notre monde est-il donc devenu si différent? En outre, dans le cas des médias et autres modes d'expression, le schéma implicite selon lequel tout nouveau venu remplace purement et simplement un mode plus

ancien (c'est bien le sens du mot "révolution") constitue l'exception plutôt que la règle : contrairement aux prédictions, la photo n'a pas supprimé la peinture, le cinéma n'a pas anéanti le théâtre, la radio n'a pas tué les concerts, la télévision n'a éliminé ni le cinéma ni la radio, et rien de ce qui précède n'a empêché la chose écrite de se maintenir, voire de se développer. »

Ainsi, s'il est très plausible que le développement des nouveaux médias va entraîner des changements notables, ceux-ci ont peu de chances d'être aussi évidents et mécanistes que ce qu'annoncent bien des oracles. Si l'on tient quand même à risquer des conjectures sur la « société de l'information » ou la « société du savoir », il serait bien imprudent de continuer à le faire sans s'interroger sérieusement sur les rapports entre information, savoirs et société. En effet, la formidable progression du nombre d'informations produites et diffusées est, pour sa part, bien réelle, mais les implications sociales de ce « déluge » - évoquées dès les années 60 par certains spécialistes - demeurent mal perçues.

Malheureusement, remarque Bertrand Labasse, « les chiffres qui racontent si bien l'explosion de l'information sous toutes ses formes sont quasiment muets sur la nature des informations transmises et, plus encore, sur la façon dont ces informations peuvent être reçues, intégrées ou rejetées par les individus. »

Le modèle de Condorcet mis à mal ...

Laissons un moment de côté les rêves de cyber-société et de village planétaire pour revenir à un autre rêve, plus ancien de plusieurs siècles. Celui de Condorcet et des Lumières. La démocratie. Comme le rappelle l'étude, « Le principe démocratique qui sous-tend les sociétés occidentales, qu'elles soient ou non "de l'information" repose (...) lui-même sur un postulat cognitif fondamental : il implique que les citoyens puissent se prononcer sur les affaires de la cité, directement ou non mais autant que possible en connaissance de cause. » Or, les indications disponibles, bien que très lacunaires et parfois superficielles, permettent d'en douter. Si les sondages nous apprennent que moins de la moitié des Français peut dire quelle note donne le diapason (43,5%), qui était Rodin (44,4%), à quel siècle vivait Voltaire (41%), ce qui s'est passé à Dien Bien Phu

(40,6%) ou qui a écrit « A la recherche du temps perdu » (22%), c'est surtout dans les domaines économique, politique et scientifique que les connaissances des citoyens pourraient conduire à s'interroger sur la perception collective des termes du débat public.

