

***La mondialisation de la communication* d'Armand Mattelart,
Paris, Presses universitaires de France, coll. « Que sais-je? », 2^e
édition corrigée, 128 p.**

Philippe Ross

Volume 18, numéro 2, 1999

Démocratie et réseaux de communication

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/040178ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/040178ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Société québécoise de science politique

ISSN

1203-9438 (imprimé)

1703-8480 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer ce compte rendu

Ross, P. (1999). Compte rendu de [*La mondialisation de la communication* d'Armand Mattelart, Paris, Presses universitaires de France, coll. « Que sais-je? », 2^e édition corrigée, 128 p.] *Politique et Sociétés*, 18(2), 145–147.
<https://doi.org/10.7202/040178ar>

Tous droits réservés © Société québécoise de science politique, 1999

Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter en ligne.

<https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/>

érudit

Cet article est diffusé et préservé par Érudit.

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche.

<https://www.erudit.org/fr/>

La mondialisation de la communication

de Armand Mattelart, Paris, Presses universitaires de France, coll. « Que sais-je ? », 2^e édition corrigée, 128 p.

Armand Mattelart nous indique, en questionnant les termes « mondialisation » et « globalisation », la démarche qu'il favorise dans cet ouvrage : la pratique du doute méthodique à l'égard de ces appellations, afin de réfuter « l'idée de l'a-topie sociale des mots qui nomment le monde, pour identifier le lieu d'où parlent leurs concepteurs et leurs opérateurs » (p. 4). Si les perspectives d'un monde unifié grâce aux réseaux de communication ont certes de quoi enivrer les acteurs sociaux les plus divers, des grandes sociétés transnationales au simple citoyen, il faut savoir, nous dit A. Mattelart, que la constitution des réseaux est mue par une lutte incessante pour la maîtrise du monde. L'auteur cherche donc à élucider ce qui tient de la « mythologie globaliste » à l'ère dite de la mondialisation/globalisation, en y opposant ce qui revient à la réalité concrète, qu'il juge moins réjouissante.

Selon l'auteur, l'internationalisation de la communication est tributaire de deux universalismes, sur la base desquels deux projets distincts de « construction d'un espace mondial sans entrave » (p. 5) chercheront à se développer : d'un côté, l'idéologie humaniste des Lumières, visant la réalisation de l'idéal démocratique par la constitution des « grandes Républiques démocratiques » ; de l'autre, le libéralisme et son principe de la libre circulation des biens et de la main-d'œuvre, nécessaire à la création de la « République mercantile universelle ». A. Mattelart s'emploie à démontrer comment, au gré des grands événements des derniers siècles – guerres, innovations technologiques, etc. – les ambitions économiques ont pris le pas sur les considérations démocratiques dans la constitution de cet espace mondial libre de tout obstacle.

En parcourant ce « Que sais-je ? », tant les habitués d'Armand Mattelart que les lecteurs du *Monde diplomatique*, mensuel dans lequel l'auteur publie

régulièrement des articles qui offrent un aperçu ponctuel de ses recherches, se trouveront en terrain familier: production culturelle et développements technomédiatiques y sont présentés comme armes d'une forme moderne et insidieuse d'impérialisme à double tranchant, soit l'économique et l'idéologique.

La principale force de son ouvrage consiste certainement à retracer, au fil des siècles, le développement des techniques de communication et la création d'institutions politiques, économiques, médiatiques et publicitaires diverses – d'abord internationales, puis transnationales – qui investissent l'appellation de phénomènes, tels que la globalisation, d'une charge foncièrement idéologique. Pour A. Mattelart, la globalisation, loin de constituer un phénomène fortuit et spontané, serait le dernier avatar d'un projet de « République mercantile universelle » parvenant à son aboutissement.

À cet effet, l'essor de ce que l'auteur appelle la « cyberéconomie », cet espace virtuel, transnational (et non plus simplement international) d'échanges, constitué de la géofinance et des flux boursiers, présage « le déboîtement général de l'organisation économique mondiale par rapport au territoire sur lequel s'assied la souveraineté nationale » (p. 81). Il ne faut cependant pas voir dans cette dislocation économique, et dans la remise en cause de la territorialité qu'elle suscite, une transformation salutaire qui ferait de la planète un village global, enfin libéré des divisions nationales et culturelles. Au contraire, A. Mattelart soutient que les réseaux sont dopés par une logique d'exclusion : « imbriqués qu'ils sont dans la division internationale du travail, [ils] hiérarchisent l'espace et conduisent à une polarisation toujours plus grande entre le(s) centre(s) et le(s) périphérie(s) » (p. 100).

Les réseaux économiques transnationaux ne feraient donc qu'accentuer les inégalités et, par conséquent, les luttes de pouvoir, identitaires, économiques et culturelles; d'où la nécessité de mettre en place des mécanismes visant à désamorcer les conflits potentiels. Ces mécanismes, essentiellement de nature idéologique, forment le tout cohérent, la « philosophie holiste » (p. 82), que Mattelart nomme « globalisation ».

La globalisation incarne l'idéal cybernétique d'une entité systémique et autorégulée – en l'occurrence, par les lois du marché – qui doit impérativement s'affranchir des contraintes sociales pouvant nuire à son bon fonctionnement. Pour se réaliser, l'idéologie globaliste investit subrepticement la sphère sociale par l'entremise de l'acteur-entreprise, qui fait de la communication un outil de gestion stratégique conduisant à l'abandon des repères géographiques et des traditions nationales au profit de communautés de consommation constituées suivant des « socio-styles ». L'acteur-entreprise est consacré agent politique de premier plan, et « tout se passe comme si le statut de consommateur était l'équivalent de celui de citoyen » (p. 106).

On s'étonnera peut-être de ne trouver dans l'ouvrage de A. Mattelart aucune réflexion sur le rôle que pourraient être appelés à jouer les hypermédiats interactifs – qui, eux, sont résolument nouveaux – dans les dynamiques politiques, économiques, identitaires et culturelles générées par la globalisation. On ne peut douter que ces technologies sont bien pourvues de potentialités nouvelles, qui peuvent soit être enrôlées dans l'entreprise

hégémonique dépeinte par l'auteur, soit, au contraire, ouvrir sur des perspectives plus démocratiques. Une chose est certaine cependant : ces « nouvelles » technologies sont l'objet de luttes pour leur appropriation. À la décharge de l'auteur, toutefois, il faut rappeler qu'il fait surtout l'histoire des idées, et non des techniques, qui informent le processus de globalisation : « Noyau dur des discours sur la société de l'information, l'argumentation globaliste n'en déborde pas moins la question des réseaux techniques et le cercle des firmes mondiales. Elle incarne une façon générale d'aborder les problèmes de la géopolitique et de conjurer l'ensemble des périls qui guettent la planète » (p. 123).

En définitive, on saura gré à Armand Mattelart d'avoir constitué un récit cohérent, enrichi de repères historiques utiles, qui permet d'inscrire les développements sociétaux des dernières années dans un continuum et de prendre un certain recul, nécessaire, vis-à-vis des discours incantatoires sur la société de l'information. Il s'agit sans conteste du principal mérite de cet ouvrage, que l'on soit d'accord ou non avec les postulats idéologiques qui en constituent les lignes de force.

Philippe Ross
Université de Montréal