

Cultures, Sociétés et Numérique

Les Éditions IEIM ont également publié :

Fonseca Patricia. *Droit de la protection du consommateur au Québec et au Brésil. Une analyse comparée*, coll. Thèse, Montréal, Éditions IEIM, 2016.

Brunelle Dorval, dir. *Gouvernance. Théories et pratiques*, 2^{éd.}, Montréal, Éditions IEIM, 2016.

Brunelle Dorval, dir. *La mission sociale des universités dans les Amériques*, Montréal, Éditions IEIM, 2015.

Brunelle Dorval, dir. *L'ALENA à 20 ans : un accord en sursis un modèle en essor*, Montréal, Éditions IEIM, 2014.

Labelle Micheline, Rachad Antonius et Pierre Toussaint, dir. *Les Nationalismes québécois face à la diversité ethnoculturelle*, 2^e édition, Montréal, Éditions IEIM, 2014.

Brunelle Dorval, dir. *Travail et commerce : clauses sociales, responsabilité sociale et accords transnationaux d'entreprise*, Montréal, Éditions IEIM, 2013.

Mayer Stéphanie. *Les effets de la libéralisation des marchés sur les conditions de travail et de vie des femmes. Le cas Wal-Mart*, Montréal, Éditions IEIM, 2013.

Brunelle Dorval, dir. *Communautés Atlantiques/Atlantic Communities. Asymétries et convergences*, Montréal, Éditions IEIM, 2012.

Rioux Michèle, dir. *Débordement sécuritaire*, Montréal, Éditions IEIM, 2012.

Brunelle Dorval, dir. *Gouvernance. Théories et pratiques*, Montréal, Éditions IEIM, 2010.

Cultures, Sociétés et Numérique

Actes de colloque organisé par le Centre d'études sur l'intégration et
la mondialisation (CEIM), UQAM
Montréal, 15 et 16 octobre 2015

Sous la direction de

Michèle Rioux, Destiny Tchéhouali et Felipe Verdugo

**Éditions IEIM
2017**

Distribution Les Éditions de l'Institut d'études
internationales de Montréal
Université du Québec à Montréal
Case postale 8888, succursale Centre-ville
Montréal (Québec) H3C 3P8
Téléphone : 514 987-3667
Télécopieur : 514 987-6157
Courriel : ieim@uqam.ca
Commande par internet :
www.ieim.uqam.ca

Les Éditions de l'Institut d'études internationales de Montréal
ISBN 978-2-9816895-0-4
Dépôt légal – Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2017

Les textes publiés par les Éditions de l'Institut d'études internationales de Montréal n'engagent que la responsabilité de leurs auteurs.

Directrice de l'édition
Kim Fontaine-Skronski

Édition
Pierrick Pugeaud

Féminin – masculin
Tous les termes qui renvoient à des personnes sont pris au sens générique; ils ont à la fois la valeur d'un masculin et d'un féminin.

Afin de faciliter la lecture des notes de bas de page, les références électroniques ont été reportées en bibliographie.

Table des matières

Introduction

Michèle Rioux, Destiny Tchéhouali et Felipe Verdugo....3

I. La gouvernance de la culture à la jonction de trois mondes : commerce, culture et numérique

The European Parliament as an actor in the global governance of culture. From voice to influence?

Antonios Vlassis13

Quelle gouvernance pour les acteurs du numérique? Retour sur le débat de la « taxe Netflix » au Canada

Simon Claus.....47

Économie créative, innovation et technologies numériques : Risques pour l'avenir des politiques culturelles face à la nouvelle articulation entre culture et économie

Felipe Verdugo.....87

II. Culture, développement et numérique : nouvelles fractures ou saut technologique pour les pays en développement

Les opportunités du numérique pour la culture dans les pays en développement : Exemple du rôle de l'Internet mobile dans l'accès et la consommation de contenus africains

Destiny Tchéhouali.....127

Développement et Culture à l'ère du « tout numérique » : Une problématique à repenser ou à renouveler?

Ndiaga Loum.....153

Diversité culturelle à l'ère du numérique. De la diversité à la fracture créative
Alain Kiyindou.....185

III. Bonnes pratiques et indicateurs sur la diversité culturelle à l'ère du numérique

Good Practices for Cultural Diversity in the Digital Audiovisual Media Landscape
Luis A. Albornoz.....217

Indicateurs de diversité de la consommation culturelle au Québec
Dominique Jutras.....249

IV. Enjeux et défis techniques, linguistiques, socioculturels et éducatifs liés à l'appropriation du numérique et à l'évolution d'Internet

Annuaire multiples dans Internet : Des Racines Ouvertes, l'élément qui modifie la donne
Louis Pouzin et Chantal Lebrument.....267

Big data: In search of World-society
Lei Yan.....285

L'institution éducative à l'ère du numérique : Quelles transformations?
Aïcha Benamar.....311

Mot de la fin

Le numérique : Vecteur de la coopération internationale
Line Beauchamp.....339

Résumé des contributions.....347

Introduction

Organisé par le CEIM, le Colloque international *Cultures, Sociétés et Numérique* s'est tenu en octobre 2015 à Montréal en marge des célébrations du 10^e anniversaire de la *Convention de l'UNESCO sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles* (CDEC). Ce colloque s'inscrivait dans le cadre d'un programme de recherche visant non seulement à mobiliser, à utiliser et à diffuser des connaissances sur les effets transformateurs de la révolution numérique sur les sociétés, mais aussi à confronter les importants questionnements issus du milieu universitaire aux préoccupations de la société civile, des gouvernements et des acteurs privés face à cette problématique.

Le numérique, et tout particulièrement Internet, transforme fondamentalement l'économie de la création dans toutes ses dimensions, soient-elles politiques, culturelles, sociétales ou économiques. Ces transformations sont accompagnées d'opportunités pour l'économie (industries créatives, commerce électronique), le développement (saut technologique, renforcement des capacités) et la gouvernance (villes intelligentes, coopération internationale et politiques publiques). Or, dans le même temps, le numérique pose aussi de nombreux défis aux acteurs privés et publics ainsi qu'à la société en générale. Ces défis touchent à la monétisation d'œuvres artistiques, à la classification de biens et services culturels dans les accords commerciaux ainsi qu'à l'adaptation et à l'application des cadres réglementaires qui encadrent le développement des différents secteurs des industries culturelles à l'ère du numérique.

Aujourd'hui plus que jamais, le développement économique et commercial, les droits de propriété intellectuelle, les télécommunications et les industries culturelles sont en interconnexion en raison de l'émergence des nouvelles technologies de l'information

Introduction

et des communications (TIC). Cette convergence et cette interconnexion sectorielle, liée aux recombinaisons industrielles que provoque le numérique, entraînent des incertitudes sur les plans politiques, juridiques et économiques ainsi que de profondes transformations des relations entre cultures et sociétés, qui elles-mêmes sont influencées par l'évolution de la culture numérique et des habitudes de consommation culturelle à l'ère du numérique.

À ce jour, bien qu'il existe une profusion de travaux se consacrant à l'insertion sociale des TIC, et ce depuis les années 90 et 2000, peu de recherches s'intéressent à cette thématique sous l'angle d'une analyse intersectorielle traitant de l'articulation culture-commerce-télécommunications et de ses effets sur la transition numérique des sociétés en réseaux. Parce que la technologie numérique est désormais perçue comme un moteur économique, elle détient une place importante dans la croissance économique des pays et des firmes, et dans la réaffirmation de leur leadership au sein de l'économie mondialisée. Cependant, l'Internet fait également tomber les frontières tout en ébranlant les certitudes dans plusieurs domaines des politiques publiques. De ce fait, l'exploration et la compréhension des interactions entre les différents secteurs dans un contexte de transversalité sont d'autant plus importantes qu'à l'ère du numérique il apparaît de moins en moins possible de séparer les domaines national et international puisqu'ils sont désormais imbriqués dans une dynamique transnationale. Les questionnements développés dans le cadre de ce colloque portent donc essentiellement sur les opportunités et les défis que pose la régulation transnationale et transversale induite par la nouvelle économie numérique et ses effets sur l'avenir de la diversité des expressions culturelles. Deux questions de recherche s'imposent : d'abord, comment conceptualiser

la régulation liée à la promotion et à la protection de la diversité des expressions culturelles à l'ère d'Internet et du numérique? Ensuite, qui peut le faire, et ceci dans une perspective de différenciation et de redéfinition des rôles et des modes de régulation?

Faisant suite aux recommandations du colloque *L'articulation commerce-culture à l'ère du numérique*, organisé en mars 2014 par le CEIM, le colloque *Cultures, Sociétés et Numérique* s'est tenu dans l'esprit de construire un réseau de connaissances et d'acteurs autour de l'observation des transformations sociétales qui affectent ou qui sont déclenchées par l'évolution dynamique des relations entre les trois mondes que sont le commerce, la culture et le numérique, en particulier dans un contexte de croissance du volume des échanges culturels mondiaux par le biais du commerce électronique. Ainsi, le colloque visait deux objectifs généraux. Premièrement, il constituait une occasion pour partager et discuter les principaux résultats de l'étude intitulée *Pour une culture en réseaux diversifiée – Appliquer la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles (CDEC) à l'ère du numérique*, réalisée en 2015 par le CEIM pour le compte du Ministère des Affaires étrangères et du Développement international et du Ministère de la Culture et de la Communication de la France. Deuxièmement, il s'agissait de mener une réflexion plus approfondie, qui au-delà d'analyser l'application de la CDEC dans l'environnement numérique, cherche à explorer dans une perspective plus large les défis complexes liés à la transition numérique des sociétés, des cultures et de l'économie créative. En offrant une tribune commune à des professionnels de la culture, des représentants de la société civile et d'organismes gouvernementaux ainsi qu'à des experts nationaux et internationaux et des universitaires provenant de différents horizons et disciplines, le colloque a ainsi permis de

Introduction

repenser le numérique et les modalités de son articulation avec la culture, la gouvernance, l'économie et le développement.

Dans le cadre de ces Actes, les contributions des auteurs sont regroupées en quatre grandes thématiques. La première propose une réflexion sur les trajectoires de gouvernance des politiques culturelles, économiques et sociales à l'ère du numérique ainsi que sur les conditions de création d'un environnement institutionnel qui permettrait aux États de mieux maîtriser la révolution numérique et d'en faire bénéficier les fruits à leurs citoyens. L'émergence institutionnelle actuelle témoigne de l'importance de nouveaux enjeux qui ne trouvent pas de réponse aux niveaux national et international. D'où la notion de « gouvernance globale », un mode de gouvernance axé sur des « réseaux » composés d'acteurs publics et privés, impliqués activement dans la régulation mondiale. La contribution d'Antonios Vlassis se penche ainsi sur la gouvernance globale des industries culturelles au sein de l'Europe. Il s'appuie principalement sur le rôle stratégique du Parlement européen et l'influence de ses décisions et arbitrages sur la politique extérieure de l'Union européenne, en particulier le traitement de la culture dans le cadre des négociations commerciales transatlantiques. Simon Claus, pour sa part, revient sur les enjeux entourant l'évolution du cadre réglementaire des médias dans un contexte d'explosion du numérique à l'aune du cas de la radiodiffusion canadienne, et tout particulièrement des débats autour de la « taxe Netflix ». En tenant compte du changement de paradigme provoqué par l'introduction de la notion d'industries créatives dans le domaine culturel, le texte de Felipe Verdugo présente, quant à lui, quelques enjeux pour l'avenir des politiques culturelles face à la nouvelle articulation entre économie créative, innovation et technologies numériques.