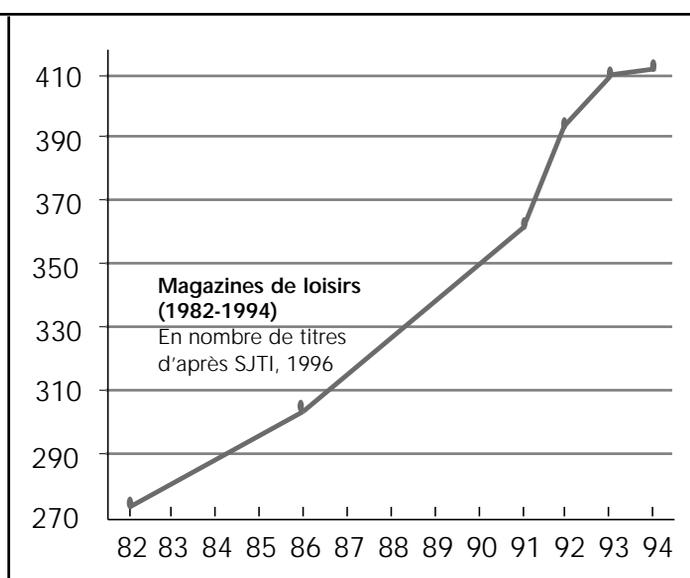
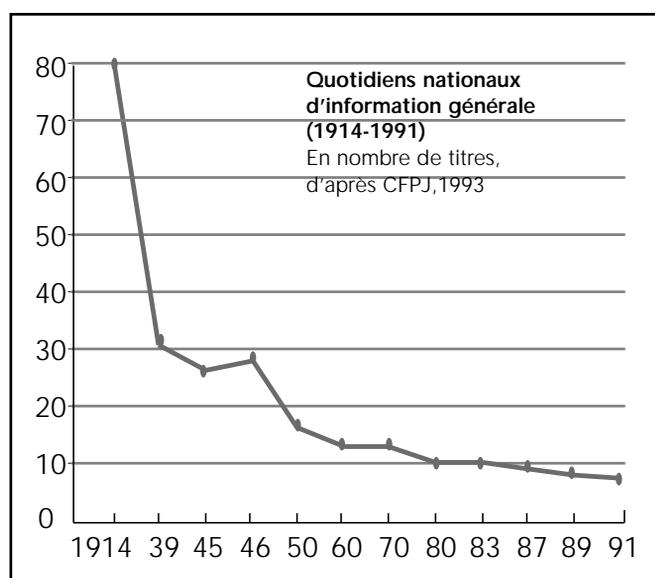
Ainsi une étude de 1971 indique-t-elle que moins d'un quart des personnes interrogées étaient en mesure d'expliquer des mots comme « expansion » et « productivité », et qu'elles n'étaient que 40% à donner un sens à « inflation ». De même, aux U.S.A., les citoyens évaluaient en moyenne le taux d'inflation à 13,5% (quand il n'était que de 2,9%) et 70% d'entre eux pensaient que le déficit budgétaire s'était accru en cinq ans, alors qu'il avait été divisé par 2,5 au cours de cette période. En Suisse, des sondages systématiquement conduits à l'issue de chaque scrutin ont montré qu'en moyenne - sur plus de 40 votations - seuls 19% des électeurs comprenaient assez bien ce pourquoi ils avaient voté.

Sur le plan scientifique, technologique et médical, dont l'actualité montre amplement l'importance, plusieurs sondages ont montré qu'un quart environ des Français (et 14% des cadres supérieurs) persistent à penser que le soleil tourne autour de la terre. Plus d'une personne sur deux ignore si un électron est plus gros ou plus petit qu'un atome, et seul un tiers des Européens savent qu'un légume qui n'a pas été génétiquement modifié contient tout de même des gènes. Ces données ne doivent pas pour autant conduire au schéma élitiste d'une masse ignorante, incapable de penser par elle-même. Non seulement les individus portent globalement sur le monde un regard plus fin que ce que de telles statistiques laisseraient prévoir, mais chacun possède en outre, sur les domaines d'intérêt qui lui sont propres, des savoirs extrêmement développés. Il n'y a pas de têtes vides, mais sans doute des têtes pleines de connaissances de plus en plus différentes. En effet, souligne le rapport, ces domaines d'intérêt particuliers, dont le nombre et la spécialisation ont connu au cours de ce siècle un véritable emballement (qu'on songe à l'impressionnante diversification des spécialités professionnelles, des genres et sous-genres musicaux, des disciplines et sous-disciplines sportives, des domaines et sous-domaines scientifiques...) sont en concurrence directe avec nos modèles classiques d'information générale ou de culture générale.

L'évolution des médias, qu'ils soient « nouveaux » ou traditionnels, traduit précisément ce phénomène, tout en contribuant à l'alimenter. Ainsi, tandis que le nombre de quotidiens nationaux d'information générale n'a cessé de décroître (ils étaient 80 avant la première guerre mondiale, 30 avant la seconde, ils ne sont plus que 7 aujourd'hui, dont deux en très mauvaise santé), le nombre des magazines spécialisés n'a cessé de s'accroître, passant en un demi-siècle de quelques centaines à plus de 3 000.

« *L'intéressant*, note Bertrand Labasse, est que la diffusion globale des magazines de loisirs ne progresse pas: les titres sont simplement plus nombreux à se partager des parts de lectorat plus restreintes autour de thématiques plus spécifiques ».