La deuxième thématique est axée sur le lien entre culture, développement et numérique. Elle traite des opportunités et des risques concrets du numérique pour la diversité des expressions culturelles, en particulier dans le cas des pays en développement. Dans son texte, Destiny Tchéhouali explore les nouvelles opportunités du numérique pour la diversité des expressions culturelles dans les pays en développement. Il présente des exemples d'usages et de services numériques, notamment reliés à l'utilisation de l'Internet mobile en Afrique et susceptibles de stimuler la diffusion et d'accroître la consommation diversifiée de contenus culturels dans les pays en développement (en particulier en Afrique). De son côté, Ndiaga Loum argumente que la thématique de la diversité culturelle peut être une source de réconciliation entre défenseurs des divers modèles théoriques existants pour penser le développement. Ainsi, elle permettrait la construction d'un nouveau paradigme qui associe développement et identité culturelle à l'ère du « tout numérique ». Quant à la contribution d'Alain Kiyindou, elle est centrée sur le terrain africain et propose une réflexion sur l'importance accrue de la créativité, et donc de l'innovation et de l'imaginaire, dans la transformation de l'espace social et leur rôle déterminant dans l'aggravation ou la réduction des fractures culturelles.

La troisième thématique développée dans ces Actes concerne les réponses apportées par différents acteurs face aux enjeux que pose le numérique pour nos sociétés et nos cultures ainsi que les défis liés au développement d'indicateurs pouvant mesurer la diversité culturelle dans l'environnement numérique. Ainsi, Luis A. Albornoz propose d'abord une réflexion autour de la signification, de l'origine et de l'évolution de la notion de « bonnes pratiques ». Il présente ensuite deux projets promouvant la diffusion dans l'environnement numérique de contenus audiovisuels produits par des minorités culturelles.

Introduction

Dominique Jutras présente, quant à lui, des indicateurs de diversité de la consommation culturelle au Québec. Spécifiquement, l'auteur démontre que dans un contexte de circulation transnationale des biens et services culturels en ligne, il est de plus en plus difficile de produire des statistiques de qualité pouvant illustrer l'état de la diversité culturelle, notamment à l'aide des parts de marché des produits nationaux. Malgré ceci, les rares données disponibles tendent à démontrer que la part de marché des produits nationaux sur les plateformes numériques semble inférieure à celle qui prévalait dans les ventes des produits physiques.

La quatrième thématique touche à trois sujets distincts, mais liés aux enjeux et défis techniques, linguistiques et éducatifs liés au développement de l'Internet et à l'appropriation de l'environnement numérique. Premièrement, Louis Pouzin et Chantal Lebrument font un bref rappel de la genèse de l'Internet et expliquent comment l'architecture décentralisée de l'Internet et l'interprétation de son code initial ont permis d'en faire un outil multilingue et ouvert, à la disposition de toutes les communautés linguistiques. Deuxièmement, la contribution de Lei Yan étudie la dimension linguistique de l'encyclopédie en ligne Wikipédia et ses effets sur la construction d'une société-Monde dans laquelle le *Big Data* prend de plus en plus d'importance, notamment en termes de hiérarchisation, de structuration, d'accès et de partage des savoirs. Troisièmement, le texte d'Aïcha Benamar présente les résultats d'un projet de recherche s'intéressant aux transformations de l'institution éducative et à l'évolution des méthodes pédagogiques face à une utilisation accrue des technologies numériques. À travers différents entretiens collectifs réalisés auprès des enseignants et des étudiants, ce projet visait à démontrer s'il est possible de parler aujourd'hui de culture

numérique dans les environnements scolaire et universitaire, en particulier dans le contexte algérien.

Finalement, l'allocution de Line Beauchamp, ancienne représentante du Québec au sein de la Délégation permanente du Canada à l'UNESCO et actuelle déléguée générale du Québec à Paris, est utilisée en guise de mot de la fin dans le but de mettre en lumière l'importance du numérique en tant que vecteur d'une coopération internationale accrue au service du renforcement de la promotion et de la protection de la diversité des expressions culturelles, à l'heure de la mise en réseaux des cultures.

Michèle Rioux, directrice du Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation (CEIM)
Destiny Tchéhouali et Felipe Verdugo, chercheurs associés au CEIM

I. La gouvernance de la culture à la jonction de trois mondes : commerce, culture et numérique

The European Parliament as an actor in the global governance of culture. From voice to influence?

Antonios Vlassis¹

The *Convention on the protection and the promotion of the diversity of cultural expressions*² has so far received the membership of 143 States and of the European Union (EU). It is now a main international instrument within the global governance of cultural industries, challenging the scope of bilateral and multilateral trade agreements and establishing new practices regarding the link “culture and development”.

The EU has played a critical role in the negotiation leading to the CDCE’s adoption. It participated as a single

¹ Dr. Antonios Vlassis est chargé de recherches-FNRS (Fonds national de la recherche scientifique) au sein du Center for International Relations Studies (CEFIR) à l’Université de Liège. Il est membre du Centre d’études sur l’intégration et la mondialisation (CEIM) à l’Université du Québec à Montréal, ainsi que membre du forum mondial «U40-Cultural diversity 2030». Ses intérêts de recherche portent sur la mondialisation culturelle, la diplomatie culturelle et la coopération internationale et régionale en matière de culture. Son ouvrage intitulé *Gouvernance mondiale de la culture : de l’exception à la diversité* est paru en 2015 aux Presses universitaires de Liège.

² *Convention on the protection and the promotion of the diversity of cultural expressions*, 2005, 2440 UNTS [CDCE].

entity within the intergovernmental UNESCO arena and it spoke with two voices during the negotiations, that of the European Commission (hereafter the Commission or “EC”) and that of the Presidency of the European Council. In April 2005, the European Parliament (hereafter the Parliament or “EP”) published a resolution on working towards a Convention on the protection of the diversity of cultural content and artistic expression³ and it pointed out that “the Convention represents a serious attempt to address the challenges posed to cultural diversity through globalisation and international trade policy and welcomes the process of establishing a binding standard-setting instrument for the protection of cultural diversity”⁴, insisting also that “the Commission should not only provide the Council with updates on the negotiations within UNESCO, but must also ensure that Parliament is kept fully informed”⁵.

My chapter deals with the role played by the Parliament and its international actorness in order to influence the agenda of the global governance of cultural industries, and in particular its ability to promote the CDCE within its international relations and the EU international agreements. Besides, Cofelice and Stavridis argue that parliamentarians engage in international affairs “by trying to influence foreign policy, mainly through national parliaments, conducting diplomatic relations (known as *parliamentary diplomacy*), and establishing and

³ European Parliament, 2005, *Resolution on working towards a Convention on the protection of diversity of cultural content and artistic expression*.

⁴ *Ibid.*

⁵ *Ibid.*

empowering parliaments as representative bodies of international or regional organizations”⁶.

More concretely, after the entry into force of a the *Treaty of Lisbon*⁷ in 2009, the Parliament, without strong formal role in the previous decades, can give or withdraw its consent to most international agreements and its competences have increased. It’s now capable of controlling the Commission during both the agenda setting and the negotiation stages⁸. Its involvement is set to transform both its relationship with the European Council and its capacity to influence the Commission, which plays an overarching role in defining, defending and pursuing the interests of the EU – of this “unique, multileveled and transnational political system”⁹. In addition, the Framework Agreement between the European Parliament and the European Commission¹⁰ makes explicit the involvement of the Parliament by stating that the

⁶ Andrea Cofelice and Stelios Stavridis, 2014, “The European Parliament as an International Parliamentary Institution (IPI)” 19:2 *European Foreign Affairs Review* 145-178, p. 146.

⁷ European Union, 2007, *Treaty of Lisbon Amending the Treaty on European Union and the Treaty Establishing the European Community*, 2007/C 306/01.

⁸ See Ricardo Passos, 2011, “The European Union’s External Relations a Year After Lisbon: a first evaluation from the European Parliament” in Panos Koutrakos, ed., *The European Union’s External Relations a year after Lisbon*, Center for the Law of EU external relations, Working Papers, n°3; Laura Richardson, 2012, “The post-Lisbon Role of the European Parliament in the EU’s Common Commercial Policy: Implications for Bilateral Trade Negotiations” 5 *EU Diplomacy Paper*.

⁹ Andrew Moravcsik, 1998, *The choice for Europe, social purpose and state power from Messina to Maastricht*, Ithaca, Cornell University Press, p. 1.

¹⁰ European Union, 2010, *Inter-institutional agreements: Framework Agreement on relations between the European Parliament and the European Commission*, L/304.

Commission shall provide the Parliament with all the information on the negotiation and conclusion of international agreements “in sufficient time for the European Parliament to be able to express its point of view if appropriate, and for the Commission to be able to take Parliament’s views as far as possible into account”¹¹.

On the one hand, by global governance of cultural industries¹², I mean a system for organizing the relations of power and of regulation at the world level¹³. It’s composed of rules, norms and institutions, affecting several aspects of cultural goods and services (creation, production, distribution, exhibition, status of artist, etc.) and allowing the involved actors to coordinate their practices in a context of disaggregated sovereignty¹⁴, of polyarchic authority¹⁵ and of absence of global government¹⁶. The global governance of cultural industries is not necessarily a harmonious and static approach for today’s international cultural relations, but rather a

¹¹ *Ibid.* p. 51.

¹² See Antonios Vlassis, 2015, “Soft power, global governance of cultural industries, and rising powers: the case of China” 22:4 *International Journal of Cultural Policy* 481-496; Antonios Vlassis, 2014, “Le numérique, nouvelle frontière de la gouvernance mondiale des industries culturelles?” 59:2 *Revue de droit de l’Université de Liège* 283-300.

¹³ Luis Cabrer, ed., 2011, *Global governance, global government: institutional visions for an evolving world*, Albany (NY), Sunny Press.

¹⁴ Anne-Marie Slaughter, 2005, *A new world order: Government networks and the Disaggregated State*, Princetown, Princeton University Press.

¹⁵ Deborah D. Avant, Martha Finnemore and Susan K. Sell, eds., 2010, *Who Governs the Globe?*, New York, Cambridge University Press.

¹⁶ James Rosenau, 1997, *Along the Domestic-Foreign Frontier, Exploring Governance in a Turbulent World*, New York, Cambridge University Press.

continuous process within which a constant game of bargaining, exchanges, and political battles is made¹⁷.

On the other hand, recent research offers useful insights on the Parliament's role in EU external relations and its capacity to influence and shape the world affairs agenda in a variety of fields¹⁸, on the inter-regional relations established by the Parliament¹⁹, as well as on the Parliament's actorness vis-à-vis the Commission and the European Council regarding the international negotiations²⁰. Even though recent scholarship has explored many dimensions of the EP's international relations, it focuses more on policy outcomes rather than on policy process and it aims to assess the overall impact of the Parliament in the EU external affairs. Conversely, my contribution is more concerned with analysing the policy process through which the EP's strategy is formulated in light of an international normative tool such as the CDCE, and with understanding how the EP's

¹⁷ Marie-Claude Smouts, 1998, "La coopération internationale: de la coexistence à la gouvernance mondiale" in Marie-Claude Smouts, ed., *Les nouvelles relations internationales. Pratiques et théories*, Paris, Presses de Sciences Po, 135-60.

¹⁸ Stelios Stavridis and Daniela Irrera, eds., 2015, *The European Parliament and its International Relations*, London, Routledge.

¹⁹ Olivier Costa, Clarissa Franzoi Dri and Stelios Stavridis, eds., 2013, *Parliamentary dimensions of regionalization and globalization: the role of inter-parliamentary institutions*, Basingstoke, Palgrave Macmillan.

²⁰ Manfred Elsig and Cédric Dupont, 2012, "European Union meets South Korea: Bureaucratic interests, Exporter discrimination and the negotiations of trade agreements" 50:3 *Journal of Common Market Studies* 492-507; Servent Ariadna Ripoll, 2014, "The role of the European Parliament in international negotiations after Lisbon" 21:4 *Journal of European Public Policy* 568-86; Lore Van den Putte, Ferdi De Ville and Jan Orbie, 2014, "The European Parliament's New Role in Trade Policy: Turning power into impact" 89 *Center for European Policy Studies Report*.

cultural action emerges, from whom and why. In this sense, my paper attempts to analyse empirically not only the EP's interests and strategies about the CDCE's normative framework and its place within the EU external relations, but also the ways that the Parliament shapes the process of the global governance of cultural industries, challenging its political asymmetries and hierarchies.

The chapter addresses the issue in five main steps. It firstly draws up an inventory of the EU's role within the global governance of cultural industries. It furthermore provides an analysis of the EP's preferences on the issue "Culture in EU external relations", emphasizing the growing role of the Parliament about the interface "trade and culture". Finally, it highlights the EP's voting results in order to illustrate the cleavages towards the issues of the global governance of cultural industries and deals with the activities of the EP with several national and regional parliaments for understanding the place of the cultural sector in the Parliament's diplomacy.

1. The EU and the global governance of cultural industries: the rise of an international actor

The CDCE recognizes the importance of cultural public policies for the protection and the promotion of diversity of cultural expressions as well as the specificity of cultural goods and services. It seeks also to integrate culture in the development policies and to reinforce the international cultural cooperation through the strengthening of transparency, the regular sharing of expertise and information between the Parties, the preferential treatment for developing countries, and the setting up of an International Fund for Cultural Diversity.

From voice to influence?

As Party to the CDCE, the EU has the formal right to implement and promote the CDCE in the same way as the Member States. The European Agenda for culture in a globalizing world, launched by the Commission in 2006 and adopted in 2007 is the first policy framework for culture at EU level²¹. It recognizes explicitly the EU as a cultural actor in external relations and it claims a leading role for the EU with respect to the CDCE's norms. More precisely, the Agenda is based on the provisions of the CDCE, seen as fully compatible with the *acquis communautaire* of the EU and it proposes three strategic crosscutting objectives: (a) cultural diversity and intercultural dialogue; (b) culture as a catalyst for creativity and innovation²²; (c) culture in the EU's international relations. The third objective of the Agenda includes the enhancement of the role of culture in the EU's external relations and development policy as well as the promotion of the CDCE and of its implementation at international level²³. In accordance with the European

²¹ European Commission, 2007, *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on a European agenda for culture in a globalizing world*, COM 242, final.

²² Annabelle Littoz-Monnet argues that the 2007 Commission's Communication on the Agenda "institutionalizes and gives visibility to the 'creativity frame' [...] the Commission presents culture as a direct source of creativity, defining creativity in terms of its potential for social and technological innovation, and thus as important driver of growth, competitiveness and jobs [...] the terms, culture, creativity and innovation, are used as one being the source of the other in a rather artificially articulated triadic relationship between 1. Culture as a source of creativity, 2. Creativity as a necessary factor for technological innovation, and 3. Technological innovation as conducive to growth and competitiveness". 2012, "Agenda-Setting Dynamics at the EU level: the case of the EU cultural policy" 34:5 *Journal of European Integration* 505-22, p. 510.

²³ European Commission, 2007, *supra* note 21, p. 10.

Agenda, the following official documents reaffirm the development of a new and more pro-active cultural role for the EU: (i) in 2008, the *Cannes Declaration* presented on the European Day of the Cannes Film Festival, acknowledged “the utility of reinforcing audiovisual cooperation measures in the cooperation and trade agreements concluded the European Union and third countries”²⁴; (ii) the European Council has adopted in 2008 the conclusions “on the promotion of cultural diversity and intercultural dialogue in the external relations of the Union and its Member States”; (iii) in 2009, the Commission presented a working document on the “External Dimension of Audiovisual Policy”; (iv) in 2014, the report on Culture in EU external relations was carried out by an expert team on behalf of the European Union and it suggested “a more vigorous promotion of cultural diversity in the spirit of the 2005 *UNESCO Convention*”²⁵.

Furthermore, the *Protocol on Cultural Cooperation* is a new policy instrument elaborated by the Commission in order to promote the CDCE within the international trade law and its implementation through the bilateral trade agreements. Since 2008, the EC has introduced in total four protocols²⁶: the protocol with the CARIFORUM

²⁴ European Commission, May 19 2008, *Cannes Declaration/Declaration of European Audiovisual Affairs Ministers and of the European Commission member responsible for the Information Society and Media*, Cannes, Cannes Festival [*Cannes Declaration*].

²⁵ Yudhishthir Raj Isar and *al.*, 2014, *Preparatory action: Culture in EU external relations*, Brussels, European Union, p. 9.

²⁶ In 2011, the Commission signed also a Joint Program on Culture with the Ministry of Culture of Brazil. This Program set in motion a series of initiatives for the implementation of the CDCE. The terms of the Program are not so developed like those of the protocol, even if some priorities are similar, such as the promotion of audiovisual co-

included in the *Economic Partnership Agreement between EU and CARIFORUM* and signed in 2008²⁷; the protocol with South Korea included in the *EU-Korea Free Trade Agreement (FTA)*²⁸ and concluded in 2009; the protocol with the countries of Central America (CA)²⁹ concluded in 2010 separately from the Association Agreement between EU and CA signed in 2012; the 2011 protocol with Peru and Colombia that was concluded separately from the FTA between EU and Peru/Colombia³⁰.

Moreover, the *Comprehensive Trade and Economic Agreement*³¹ between Canada and EU signed in 2014 includes specific references to the CDCE and a chapter-by-chapter exemption of the cultural industries, whereas the directives for the negotiation on the Transatlantic

productions.

²⁷ European Union, 2008, *Economic partnership agreement between the CARIFORUM States, of the one part, and the European Community and its Member States, of the other part*, OJEU, L 289/I/5. Antigua and Barbuda, Bahamas, Barbados, Belize, Dominica, Dominican Republic, Grenada, Guyana, Haiti, Jamaica, St Lucia, St Vincent and the Grenadines, St Kitts and Nevis, Suriname, Trinidad and Tobago.

²⁸ European Union, 2011, *Free trade Agreement between the European Union and its Member States, of the one part, and the Republic of Korea, of the other part*, OJEU, L 127/II/6.

²⁹ European Union, 2012, *Agreement establishing an association between Central America, on the one hand, and the European union and its member states, on the other*, OJEU, L 346/II/1. Panama, Guatemala, Costa Rica, El Salvador, Honduras, Nicaragua.

³⁰ The protocol with CARIFORUM countries has been applied since 2008 and the protocol with South Korea since 2011. However, the protocols with Central America and with Peru/Colombia are not yet in force.

³¹ Commission européenne, 2016, *Proposition de décision du Conseil relative à la signature, au nom de l'Union européenne, de l'accord économique et commercial global entre le Canada, d'une part, et l'Union européenne et ses États membres, d'autre part*, COM/2016/0444 final.

Trade and Investment Partnership (TTIP) between the EU and the United States (US) refer to “the right of the Parties to take measures necessary to achieve legitimate public policy objectives on the basis [...] of the promotion of cultural diversity as it is laid down in the UNESCO CDCE”³².

To this picture it should be added the EU interregional cultural cooperation programs:

- The ACP (African, Caribbean and Pacific countries) Cultures Program funded under the 10th European Development Fund for an amount of 30 million euros;
- Following the Barcelona Declaration on the Euro-Mediterranean Partnership³³ signed in 1995, the three phases of the program Euromed Audiovisual I (2000-2005), II (2006-2009), III (2011-2014) were granted 42 millions euros;
- In the context of the Eastern Partnership launched in 2009, the Eastern Partnership Culture Program seeks to support the cultural industries of the Eastern neighbours of the EU, such as Armenia, Azerbaijan, Belarus, Georgia, Moldova and Ukraine. It had a budget of 12 millions euros for the period 2011-2014;
- In the context of the Interregional Framework Cooperation Agreement between the EU and MERCOSUR of 1995³⁴ currently in force, the EU

³² European Council, 2014, *Directives for the negotiation on the Transatlantic Trade and Investment Partnership between the European Union and the United States of America*, 11103/13 DCL 1, p. 3.

³³ Euro-Mediterranean Conference, November 28 1995, *Barcelona Declaration*.

³⁴ European Council, 1999, *Council Decision concerning the*

provided the MERCOSUR Audiovisual Program with 1.5 million euros (total budget 1.86 million euros).

2. The European Parliament and its preferences: promoting the normative basis of the global governance of cultural industries

Since the publication of the European Agenda for culture in a globalizing world in 2007³⁵, the Parliament has multiplied its resolutions including references to the culture in EU external relations and to the CDCE's normative framework³⁶.

By analyzing these resolutions, I identify five common points, which illustrate the EP's preferences about the issue 'Culture and EU external relations'. Firstly, all the resolutions make explicit references to the CDCE. For instance, the 2013 EP resolution on the European cultural and creative sectors as sources of economic growth and

conclusion on behalf of the European Community, of the interregional framework cooperation agreement between the European Community and its Member States, of the one part, and the Southern Common Market and its Party States, of the other part, 1999/279/EC.

³⁵ European Commission, 2007, *supra* note 21.

³⁶ See European Parliament, 2008, *Resolution on a European Agenda for culture in a globalizing world*; 2008, *Resolution on the cultural industries in Europe*; 2011, *Resolution on unlocking the potential of cultural and creative industries*; 2011, *Resolution on the cultural dimensions of EU external relations*; 2011, *Resolution on the European cinema in the digital era*; 2012, *Resolution on the online distribution of audiovisual works in the European Union*; 2013, *Resolution on the Implementation of the Audiovisual Media Services Directive*; 2013, *Resolution on promoting the European cultural and creative sectors as sources of economic growth and jobs*; 2014, *Resolution on Preparing for a Fully Converged Audiovisual World*.

jobs “considers essential for the EU and its Member States to maintain the possibility of preserving and developing their cultural and audiovisual policies, and to do so in the context of their existing laws, standards and agreements, including the UNESCO CDCE”³⁷. Secondly, all the resolutions recognize the dual nature of audiovisual media as cultural and economic assets allowing the EU and Member States to implement policies and measures. It’s indicative that within the context of the publication of the Commission’s Green Paper, *Preparing for a Fully Converged Audiovisual World*³⁸, the EP Resolution regrets explicitly “the Green Paper’s lack of a specific reference to the dual nature of audiovisual media as cultural and economic assets”³⁹. Thirdly, the majority of resolutions calls for the exclusion of cultural and audiovisual services, including provided online, to be clearly in agreements, and in particular trade agreements, between the EU and third countries. For example, the EP *Resolution on the European cultural and creative sectors as sources of economic growth and jobs* emphasizes “the need to keep the cultural and audiovisual services outside the scope of the negotiating mandate for the EU-US free trade agreement, while pointing out that cultural and creative works are not goods like any others”⁴⁰. Fourthly, the common trade policy and the cooperation for development have to be consistent with the UNESCO CDCE normative framework. Therefore, the EP *Resolution on a European agenda for culture in a globalizing world* reminds the Commission that :

³⁷ *Ibid*, European Parliament, *Resolution on the European cultural*.

³⁸ European Commission, 2013, *Preparing for a Fully Converged Audiovisual World*, COM(2013) 231 final.

³⁹ European Parliament, 2014, *supra* note 36.

⁴⁰ European Parliament, *Resolution on the European cultural*, *supra* note 36.

From voice to influence?

the Community is duty-bound to implement the CDCE when exercising the competences it enjoys in policy areas which are covered by the CDCE, namely the common commercial policy, development cooperation policy, economic, financial and technical cooperation with third countries, free movement of goods, persons, services, and capital, competition, and the internal market, including intellectual property⁴¹.

Fifthly, the CDCE normative framework and the specific nature of cultural goods and services have to be promoted by the EU on the international stage. In this sense, the EP *Resolution on the Cultural dimensions of EU external actions* calls the European External Action Service to “encourage third countries to develop policies on culture and systematically to call on third countries to ratify and implement the UNESCO Convention”⁴². Besides, from 2004 to 2014, 26 Parliamentary Written Questions are related to the topic “Culture and EU external relations”. It’s important to note that the difference between the Sixth and the Seventh European Parliament is substantial: 2 Parliamentary Questions during the period 2004-2009 (6th parliamentary term) and 24 Parliamentary Questions throughout the period 2009-2014 (7th parliamentary term). Regarding the content of these questions, 17 deal with trade agreements and in particular with three specific issues: the Protocols on Cultural Cooperation, the cultural/audiovisual services within the *Comprehensive Trade and Economic Agreement*⁴³ between Canada and EU, as well as the TTIP and the audiovisual services.