Le même phénomène de diversification se rencontre dans l'audiovisuel, où, vingt ans plus tôt, n'existaient que quelques grandes chaînes et stations généralistes, ou encore dans l'édition de livres, où le nombre de titres nouveaux ne cesse de s'accroître, tandis que diminue leur tirage moyen. Or, il est facile de voir qu'un nouveau média comme Internet peut favoriser une spécialisation sans précédent, en permettant à ses usagers de ne choisir que les informations qui les intéressent.



Un phénomène cumulatif ?

L'image que peuvent suggérer de telles évolutions est évidemment celle, parfois évoquée, d'une tribalisation, d'une dislocation complète de l'espace public de la communication, au terme de laquelle la « société du savoir » attendue n'aboutirait en fin de compte qu'à une « non-société des micro-savoirs ». Cependant, cette hypothèse extrême se veut plus une alerte motivée qu'une certitude : comme on l'a vu précédemment, la société s'y entend pour déjouer les prédictions trop péremptoires. Il n'en reste pas moins que les enjeux politiques et même civiques du problème sont évidents : « Il ne peut y avoir de choix fondé en raison, ou même de dialogue, voire de lien social, que dans la mesure où les individus concernés entretiennent un cadre de référence commun. » La psychologie sociale rejoint ici le simple bon

sens. Mais si la question mériterait d'être plus attentivement observée à l'avenir, c'est aussi parce que le phénomène paraît cumulatif : moins on est informé de quelque chose, moins on a tendance à l'être. A la fragmentation « horizontale », entre des domaines d'intérêt concurrents, pourrait en effet s'ajouter une fracture « verticale » entre les personnes réceptives à l'information et celles qui le sont moins. Il ne s'agit pas ici du risque de « fracture numérique » (dont le péril, estime l'auteur, est largement surévalué à terme) mais d'un phénomène plus profond, plus ancien, et qui, là encore, concerne autant les médias classiques que les nouvelles technologies : « Si l'avalanche d'informations qui caractérise notre époque doit creuser un fossé, ce ne sera pas un fossé technique mais un fossé cognitif, entre "ceux qui savent" et "ceux qui ne savent pas et qui s'en moquent". » Dès les années 70, en effet, des recherches nord-américaines ont montré un

curieux paradoxe. Alors que l'on pourrait penser que l'afflux d'informations sur une question quelconque tend à combler l'écart entre les citoyens les plus avertis et les autres, ces travaux ont montré que ce qui se produisait était exactement l'inverse. Ainsi, dans le cas d'une question relative à la conquête spatiale, le taux de bonnes réponses des personnes ayant un niveau d'études élevé demeurait proche de celui des personnes les moins instruites tant que ce sujet était peu ou pas évoqué dans les

Dans le théâtre vide

Pour tous ceux qui éprouvent un attachement, fût-il utopique, au modèle de démocratie éclairée rêvé par Condorcet, et surtout pour ceux qui, dans la sphère des médias, sont directement concernés par la préservation de ce modèle, n'importe lequel de ces trois avertissements (les connaissances du public, la fragmentation des sources et le différentiel de réceptivité à l'information) aurait peut-être pu justifier à lui seul une certaine attention. Il se trouve simplement que ce n'est pas le cas : non seulement ces voyants paraissent clignoter dans le vide, mais la France est très loin de disposer des éléments sociométriques qui permettraient d'évaluer sérieusement ce problème : contrairement aux « nouvelles technologies », l'information sociale est une cause sans militants, sans crédits et sans programmes d'étude pragmatiques (comme on l'a vu, nos rares indices sur les connaissances économiques datent de près de trente ans).

« On ne saurait affirmer que la question de la diffusion post-scolaire des connaissances ne suscite jamais aucun intérêt de la part des responsables administratifs et politiques. Toutefois celle-ci n'est, semble-t-il, jamais envisagée à partir de la réalité même des processus de diffusion sociale des connaissances. Lorsque la pensée n'est pas captivée par la nouveauté d'un outil technique (hier le câble, aujourd'hui Internet), elle est automatiquement attirée et étouffée par les deux pôles institutionnels de référence : la culture et l'éducation. Toute réponse doit en effet, autant que possible, relever d'un cadre connu ou concevable : instances culturelles ou dispositifs éducatifs. Il est, en revanche, très difficile de penser ce que l'on pourrait appeler "l'économie souterraine de la connaissance", le secteur informel, d'où procède l'essentiel des échanges dans ce domaine, mais qui ne relève d'aucun cadre institutionnel. D'où l'impression de confusion que laissent de nombreux rapports : comment oser prétendre prendre en compte les nouveaux médias, quand on n'a pas su tenir compte des anciens, pourtant infiniment moins chaotiques ? »