⁴¹ *Ibid.*

⁴² European Parliament, *Resolution on the cultural dimensions of EU external relations*, *supra* note 36.

⁴³ CETA, *supra* note 31.

Moreover, two questions focus on the CDCE's implementation and five more questions are related to the EU cultural diplomacy and the bilateral cultural relations (EU-China, EU-Brazil).

3. 'Trade-culture' interface and European Parliament's growing role: agenda-setter or agenda-follower?

Since 2009, the Parliament has been more and more active towards the issue 'Culture and EU external relations' and it has foreseen to play a bigger role in the question on trade agreements and cultural services. An illustrative case is the Commission's mandate for the negotiations on the TTIP between EU and US and the active involvement of the Parliament in the first phase of the trade negotiations, even though the Lisbon Treaty does not stipulate this.

The negotiations on the TTIP are a real test for the Parliament's actorness and for the treatment of cultural goods and services by the FTAs within the digital era. In the context of the rise of the digital economy, the Obama administration aims to prevent the implementation of regulatory measures in the digital media services, representing a strong potential of growth. According to the US administration, all these firms are an integral part of the e-commerce or the Information and Communications Technology (ICT) sectors.⁴⁴

In June 2013, 27 EU governments agreed on the exclusion of audiovisual services from the Commission's mandate.

⁴⁴ Antonios Vlassis, 2016, "European Commission, trade agreements and diversity of cultural expressions: between autonomy and influence" 31:4 *European Journal of Communication* 446-61.

Clearly, the debate highlighted a political gap between two divergent positions, which already had appeared in the *General Agreement on Trade in Services* (GATS)⁴⁵ negotiations in 1993⁴⁶.

On the one hand, the interventionist position stressed an exclusion of audiovisual services from the agenda of trade negotiations and it recognizes the social, identity and cultural aspects of the regulatory mechanisms on the audiovisual services, including digital ones. It was widely defended by France, Italy, many European Ministries of Culture, the Parliament, as well as the organizations of culture professionals. More concretely, in May 2013, the French Minister of Culture and Communication published a letter defending the cultural exception addressed to the Irish EU presidency and to the Commission⁴⁷. In the same vein, in May 2013, the Parliament voted a resolution

⁴⁵ *General Agreement on Trade in Services*, 1994, 1869 UNTS 183.

⁴⁶ The initial issue of the CDCE refers to the treatment of cultural goods and services within the trade agreements. In 1990s, a broad coalition of actors, driven by France and Canada, defended the “cultural exception” (*exception culturelle*) in order to exclude cultural goods and services from the agenda of international negotiations on trade agreements, such as the last period of negotiations on the General Agreement on Trade in Services of the World Trade Organization in 1993, the negotiations on a Multilateral Agreement on Investment within the Organization for Economic Cooperation and Development, as well as the negotiations on the free trade agreement between US and Canada (1989) and on the *North American Free Trade Agreement* (1993, 32 I.L.M. 1480). See Antonios Vlassis, 2015, *Gouvernance mondiale et culture: De l’exception à la diversité*, Liège, Presses universitaires de Liège; Annabelle Littoz-Monnet, *supra* note 22.

⁴⁷ Aurélie Filippetti, 13 May 2013, *Lettre à l’attention de Jimmy Deenihan, Ministre des Arts, du Patrimoine et des Affaires gaéliques de la République d’Irlande* [Cosignée par les ministres de la culture allemand, autrichienne, belges, bulgare, chypriote, espagnol, hongrois, italien, polonais, portugais, roumain, slovène et slovaque].

asking, “cultural and audiovisual services, including online ones, be excluded from the negotiating mandate, in order to protect the cultural and linguistic diversity of EU countries”⁴⁸. Although the resolution had a non-binding character, it illustrated the red lines the Parliament was unwilling to pass. In this respect, the exclusion of audiovisual services, including digital ones from the TTIP was one of the EP’s conditions for its consent and the future ratification of the agreement.

Finally, in late April 2013, the organizations of audiovisual and culture professionals, under the initiative of the Belgian filmmakers Luc and Jean-Pierre Dardenne, launched a petition entitled “The cultural exception is not negotiable”⁴⁹, which raised over 8000 signatures. In this context, on 11 June 2013, a high-profile delegation of the European audiovisual industry including Costa Gavras, Bérénice Bejo and Christian Mungiu – accompanied by the French member of the European Parliament Henri Weber (Socialists and Democrats) – organized a press conference in the European Parliament in order to promote the petition towards the European institutions.

On the other hand, the position putting forward the economic regulation of the cultural sector stressed that the Commission should not exclude many commercial areas of its mandate in order to strengthen its negotiating position, emphasizing the beneficial effects of competition in the cultural sector. It should be mentioned that the United Kingdom (UK), the Netherlands, the Scandinavian countries, the majority of Ministries of Economy and

⁴⁸ European Parliament, 23 May 2013, *Resolution on EU trade and investment negotiations with the United States of America*, 2013/2558 (RSP) (381 votes for to 191 against with 17 abstentions).

⁴⁹ Luc and Jean-Pierre Dardenne, 2013, “The cultural exception is not negotiable”.

From voice to influence?

Trade, the majority of the European commissioners as well as the telecommunications operators and the big Internet companies encourage the economic regulation of audiovisual sector and the inclusion of cultural services in the TTIP's agenda⁵⁰. It's revealing that in June 2015, the Director General of the DigitalEurope – a powerful association which represents the digital technology industry in Europe and includes some of the world's largest ICT companies such as Apple, Google, IBM, Samsung – pointed out that “the need for easier trade and investment between the world's two biggest trading blocks is greater than ever. The TTIP will not only set the standard for 21st century trade agreements in the digital age, it will also send a clear signal to other trading partners by illustrating the economic benefits of free trade”⁵¹.

Ultimately, it's interesting to note that in October 2014, the European Council decided to declassify the negotiating directives for the TTIP. This decision was strongly linked not only to the EP's regrets about the non-transparent nature of the EU trade diplomacy, but also to the rejection by the EP of the Anti-Counterfeiting Trade Agreement⁵² (ACTA) in 2012 with the result that the entire EU remained outside of the agreement⁵³. Besides,

⁵⁰ Vlassis, *supra* note 44.

⁵¹ DigitalEurope, June 3 2015, Statement, *TTIP: a 21st century trade partnership*, Brussels.

⁵² *Anti-Counterfeiting Trade Agreement*, December 3 2010.

⁵³ Duncan Matthews points out that in July 2012, the Parliament rejected the Proposal for a Council Decision on the conclusion of the ACTA. The ACTA vote was the first time that the Parliament had exercised its new powers under the consent procedure to reject such an agreement. The ACTA negotiating process had begun, under the US leadership on October 23, 2007 in order to face extensive international trade in goods and services infringing intellectual property rights and to address the lack of progress on measures to face

the negotiating directives for the TTIP make explicit reference to the CDCE and they state “the Agreement will not affect the capacity of the Union and its Member States to implement policies and measures to take account of developments in the cultural sector in particular in the digital environment”⁵⁴.

4. The European Parliament and the international cultural affairs: beyond the left-right division?

According to the recent scientific research on the EP and the trade agreements⁵⁵, EP’s votes towards the international trade negotiations follow a left-right division, confirming the Hix and Noury⁵⁶ argument that voting in the Parliament has evolved from national lines to political group lines. In this sense, in the EP votes on international trade, European United Left/Nordic Green Left (GUE/NGL) and the Greens vote against trade agreements, whereas the Alliance of Liberals and

counterfeiting and piracy within multilateral institutions. This stand-alone international agreement was adopted in 2011. In October 2011, Australia, Canada, Japan, South Korea, Morocco, New Zealand, Singapore and the US signed the ACTA and in January 2012, 22 EU Member States became signatories to the agreement. Duncan Matthews, 2012, “The rise and fall of the Anti-Counterfeiting Trade Agreement (ACTA): Lessons for the European Union” Queen Mary University of London, School of Law, 127 *Legal Studies Research Paper*.

⁵⁴ European Council, 2014, *Directives for the negotiation on the Transatlantic Trade and Investment Partnership between the European Union and the United States of America*, 11103/13 DCL 1.

⁵⁵ Van de Putte, *supra* note 20.

⁵⁶ Simon Hix and Abdoul Noury, 2009, "After Enlargement: Voting Patterns in the Sixth European Parliament" 34:2 *Legislative Studies Quarterly* 159-74.

From voice to influence?

Democrats for Europe Group (ALDE), the European People's Party (EPP) and the European Conservatives and Reformists (ECR)⁵⁷ are mostly in favor. On its turn, the Socialists and Democrats (S&D) group is mainly aligned with the center-right groups on trade issues but with non-loyal members.

However, the analysis of the Parliament's votes on the issue of Culture and EU external relations gives some interesting findings. As regards the *Resolution on the Cultural Dimensions of EU external actions*⁵⁸, EPP, S&D, the Greens, and ADLE were mostly for the establishment of a coherent EU strategy on cultural affairs, whereas the GUE/NGL, the Europe of Freedom and Democracy (EFD) and the ECR were divided and a substantial number of members of the European Parliament (MEPs) voted against or abstained. Furthermore, in the separate vote on Paragraph 9⁵⁹, these three groups displayed a very low voting cohesion (35% and below). By contrast, it's interesting to add that the majority of MEPs voting 'against' or 'abstained' were mainly from three countries: the UK, the Netherlands and Czech Republic⁶⁰.

⁵⁷ The largest political parties in the group by number of MEPs are the UK Conservative Party and the Law and Justice of Poland.

⁵⁸ European Parliament, *Resolution on the Cultural Dimensions of EU external actions*, *supra* note 36.

⁵⁹ Paragraph 9: "The European Parliament is concerned at the fragmentation of external EU cultural policy and projects, which is hampering the strategic and efficient use of cultural resources and the development of a visible common EU strategy of the cultural aspects of the EU's external relations" (*Ibid.*).

⁶⁰ Note that I identified the same voting power relations for the *Resolution on Preparing for a Fully Converged Audiovisual World* (European Parliament, *supra* note 36).

Likewise, the *Resolution on a European agenda of culture in a globalizing world*⁶¹ illustrates that the MEPs from ADLE, the Greens, EPP, S&D, and the Union for Europe of the Nations (UEN)⁶² were mostly favorable (more than 80% voting cohesion), whereas several MEPs from GUE/NGL (22 for; 6 against; 4 abstention) and Independence/Democracy (IND/DEM) (2 for; 12 against; 2 abstention)⁶³ voted against or abstained⁶⁴. The analysis by national votes reveals that the votes against or abstentions came largely from MEPs of five countries: the UK, the Netherlands, the Czech Republic, Denmark, and Sweden.

In the same vein, the controversial separate vote on Paragraph 11⁶⁵ of the EP Resolution on the TTIP shows

⁶¹ European Parliament, *Resolution on a European agenda of culture in a globalizing world*, supra note 36.

⁶² UEN was a national-conservative and Eurosceptic political group of the EP active between 1999 and 2009. Most of its MEPs came from Italy and Poland.

⁶³ IND/DEM was a Eurosceptic political group active during the 2004-2009 term of the EP and was succeeded by EFD. The largest party in the group by number of MEPs was the UK Independence Party, a right-wing populist and Eurosceptic political party.

⁶⁴ It's worth mentioning that the Union for Europe of the Nations (UEN) and the Independence/Democracy (IND/DEM) were both Eurosceptic political groups, but their position was divergent on this resolution. This could be explained by the national origins of their MEPs. Whereas the IND/DEM was mainly composed of the UK Independence Party's MEPs, the UEN was mainly composed of the MEPs from the Eurosceptic and national-conservative Italian and Polish political parties (National Alliance (IT), The Right (IT), North League for the Independence of Padania (IT), Law and Justice (PL), League of Polish Families (PL)).

⁶⁵ Paragraph 11: "the European Parliament: considers it essential for the EU and its Member States to maintain the possibility of preserving and developing their cultural and audiovisual policies, and to do so in the context of their existing laws, standards and agreements; calls therefore, for the exclusion of cultural and audiovisual services,

From voice to influence?

that only three parties had a high voting cohesion (90% and up): the Greens and the GUE/NGL in favor of the paragraph and the ECR against. Besides, a substantial number of votes against came from three parties with a low voting cohesion: ADLE, EFD, EPP. In addition, the S&D voted for the Paragraph 11 but with non-loyal members. Yet it's no exaggeration to say that the explanation of this EP's voting result relies more on the national cleavages rather than on the left-right divide: in many countries such as France, Italy, Hungary, Romania, Austria or Greece, the question of the exclusion of audiovisual services from trade agreements is more than consensual. For instance, 60 French MEPs voted for and only 1 against and 17 Greek MEPs voted for and no one against. In contrast, the MEPs from Germany, the Netherlands, Poland, Czech Republic and Spain remained divided, whereas the majority of the MEPs from the UK, Estonia, and Denmark voted against Paragraph 11.

In closing, two main conclusions should be drawn from the voting results. First, the issue about the establishment of a more coherent EU external strategy in cultural affairs faces the reluctance from Eurosceptic MEPs of European political parties such as GUE, EFD, and ECR. Second, although the question of the exclusion of audiovisual services from trade agreements and of the protection of European and national cultural policies follows at first sight a left-right division, the national lines remain a key factor.

As in the case with the EU external cultural action, the voting results reflect more the national divisions of the

including those provided online, to be clearly stated in the negotiating mandate". European Parliament, *Resolution on UE trade and investment negotiations with the United States of America*, *supra* note 36.

European Council, which already appeared throughout the Television Without Frontiers Directive⁶⁶ adoption in 1989 and the debate on cultural exception. A substantial number of UK MEPs accompanied by several MEPs from the Netherlands, Czech Republic, Denmark and Sweden are reluctant about the reinforcement of the EU intervention in the cultural sector or the protection of cultural policies within trade agreements. That should be explained by two reasons: firstly, some of these countries have a more neoliberal policy agenda about cultural affairs and they are skeptical towards state intervention in this sector; and secondly, some governments are in favor of a more ‘pluralist’ policy model in the cultural sector based on the dynamic involvement of a multitude of actors, such as private foundations, associations and private sector, and on a more discrete role of the national governments and of the European institutions⁶⁷.

5. The absence of the cultural sector in the European Parliament’s diplomacy

Cofelice and Stavridis argue that through the promotion of its inter-parliamentary assemblies, the joint parliamentary committees and the parliamentary cooperation committees with specific third countries or regions, “the EP has been particularly active in all international and regional cooperation dimensions”⁶⁸. In other terms, the Parliament undertakes to promote and to justify its own existence, status and efficiency as an international actor and to

⁶⁶ European Council, 1989, *Television without Frontiers Directive*, 89/552/EEC.

⁶⁷ Philippe Poirrier, ed., 2011, *Pour une histoire des politiques culturelles dans le monde (1945-2011)*, Paris, La Documentation française.

⁶⁸ Cofelice and Stavridis, *supra* note 6, p. 161-65.

From voice to influence?

become a key force of EU diplomacy, aiming to enhance the EU's legitimacy and impact in international affairs, notably in trade, development cooperation, human rights, environmental issues, the promotion of regional integration, democracy and good governance.

For the needs of my research, I focused on the activities of the EP with several national and regional parliaments: the 1st and 2nd meeting of the CARIFORUM-EU Joint Parliamentary Committee in June 2011 and April 2013; the activities of the African, Caribbean and Pacific countries-EU Joint Parliamentary Assemblies from 2011 to 2014; the 11th-15th Inter-parliamentary Meetings EU-South Korea from 2008 to 2011; the EU-Panafrican Parliament Statements in 2007, 2010 and 2014; and the resolutions of the Euro-Latin American Parliamentary Assembly from 2008 to 2014.

All these meetings of the EP with national and regional parliaments deal with a broad range of issues: climate change, energy policies, education, food security, peace and security, financial crisis, sustainable development, trade relations, human rights, democratic governance, and migration. However, by analyzing the resolutions and statements, it's indicative that the different aspects of the cultural sector such as the cultural and creative industries (visual and performing arts, publishing, film and audiovisual arts, music, crafts, design, etc.) or the tangible, natural and intangible cultural heritage (building and historic places, cultural significant landscapes, monuments, artifacts, oral traditions, customs, traditional crafts, etc.) are absent from the discussions of the Parliament with other national and regional entities. The absence of culture is more marked if we take into account that the world trade of creative goods and services totaled a record US\$ 624 billion in 2011 and that it more than doubled from 2002 and 2011. The average growth rate

during that period was 8.8%, whereas growth in developing-country exports of creative goods was even stronger, averaging 12.1% annually over the same period⁶⁹.

Despite the establishment of an international normative framework for the cultural sector and the inclusion of culture as a component of the EU foreign policy, the EP's diplomacy has not yet integrated culture among its priorities. According to the MEPs interviewed, the absence of culture should be explained by a main reason: the policy agenda of developing countries is composed of other priorities, such as eradication of poverty, migration, natural disasters, and development cooperation. Consequently, the questions related to the cultural sector seem to be completely minor and marginal.

Nonetheless, it's worth noting that in the 2nd Meeting of the CARIFORUM-EU Joint Parliamentary Committee, the latter called explicitly attention "to the considerable importance of the cultural industries, including education, sport, national heritage activities, training and exchanges, as an asset of the CARIFORUM States as well as of the EU"⁷⁰. In the Joint Declaration, the Committee stressed the importance of the implementation of the Protocol on Cultural Cooperation as a way to bring the two regions closer to each other. Moreover, the Committee noted that different actions and measures should be considered to develop it further, "such as twinning projects between creative cities in both regions and the setting up of a CARIFORUM Platform for the Culture and Creative

⁶⁹ UNESCO and UNDP, 2013, *Creative Economy report 2013*, Paris/New York, UNESCO/UNDP, p. 9.

⁷⁰ European Parliament, 2013, *Report, 2nd Meeting of the CARIFORUM-EU Joint Parliamentary Committee, Port of Spain, Trinidad and Tobago, 3-4 April* (David Martin) DV934085EN, p. 7.

Industries”⁷¹. It’s interesting to say that the CARIFORUM platform was inspired by KEA European Affairs, a Brussels-based consultancy specializing in the creative and media industries, which published in 2011 a discussion paper on the cultural provisions of CARIFORUM-EU Economic Partnership Agreement⁷² and firstly made this proposition. According to the discussion paper, the platform should be set up in order to “stimulate business and cultural exchanges between the EU and Cariforum culture and creative sector”⁷³.

Concluding remarks

The developments discussed above have offered a first investigation into the place of cultural industries within the EP’s diplomacy, the preferences and the role of the latter within the global governance of cultural industries and its influence in the EU foreign policy-making. The preceding overview identified five main points.

Firstly, the CDCE and its principles such as the specificity of cultural goods and services or the importance of cultural policies for the protection and promotion of the diversity of cultural expressions are essential components of the Parliament’s preferences. In this sense, the EP seeks to promote a more normative position for the global

⁷¹ *Ibid.*, p. 8.

⁷² The report was prepared by KEA European Affairs for the European Centre for Development Policy Management (ECDPM), a foundation for the policy-making interface between EU and its partners in the South. The core funder of the Centre is the government of the Netherlands.

⁷³ KEA European Affairs, 2011, *Implementing cultural provisions of CARIFORUM-EU EPA: How do they benefit the Caribbean cultural sector?*, Discussion Paper, European Centre for Development Policy Management, n° 118.

governance of cultural industries, taking cultural concerns seriously into account.

Secondly, my analysis illustrated a recent multiplication of EP resolutions and of written parliamentary questions towards the culture in EU external relations and in particular the link between trade agreements and culture. The Parliament used these means in order to promote its preferences, to make its voice heard and to influence the EU policy-making as well as the two other institutional players, the Commission and the European Council.

Thirdly, negotiations on the Commission's mandate on the TTIP showed that the Parliament is fully involved in the process and it does not follow constantly the pro-liberalization agenda of the Commission and in particular of DG Trade. The case of the exclusion of the audiovisual services from the TTIP's agenda involving both protectionist worries and normative issues⁷⁴ was a Parliament's red line for the future ratification of the agreement. In the same vein, it showed that the EP seems to be an influential political actor within the EU foreign policy-making. In addition, the Parliament – wanting to be highly legitimized and searching to develop stronger social basis vis-à-vis the Commission and the European Council – sided with the cultural professional organizations and the French government and it interpreted the CDCE as a normative international tool protecting and promoting the cultural policies in the context of the trade negotiations.

Fourthly, the Parliament's vote towards the culture in EU external relations follows more the national cleavages existing within the European Council rather than a left-

⁷⁴ Van den Putte and *al.*, *supra* note 20, p. 6-8.

right divide, and it reveals that the national lines are a substantial factor in order to understand the EP's voting results. A substantial number of UK MEPs, accompanied notably by several MEPs from the Netherlands, the Czech Republic, Denmark and Sweden, are reluctant about the strengthening of EU cultural diplomacy or the protection of cultural policies within trade agreements for two reasons: first, they have a more neoliberal approach on cultural affairs and they are skeptical about the governmental intervention in this sector; second, some countries encourage a more pluralist model based not only on the involvement of a multitude of actors, such as private foundations, associations, private sector, but also on a more discrete role for the national governments and the European institutions.

Fifthly, the different aspects of the cultural sector such as the cultural and creative industries and the tangible, natural and intangible cultural heritage are absent from the discussions of the EP with other national and regional parliaments. Despite the inclusion of culture as a component of EU foreign policy, the EP's diplomacy has not yet integrated culture among its priorities. A main reason is that the policy agenda of developing countries is composed of other priorities, such as eradication of poverty, migration, natural disasters, or development cooperation and in this respect, the questions related to the cultural sector seem to be minor and marginal.

References

- Anti-Counterfeiting Trade Agreement*. December 3 2010.
Avant, Deborah D., Martha Finnemore and Susan K. Sell, eds.
2010. *Who Governs the Globe?*, New York, Cambridge
University Press.

- Cabrer, Luis, ed. 2011. *Global governance, global government: institutional visions for an evolving world*, Albany (NY), Sunny Press.
- Cofelice ,Andrea and Stelios Stavridis. 2014. “The European Parliament as an International Parliamentary Institution (IPI)” 19:2 *European Foreign Affairs Review* 145-78.
- Commission européenne. 2016. *Proposition de décision du Conseil relative à la signature, au nom de l’Union européenne, de l’accord économique et commercial global entre le Canada, d’une part, et l’Union européenne et ses États membres, d’autre part*, COM/2016/0444 final.
- Convention on the protection and the promotion of the diversity of cultural expressions*. 2005. 2440 UNTS.
- Costa, Olivier, Clarissa Franzoi Dri and Stelios Stavridis, eds. 2013. *Parliamentary dimensions of regionalization and globalization: the role of inter-parliamentary institutions*, Basingstoke, Palgrave Macmillan.
- Dardenne Luc and Jean-Pierre. 2013. “The cultural exception is not negotiable”. Online: <<https://www.lapetition.be/petition.php/the-cultural-exception-is-non-negotiable/12826>>.
- DigitalEurope. June 3 2015. Statement, TTIP: a 21st century trade partnership, Brussels.
- Elsig, Manfred and Cédric Dupont. 2012. “European Union meets South Korea: Bureaucratic interests, Exporter discrimination and the negotiations of trade agreements” 50:3 *Journal of Common Market Studies* 492-507.
- Euro-Mediterranean Conference. November 28 1995. Barcelona Declaration.
- European Commission. 2013. *Preparing for a Fully Converged Audiovisual World*, COM(2013) 231 final.
- European Commission. May 19 2008, *Cannes Declaration/Declaration of European Audiovisual Affairs Ministers and of the European Commission*

From voice to influence?

member responsible for the Information Society and Media, Cannes, Cannes Festival.