L'essentiel de l'effort collectif en matière de diffusion des connaissances est ainsi fondé sur le développement de l'offre : il faut plus d'émissions ou de chaînes culturelles, plus de musées, etc. En un mot, résume Bertrand Labasse, « il n'y aurait qu'à injecter dans le corps social plus de "bonnes" informations - à l'image du Monsieur Plus popularisé par une marque de biscuits - pour obtenir de meilleurs citoyens. » Cependant, ces outils, s'ils sont évidemment utiles, et même absolument nécessaires ne peuvent rien résoudre à eux seuls : s'adressant globalement aux mêmes « bons élèves » du corps social, ils sont les plus directement confrontés au problème du

médias. Mais quinze ans plus tard, au terme d'une couverture médiatique de plus en plus massive, l'écart entre les bonnes réponses du premier et du second groupe était passé de 6% à 45%. Cette analyse, confortée depuis par de nombreux autres travaux, a conduit à la théorie dite du « knowledge gap » (fossé de connaissances), selon laquelle tout accroissement de l'information disponible accroît plus qu'elle ne les réduit les écarts culturels.

« knowledge gap ». En outre, cette politique de l'offre est soumise à une loi de rendements décroissants : si l'on doublait le nombre des musées, des chaînes culturelles, et même des journaux en général, on ne doublerait certainement pas leur audience.

Puisque l'enjeu n'est pas dans la quantité d'informations, il se trouve peut-être dans leur qualité et leur pertinence pour les citoyens. La diffusion des connaissances jugées importantes pour la société ne relève pas de l'évangélisation : elle s'inscrit dans un jeu à somme nulle où toute information est en concurrence avec beaucoup d'autres (par exemple les résultats sportifs), et la fragmentation des médias et des activités de loisirs ne fait que rendre cette concurrence plus rude. Or divers exemples évoqués dans cette étude - tels que les campagnes en faveur de l'Euro - montrent à quel point les acteurs publics ou médiatiques sont désarmés face à cette évolution, qu'accompagne en outre la nécessité de traiter des informations de plus en plus complexes.

Donner plus de sens et de crédibilité à l'information commune, en un mot plus d'intérêt, constitue un défi d'autant plus redoutable, que, comme on l'a vu, la plupart des données nécessaires font défaut. Il n'y a pas non plus, en France, de réels travaux appliqués consacrés à la méthodologie de l'information, problématique trop abstraite pour les praticiens et trop triviale pour les chercheurs en sciences sociales.

Tel est le paradoxe : les pistes d'action ne manquent pas, et - comme le montrent certains exemples étrangers - elles pourraient profiter autant aux journalistes et aux entreprises de presse qu'à la sphère publique en général, mais nul ne paraît s'en soucier. Parce qu'ils concernent tout le monde, les problèmes de l'information ne semblent relever de personne en particulier.

Pourquoi en irait-il autrement, conclut Bertrand Labasse : « Si délabré que soit le grand théâtre de la communication publique, il fonctionne encore, même si ses fauteuils se vident peut-être lentement : des élections ont lieu, des journaux paraissent, et les plans se succèdent pour préparer l'entrée dans la société de l'information. Tout va bien... »

L'étude « *Information et citoyenneté ; des fissures dans la "société du savoir" »* peut être demandée à la Mission Prospective et stratégie d'agglomération



Mission
"prospective
et stratégie
d'agglomération"

Grand Lyon
20, rue du Lac
69003 LYON

Contact :
Jean-Loup MOLIN
Tél. 04 78 63 46 78

Patrick LUSSON
Tél. 04 78 63 46 65
Fax: 04 78 63 48 80

Mel : millenaire3@grand
lyon.org