- European Commission. 2007. *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on a European agenda for culture in a globalizing world*, COM 242, final.
- European Council. 2014. *Directives for the negotiation on the Transatlantic Trade and Investment Partnership between the European Union and the United States of America*, 11103/13 DCL 1, p. 3.
- European Council. 2014. *Directives for the negotiation on the Transatlantic Trade and Investment Partnership between the European Union and the United States of America*, 11103/13 DCL 1.
- European Council. 1999. *Council Decision concerning the conclusion on behalf of the European Community, of the interregional framework cooperation agreement between the European Community and its Member States, of the one part, and the Southern Common Market and its Party States, of the other part*, 1999/279/EC.
- European Council. 1989. *Television without Frontiers Directive*, 89/552/EEC.
- European Parliament. 2014. *Resolution on Preparing for a Fully Converged Audiovisual World*.
- European Parliament. 2013. *Report, 2nd Meeting of the CARIFORUM-EU Joint Parliamentary Committee, Port of Spain, Trinidad and Tobago, 3-4 April (David Martin) DV934085EN*, p. 7.
- European Parliament. 2013. *Resolution on EU trade and investment negotiations with the United States of America*, 2013/2558 (RSP).
- European Parliament. 2013. *Resolution on promoting the European cultural and creative sectors as sources of economic growth and jobs*.

- European Parliament. 2013. *Resolution on the Implementation of the Audiovisual Media Services Directive.*
- European Parliament. 2012. *Resolution on the online distribution of audiovisual works in the European Union.*
- European Parliament. 2011. *Resolution on the European cinema in the digital era.*
- European Parliament. 2011. *Resolution on the cultural dimensions of EU external relations.*
- European Parliament. 2011. *Resolution on unlocking the potential of cultural and creative industries.*
- European Parliament. 2008. *Resolution on the cultural industries in Europe.*
- European Parliament. 2008. *Resolution on a European Agenda for culture in a globalizing world.*
- European Parliament. 2005. *Resolution on working towards a Convention on the protection of diversity of cultural content and artistic expression.*
- European Union. 2012. *Agreement establishing an association between central america, on the one hand, and the european union and its member states, on the other, OJEU, L 346/II/1.*
- European Union. 2011. *Free trade Agreement between the European Union and its Member States, of the one part, and the Republic of Korea, of the other part, OJEU, L 127/II/6.*
- European Union. 2010. *Inter-institutional agreements: Framework Agreement on relations between the European Parliament and the European Commission, L/304.*
- European Union. 2008. *Economic partnership agreement between the CARIFORUM States, of the one part, and the European Community and its Member States, of the other part, OJEU, L 289/I/5.*
- European Union. 2007. *Treaty of Lisbon Amending the Treaty on European Union and the Treaty Establishing the European Community, 2007/C 306/01.*

- Filippetti Aurélie. 13 May 2013. Lettre à l'attention de Jimmy Deenihan, Ministre des Arts, du Patrimoine et des Affaires gaéliques de la République d'Irlande. Online: <<http://www.culturecommunication.gouv.fr/content/download/67251/515586/version/1/file/130513%20-%20lettre%20sign%C3%A9.pdf>>.
- General Agreement on Trade in Services*. 1994. 1869 UNTS 183.
- Hix, Simon and Abdoul Noury. 2009. « After Enlargement: Voting Patterns in the Sixth European Parliament » 34:2 *Legislative Studies Quarterly* 159-74.
- Isar, Yudhishtir Raj and *al.* 2014. *Preparatory action: Culture in EU external relations*, Brussels, European Union.
- KEA European Affairs. 2011. Implementing cultural provisions of CARIFOURUM-EU EPA: How do they benefit the Caribbean cultural sector?, Discussion Paper, European Centre for Development Policy Management, n° 118.
- Littoz-Monnet, Annabelle. 2012. "Agenda-Setting Dynamics at the EU level: the case of the EU cultural policy" 34:5 *Journal of European Integration* 505-22.
- Matthews, Duncan. 2012. "The rise and fall of the Anti-Counterfeiting Trade Agreement (ACTA): Lessons for the European Union" Queen Mary University of London, School of Law, Legal Studies Research Paper No. 127/2012.
- Moravcsik, Andrew. 1998. *The choice for Europe, social purpose and state power from Messina to Maastricht*, Ithaca, Cornell University Press.
- North American Free Trade Agreement*. 1993. 32 I.L.M. 1480.
- Passos, Ricardo. 2011. "The European Union's External Relations a Year After Lisbon: a first evaluation from the European Parliament" in Panos Koutrakos, ed., *The European Union's External Relations a year after*

- Lisbon, Center for the Law of EU external relations, Working Papers, n° 3.
- Poirrier, Philippe, ed. 2011. *Pour une histoire des politiques culturelles dans le monde (1945-2011)*, Paris, La Documentation française.
- Richardson, Laura. 2012. "The post-Lisbon Role of the European Parliament in the EU's Common Commercial Policy: Implications for Bilateral Trade Negotiations" 5 *EU Diplomacy Paper*.
- Ripoll, Servent Ariadna. 2014. "The role of the European Parliament in international negotiations after Lisbon" 21:4 *Journal of European Public Policy* 568-86.
- Rosenau, James. 1997. *Along the Domestic-Foreign Frontier, Exploring Governance in a Turbulent World*, New York, Cambridge University Press.
- Slaughter, Anne-Marie. 2005. *A new world order: Government networks and the Disaggregated State*, Princetown, Princeton University Press.
- Smouts, Marie-Claude. 1998. "La coopération internationale: de la coexistence à la gouvernance mondiale" in Marie-Claude Smouts, ed., *Les nouvelles relations internationales. Pratiques et théories*, Paris, Presses de Sciences Po, 135-60.
- Stavridis, Stelios and Daniela Irrera, eds. 2015. *The European Parliament and its International Relations*, London, Routledge.
- UNESCO and UNDP. 2013. *Creative Economy report 2013*, Paris/New York, UNESCO/UNDP.
- Van den Putte Lore, Ferdi De Ville and Jan Orbie. 2014. "The European Parliament's New Role in Trade Policy: Turning power into impact" 89 *Center for European Policy Studies Report*.
- Vlassis, Antonios. 2014. "Le numérique, nouvelle frontière de la gouvernance mondiale des industries culturelles?" 59:2 *Revue de droit de l'Université de Liège* 283-300.

From voice to influence?

- Vlassis, Antonios. 2015. "Soft power, global governance of cultural industries, and rising powers: the case of China" 22:4 *International Journal of Cultural Policy* 481-496.
- Vlassis, Antonios. 2015. *Gouvernance mondiale et culture: De l'exception à la diversité*, Liège, Presses universitaires de Liège.
- Vlassis, Antonios. 2016. "European Commission, trade agreements and diversity of cultural expressions: between autonomy and influence" 31:4 *European Journal of Communication* 446-61.

Quelle gouvernance pour les acteurs du numérique? Retour sur le débat de la « taxe Netflix » au Canada

Simon Claus¹

Introduction

Il est globalement reconnu qu'au tournant des années 1990-2000, les industries de la culture et de la communication (ICC), marquées par d'importantes mutations d'ordre économique, social et technologique, ont subi certaines transformations. Si nous considérons que parler de « révolution » renverrait à un langage déterministe faisant fi de l'histoire des ICC, il est clair que ces dernières années certains modèles socio-économiques ont été amenés à évoluer sous l'égide d'acteurs transnationaux issus du numérique, bousculant ainsi un

¹ Simon Claus est doctorant à la Faculté de communication de l'Université du Québec à Montréal et adjoint de recherche au Centre de recherche interdisciplinaire sur la communication, l'information et la société (CRICIS). Ses travaux concernent essentiellement l'analyse socio-économique des industries culturelles et les problématiques entourant la propriété intellectuelle. Il a travaillé sur la concentration des médias au Canada et les enjeux socio-économiques et réglementaires des transformations du secteur de l'audiovisuel. Sa thèse de doctorat porte, quant à elle, sur le droit d'auteur.

paysage médiatique par nature non figé et dont l'évolution se situe entre continuité et émergence.

Ces transformations soulèvent certains enjeux en raison du caractère symbolique et du rôle social des médias qui tiennent au fait que ces derniers se caractérisent par des fonctions d'« information, éducation, divertissement, publicité [et] structurent l'ordre du jour des débats sociaux, nous permettent de partager certaines expériences et nous fournissent la plupart des connaissances que nous avons du monde dans lequel nous vivons »². Cette importance sociale et culturelle que revêtent les médias s'illustre dans les débats et controverses qui ont accompagnés l'émergence de nouveaux médias et nouveaux modes de production de biens culturels; de l'écriture³ puis l'imprimerie⁴ jusqu'aux jeux vidéo et réseaux socio-

² Marc Raboy, 2000, *Les médias québécois : Presse, radio, télévision, inforoute*, 2e éd., Montréal, Gaëtan Morin éditeur, p. xvii.

³ Dans *Phèdre*, Platon utilise le dieu égyptien Thot pour symboliser le mythe de la création de l'écriture qui représente un danger pour la pratique philosophique. Le philosophe grec condamne la prétention de l'écriture à dire la vérité et à reproduire la pensée de manière intégrale. L'écriture donnerait aux individus une fausse apparence de la sagesse et de la vérité tout en affaiblissant leurs souvenirs, créant ainsi l'oubli dans « les âmes des apprenants » (Harold Innis, 1950, *Empire and Communications*, Toronto, Clarendon Press) rhétorique que l'on retrouve aujourd'hui avec le développement des téléphones connectés qui permettent d'aller chercher des informations sur Internet de manière quasi instantanée.

⁴ Dans son traité *In Praise of Scribes*, Johannes Trithemius met en avant l'idée que les livres imprimés « n'égalent jamais » les livres copiés à la main : « Le mot écrit sur un parchemin va durer mille ans. Le livre est imprimé sur du papier. Combien de temps cela va-t-il durer ? » (Cité dans Nicolas Bérubé, 16 avril 2014, « La peur du nouveau » *La Presse* (Montréal)). Observant le développement de l'imprimerie, le naturaliste et bibliographe Conrad Gessner tente d'expliquer que le nombre élevé de livres publiés grâce à la croissance de l'imprimerie engendrerait de la « confusion » et un danger « pour le cerveau » (*Ibid.*, Bérubé, « La peur du nouveau »).

Quelle gouvernance pour les acteurs du numérique?

numériques en passant par la radio, le cinéma et, bien évidemment, la télévision. Les médias ne sont donc pas des biens comme les autres, ils sont d'un « intérêt public » faisant que toute transformation du paysage médiatique revêt des enjeux sociaux et culturels fondamentaux. Précisons qu'une activité jugée d'intérêt public est une activité « ne pouvant être laissée à l'initiative privée et abandonnée aux seules lois du marché, l'État en assume, directement ou indirectement, la responsabilité et le contrôle, l'assujettissant si nécessaire à un régime de droit spécial »⁵.

Ce rôle d'« intérêt public » a donc naturellement amené nombre d'États à intervenir dans la réglementation des médias. Sur ce sujet, Marc Raboy et Thierry Vedel notent d'ailleurs que « le rôle de la réglementation des médias est de déterminer l'intérêt public, sur une base permanente, en regard des enjeux particuliers qui peuvent exister à tel moment ou à tel moment dans un pays »⁶. Dans un contexte de transformation structurelle des ICC, ces réglementations apparaissent de plus en plus questionnées en lien avec une série de facteurs d'ordre économiques, politiques, sociaux et technologiques⁷.

Dans la présente communication, nous avons choisi de nous intéresser au cas de la radiodiffusion canadienne (en

⁵ Gaëtan Tremblay, 1985, « Le Service public : principe fondamental de la radiodiffusion canadienne » Rapport présenté à la commission Caplan-Sauvageau, Montréal, p. 5.

⁶ Marc Raboy et Thierry Vedel, 2005, « La régulation des communications à l'ère numérique » dans Bernard Conein, Françoise Massit-Folléa et Serge Proulx, dir., *Internet : Une utopie limitée. Nouvelles régulations, nouvelles solidarités*, Québec, Presses de l'Université Laval, p. 313.

⁷ Tremblay, *supra* note 5; Éric George, 1998, « Service public de la télévision et marchandisation de la communication » 43 *Sciences de la société* 147-63.

nous focalisant sur la télévision) soumis à la *Loi sur la radiodiffusion*⁸ de 1991 qui « proclame que le système canadien de radiodiffusion doit favoriser l'épanouissement de l'expression canadienne »⁹. Depuis quelques années, le développement de la télévision par contournement (TPC)¹⁰ questionne certains des dispositifs de la *Loi sur la radiodiffusion* tout en suscitant la colère des entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) qui voient dans celle-ci le développement d'une concurrence déloyale. Dans ce contexte, en 2013, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), chargé notamment de la régulation de la radiodiffusion, lance les audiences *Parlons télé : Une conversation avec les Canadiens*. C'est donc cette question de l'évolution du cadre réglementaire de la télévision qui sera au cœur de notre présentation.

Après avoir présenté la manière dont s'est bâtie la réglementation de la radiodiffusion au Canada, nous verrons comment celle-ci a été réinterrogée ces dernières années en raison d'une série de facteurs sociaux, économiques et technologiques. Nous reviendrons ensuite sur les audiences *Parlons télé* en nous focalisant sur sa troisième phase ainsi que sur les débats ayant marqué ces audiences, dans la mesure où cette étude nous éclaire sur la structuration de certains rapports de force au sein du paysage médiatique tout en mettant en lumière les enjeux liés à l'évolution du cadre réglementaire de la télévision dans un contexte d'explosion du numérique. Nous verrons

⁸ Canada, 1991, *Loi sur la radiodiffusion*, LC 1991, c. 11.

⁹ CRTC, 2016, « Un contenu qui répond aux besoins et aux intérêts des canadiens ».

¹⁰ On parle de TPC ou de télévision OTT (*over the top*) pour qualifier un diffuseur qui propose du contenu audiovisuel directement accessible depuis Internet sans que le prestataire de services Internet soit impliqué dans le contrôle ou la distribution du contenu lui-même.

notamment la manière dont la « taxe Netflix » (ou « taxe YouTube ») s'est immiscée dans les débats, sans avoir été formulée telle quelle par le CRTC, en focalisant une grande partie de l'attention médiatique. Nous analyserons les enjeux politiques et socio-économiques que revêt ce débat.

1. La *Loi sur la radiodiffusion* au service de la « canadianisation » des ondes

Depuis les débuts de la radiodiffusion, avec la *Loi canadienne de la radiodiffusion* votée en 1932¹¹ qui donne naissance à la Commission canadienne de la radiodiffusion, l'État canadien est toujours intervenu dans le domaine de la radiodiffusion. Cette intervention se matérialise de deux manières, de façon directe via le radiodiffuseur public, Société Radio-Canada (SRC)/Canadian Broadcasting Corporation (CBC), ou de manière indirecte en soumettant les radiodiffuseurs privés à certaines obligations. Ainsi, en 1965, le comité Fowler met en lumière le fait que :

Le système de la radio-télévision canadienne se divise aujourd'hui en deux grands secteurs : la Société Radio-Canada, de propriété publique, et les multiples stations privées de radio et de télévision. Ces dernières ne sont « privées » que dans la mesure où les installations de la station appartiennent à des particuliers ou à des sociétés qui les exploitent pour faire des bénéfices. Elles sont « publiques » en ce sens qu'elles obtiennent le droit d'utiliser un

¹¹ Canada, 1932, *Loi canadienne de la radiodiffusion*.

bien public, sont soumises à un contrôle d'État et ont le devoir de fournir un service public¹².

Les entreprises privées sont donc considérées d'« utilité publique ». Ainsi, on se situe dans le cadre d'un système de « public utilities » où :

Il existe un certain nombre d'organismes généralement autonomes, donc indépendants du pouvoir exécutif, qui sont chargés de la régulation sur des bases fixées par le législateur. Leur objectif consiste à bien vérifier que les “entreprises d'utilité publique” se comportent effectivement dans l'intérêt général (ou plutôt le *public interest*)¹³.

Au Canada, le CRTC occupe cette fonction d'organisme autonome. Historiquement, la politique de l'organisme en matière de radiodiffusion vise au renforcement de l'unité du pays et de l'identité culturelle nationale. Ce nationalisme technologique et culturel est, comme l'a notamment mis en lumière Harold Innis avec la mise en place du chemin de fer et du télégraphe, constitutif de la construction d'un Canada cherchant à s'émanciper des « empires » britannique puis étasunien. Sur ce sujet, Hélène Prévot note que « la relation entre politique et communication au Canada s'est tissée essentiellement entre deux pôles : celui de la distinction de l'État canadien d'avec la Couronne britannique, puis d'avec le “voisin du

¹² George, *supra* note 7, p. 148.

¹³ *Ibid.*, p. 146.

Quelle gouvernance pour les acteurs du numérique?

sud», et celui de l'unification à l'intérieur de l'espace national »¹⁴.

Dans un contexte de mise en réseaux croissante des États et d'accélération des processus de financiarisation et de mondialisation, face à cette puissance du sud, le Canada a opté pour une réglementation visant à maintenir une propriété nationale des médias. En 1985, la *Loi sur Investissement Canada*¹⁵ oblige que tout investissement dans une industrie culturelle soit soumis à une étude alors que la *Loi sur la radiodiffusion* de 1968¹⁶ avait déjà renforcé les restrictions quant à la propriété étrangère des médias. En effet, depuis « le décret de 1968 sur la canadianisation des entreprises, les politiques restreignent la propriété étrangère des compagnies de télécommunications canadiennes à 20 %, et à 30 % dans le cas de holding »¹⁷.

On retrouve cette stratégie nationaliste dans l'accélération de la concentration de la propriété des médias au Canada. En effet, dans un contexte international caractérisé par la constitution de grands groupes de la culture et de la communication et une accélération du phénomène de mondialisation de la culture¹⁸, le CRTC, chargé

¹⁴ Hélène Prévot, 2006, « Du mythe de la communication – un enjeu symbolique au Canada » 5 *Argumentum* 10-24, p. 11.

¹⁵ Canada, 1985, *Loi sur Investissement Canada*, LRC 1985, c 28 (1er suppl).

¹⁶ Canada, 1968, *Loi sur la radiodiffusion*.

¹⁷ Michel Sénécal, 2002, « L'autre versant de la mondialisation : démocratiser pour diversifier ? » *Communication dans le cadre du Colloque Panaméricain : Industries culturelles et dialogue des civilisations dans les Amériques*, Montréal, 22-24 avril 2002, p. 11.

¹⁸ Philippe Bouquillion, 2005, « La constitution des pôles des industries de la culture et de la communication » 3:131 *Réseaux* 111-144; Philippe Bouquillion et Yolande Combès, dir., 2007, *Les industries de la culture et de la communication en mutation*, Paris,

notamment de garantir un certain niveau de concurrence au sein du secteur des médias, a permis l'instauration de grands champions nationaux dans ce secteur. Il s'agissait de bâtir des groupes médiatiques capables de maintenir une propriété des médias à une échelle nationale et d'investir dans la production de contenus nationaux. Cette souplesse du CRTC a été accompagnée par la mise en place d'une politique d'« avantages tangibles ».

Afin de garantir un certain niveau d'investissement dans des contenus nationaux, le CRTC oblige une EDR réalisant un transfert de propriété à proposer des contributions correspondant à environ 10 % de la valeur de la transaction. À titre d'exemple, lors de la fusion Bell/Astral, ces avantages tangibles ont été évalués à hauteur de 246,9 millions \$ CAD¹⁹.

En matière de propriété des médias, pour le CRTC, on constate donc que la concentration est acceptable à condition qu'elle favorise le dynamisme de la production culturelle nationale. Ainsi, depuis les années 1980, le CRTC a fait preuve d'un certain laxisme laissant s'opérer de grandes fusions-acquisitions au motif que ces dernières fournissent des « avantages tangibles » favorisant le financement de contenus canadiens. Pour François Demers, ce type de politique caractérise un renversement de l'opinion sur le thème de la concentration, marquant un « passage de la concentration comme menace sociale à la concentration comme outil d'une stratégie économique nationaliste »²⁰, ce qui, selon Marc Raboy, fait du CRTC « une force motrice du système »²¹.

L'Harmattan.

¹⁹ Simon Claus, 2014, « Étude sur la fusion Bell-Astral » 4 *Cahiers du CRICIS* 2014

²⁰ François Demers, 2000, « Concentration des entreprises de presse :

Quelle gouvernance pour les acteurs du numérique?

En 1958, alors que les premières stations de télévision indépendantes privées obtiennent l'autorisation de diffuser, avec la création du bureau des gouverneurs de la radiodiffusion, les premiers règlements en matière de contenu canadien vont voir le jour. Ces politiques de quotas imposent que les stations de radio et de télévision consacrent une part spécifique de leur temps de diffusion au contenu national. Avec la loi de 1991²², toutes les stations de télévision doivent inclure un minimum de contenu canadien à hauteur de 60 % sur une base annuelle ou de 50 % aux heures de grande écoute. On est ici dans une stratégie de canadianisation des ondes qui vise à donner une certaine visibilité aux contenus canadiens et dont le but est le renforcement de l'identité nationale.

Enfin, afin de favoriser le dynamisme de la production culturelle locale, le CRTC exige que les EDR participent au financement de la création de programmes canadiens en reversant au moins 5 % de leurs recettes brutes annuelles découlant de leurs activités de radiodiffusion.

Nous venons donc de voir que dans le secteur des médias, « depuis le début du siècle, l'intervention gouvernementale serait la condition essentielle de l'éclosion et de la sauvegarde d'une véritable identité canadienne autrement menacée par l'influence américaine »²³. La question de la « canadianisation » des ondes à l'origine même du système canadien de radiodiffusion occupe donc une place

vers une configuration du paysage médiatique au Québec et au Canada » 8 *Les Cahiers Du Journalisme* 192-203, p. 198.

²¹ Marc Raboy, *Les médias québécois*, supra note 2, p. 186.

²² *Loi sur la radiodiffusion*, supra note 8.

²³ Michel Filion, 2006, « L'évolution des politiques publiques et des pratiques culturelles en matière de radiodiffusion canadienne. L'utopie et la réalité » 9:2 *Globe : Revue internationale d'études québécoises* 75-89, p. 76.

centrale. Notons que si un consensus général est toujours ressorti au Canada autour de cet objectif de « canadianisation » des ondes, les outils visant à sa mise en œuvre font régulièrement l'objet de controverses. À ce titre, lors des débats qui ont entouré l'adoption de la *Loi sur la radiodiffusion* de 1991, Marc Raboy note que « les radiodiffuseurs privés et les câblodistributeurs ont tendance à appuyer le principe même de leur contribution à la canadianisation des ondes, mais ils sont très critiques en ce qui concerne les moyens proposés pour atteindre cet objectif »²⁴. Comme nous le verrons plus loin, ces sociétés sont particulièrement réfractaires à toute mesure qui comporterait le risque de réduire leur marge bénéficiaire.

2. La remise en question des dispositifs de la *Loi sur la radiodiffusion*

Depuis les années 1970, les ICC sont marquées par la mise en place de politiques de convergence dans un contexte en transformation au niveau économique (vague de concentration au sein des ICC et accélération des processus de mondialisation), technologique (explosion du numérique), politique (montée des politiques néolibérales) et social (évolution des pratiques de consommation médiatique)²⁵. Les mutations affectant aujourd'hui les ICC s'inscrivent dans la continuité de ces transformations qui ont marqué les années 1970-1980, notamment lorsque l'on s'intéresse aujourd'hui au développement des services médiatiques par contournement à l'œuvre sur Internet.

²⁴ Marc Raboy, 1995, *Accès inégal : Les canaux d'influence en radiodiffusion*, Sillery, Presses de l'Université du Québec, p. 44.

²⁵ Jean-Guy Lacroix et al., 1992, « La convergence des télécommunications et de l'audiovisuel : un renouvellement de perspective s'impose » 5:1 *TIS* 81-105.

Quelle gouvernance pour les acteurs du numérique?

Symbolisée par YouTube, présent dans 85 pays, et Netflix, présent dans 190, la télévision par contournement correspond à des services proposant des contenus audiovisuels en continu sur Internet moyennent un financement direct (abonnement) ou indirect (publicité). La montée de ces services illustre la manière dont certaines sociétés ont su tirer parti du développement numérique et du développement de certaines modalités d'usage et de consommation des contenus sur Internet.

À l'image du développement continu de Netflix au Canada²⁶, le paysage médiatique canadien est confronté depuis quelques années au développement d'un ensemble de services voix et vidéo par contournement tel que YouTube, Deezer, iTunes ou encore Skype. Comme nous l'avons évoqué, ces services par contournement échappent totalement à la réglementation du CRTC. Cette situation est d'autant plus problématique que dans le cas de la TPC, on est en présence d'entreprises qui proposent – voire produisent – des émissions au public canadien et donc devraient tomber sous la définition d'entreprise de radiodiffusion telle que consignée dans la loi. Or, depuis l'adoption de l'*Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de nouveaux médias* en

²⁶ Selon l'Observatoire des Technologies Médias (2015), 38 % de la population canadienne est abonnée à Netflix. Ce chiffre s'élève à 44 % pour la population anglophone tandis qu'il descend à 18 % pour la population francophone. Cette différence peut s'expliquer par le manque de contenus francophones sur Netflix et le manque de prise en compte des spécificités de l'identité culturelle francophone. Voir Simon Claus, 2014, « La montée en puissance des acteurs des TIC au sein des industries de la culture, réflexion autour de l'arrivée de Netflix au Canada et au Québec » Communication dans le cadre du *19e Congrès de la SFSIC. Penser les techniques et les technologies : Apports des Sciences de l'Information et de la Communication et perspectives de recherche*, Toulon, Université de Toulon, 4-6 juin 2014.

1999²⁷, le CRTC exempte les entreprises diffusant du contenu sur Internet de ses règles en matière de contenu canadien, une position que l'organisme de réglementation publique réaffirme en 2012 avec l'*Ordonnance d'exemption des entreprises de radiodiffusion de médias numériques*²⁸.

On constate donc qu'avec le développement de la TPC, il existe des sociétés actives au sein du paysage canadien, mais dont la propriété est étrangère et dont l'activité échappe à tous les dispositifs visant à une canadianisation des ondes. À ce titre, nous pouvons affirmer que les acteurs de la TPC remettent profondément en cause les fondements de la *Loi sur la radiodiffusion*, en particulier en ce qui concerne les obligations inhérentes aux sociétés médiatiques d'« utilité publique ».

En outre, pour les EDR cette situation apparaît problématique dans la mesure où les acteurs de la TPC représentent une concurrence déloyale étant donné que ceux-ci ne sont pas soumis aux mêmes contraintes et à la même réglementation que les services de télévision « traditionnelle ». Sur ce sujet, Pierre Dion, chef de la direction de Québecor, a notamment déclaré, « Netflix ainsi qu'Amazon, Google et autres doivent, dans leurs plus grands rêves, souhaiter que les instances réglementaires continuent de garder les clés des menottes des télédistributeurs et télédiffuseurs traditionnels canadiens »²⁹.

²⁷ CRTC, 1999, *Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de nouveaux médias*, Avis public CRTC 1999-197.

²⁸ CRTC, 2012, *Ordonnance d'exemption des entreprises de radiodiffusion de médias numériques* (Ordonnance de radiodiffusion 2012-409).

²⁹ Mélanie Marquis, 10 septembre 2014, « CRTC : Québecor plaide

Quelle gouvernance pour les acteurs du numérique?

Face à la montée de ce type de service, les EDR canadiennes ont d'ailleurs choisi de lancer leur propre service calqué sur le modèle socioéconomique de Netflix. Pour les EDR canadiennes qui ont longtemps cantonné leur activité sur le web à de la télévision de rattrapage, il s'agit de proposer des services permettant de composer avec l'évolution des usages en matière de pratiques de consommation culturelle ainsi que de rester compétitif avec l'arrivée de ces acteurs transnationaux issus du numérique. Ainsi, le secteur de la radiodiffusion canadien connaît depuis l'arrivée de Netflix un véritable processus de « Netflixisation »³⁰ revêtant certes une dimension technologique forte, mais également des dimensions économique, sociale et politique tout aussi importantes.

Les processus de marchandisation et de valorisation de la culture et de l'information ne sont jamais figés une fois pour toutes, évoluant entre continuité et émergence, en fonction de facteurs technologiques, économiques, sociaux et politiques. C'est dans cette perspective que le processus de « Netflixisation » que nous venons d'évoquer participe à la transformation de l'environnement médiatique canadien, en particulier en ce qui concerne la distribution et la consommation des contenus audiovisuels, réinterrogeant par là même le cadre réglementaire pensé pour la télévision. Dans ce contexte, le 24 octobre 2013, le CRTC lance l'*Avis d'invitation de radiodiffusion CRTC 2013-563 : Parlons télé : une conversation avec les Canadiens sur l'avenir de la télévision*³¹ qui vise à réfléchir à l'évolution du cadre réglementaire de la télévision. Ce processus de consultations publiques lancé

pour une déréglementation », *Le Devoir*.

³⁰ Claus, *supra* note 26.

³¹ CRTC, *Parlons télé : une conversation avec les Canadiens sur l'avenir de la télévision*, Avis d'invitation de radiodiffusion, CRTC 2013-563.

par le CRTC part du constat que l'on se situerait dans « une ère de technologie numérique caractérisée par l'abondance de chaînes et le contenu sur demande disponible sur diverses plateformes (câble, satellite, Internet, appareils mobiles) »³², ce qui implique que :

de plus en plus de Canadiens choisissent maintenant le moment de regarder leurs émissions, que ce soit en les enregistrant sur leur récepteur vidéo personnel, en utilisant la vidéo sur demande ou des services en ligne comme Tou.tv, Netflix ou YouTube. Aujourd'hui, on peut accéder au contenu vidéo à peu près partout et en tout temps. En conséquence, les attentes des Canadiens ont changé³³.

Comme l'explique Marc Raboy, « les audiences publiques sont toujours une exigence légale dans les procédures du CRTC, fournissant une voie d'accès importante aux négociations politiques pour ceux qui ne jouissent pas du privilège d'avoir une position de premier plan en raison des groupes de pression industriels ou patronaux »³⁴. Ainsi, chaque réforme de la *Loi sur la radiodiffusion* s'accompagne de discussions publiques dont la visée est informative – le régulateur va chercher des informations notamment d'ordre technique auprès des acteurs en lien avec le secteur des médias pour penser l'évolution du cadre réglementaire – tout en conférant au processus une

³² *Ibid.*, p. 1.

³³ *Ibid.*, p. 5-6.

³⁴ Marc Raboy, 2003, « Communication et mondialisation : un défi pour les politiques publiques » dans David R. Cameron et Janice G. Stein, dir., *Contestation et mondialisation : Repenser la culture et la communication*, Montréal, Presses de l'Université de Montréal, 133-168, p. 150.

Quelle gouvernance pour les acteurs du numérique?

forme de légitimité – en prenant l’avis des citoyens ainsi que des acteurs en lien avec le monde de la radiodiffusion le CRTC cherche à légitimer son action en évitant une « capture » de la réglementation³⁵ par certains intérêts. Marc Raboy, qui a étudié ces processus lors de l’adoption de la *Loi sur la radiodiffusion* de 1991, note toutefois que certains groupes d’intérêts mieux organisés et plus puissants politiquement et financièrement auront une plus grande capacité à faire valoir leurs intérêts³⁶.

Cette prégnance des groupes d’intérêts réclamant auprès des autorités politiques certains assouplissements réglementaires au sein des ICC a été fondamentale autour des années 1980 avec notamment un secteur des télécommunications fournissant « un excellent exemple des changements ayant favorisé l’émergence d’une nouvelle gouvernance du système capitaliste »³⁷. Thierry Vedel note que cette période se caractérise par une transformation des rapports de force structurant l’organisation des ICC au cours de laquelle la « coalition de l’électronique » a pris la place du « complexe postal industriel »³⁸. Dès lors, on aurait assisté à une modification du rôle de l’État avec un passage d’un « État opérateur » à un « État animateur »³⁹ se matérialisant par le développement d’une gouvernance en matière de médias qui vise à introduire plus de concurrence dans un contexte où :

³⁵ George Stigler, 1971, « The Theory of Economic Regulation » 2:1 *The Bell Journal of Economics and Management Science* 3-21.

³⁶ Marc Raboy, 1995, *Accès inégal: Les canaux d’influence en radiodiffusion*, Sillery, Presses de l’Université du Québec.

³⁷ Michèle Rioux, 2004, « Mythes et limites de la gouvernance globale des télécommunications » 2 *A contrario* 116-36, p. 116.

³⁸ Thierry Vedel, 1999, « La gouvernance des réseaux mondiaux de communication » 18:2 *Politique et Sociétés* 9-36.

³⁹ *Ibid.*

À une intégration essentiellement nationale se substituent des télécommunications devenues globales.

À une intégration fondée sur l'organisation et la réglementation de monopoles se substitue une intégration par la concurrence et l'initiative privée.

À une segmentation sectorielle entre les télécommunications et les secteurs des médias (contenu) et de l'informatique se substitue un mouvement de convergence industrielle entre ces secteurs pour n'en former qu'un seul, le secteur des Technologies de l'information et des communications (TIC)⁴⁰.

Dans ce contexte, la « réglementation ne vise pas tant à exprimer une volonté politique qu'à accompagner, en adaptant les règles du jeu et en créant un environnement propice à l'innovation, les efforts des entreprises privées »⁴¹. L'introduction de plus de concurrence apparaît donc comme un horizon à atteindre, justifiable tant du point de vue des intérêts privés que de l'intérêt public. Nous pouvons noter ici que l'orientation prise par les politiques publiques en matière de gouvernance des médias va être influencée par le contexte économique, financier, politique, technologique, social, mais aussi idéologique – précisons que chacune de ces dimensions s'influence respectivement – dans lequel certains intérêts prennent le pas sur d'autres. C'est à l'aune de ce constat que nous avons choisi de nous intéresser au processus de modernisation, initié par le CRTC, du cadre réglementaire entourant la télévision.

⁴⁰ Rioux, *supra* note 37, p. 118.

⁴¹ Vedel, *supra* note 38, p. 18.

3. Le processus *Parlons télé*

Le 24 octobre 2013, le CRTC lance donc le processus *Parlons télé : une conversation avec les Canadiens sur l'avenir de la télévision*⁴² afin de réfléchir à une évolution du cadre réglementaire encadrant la télévision. Lors de ce processus se déroulant en trois étapes, les deux premières visaient à regrouper les différentes doléances des usagers, d'une part, et à saisir la manière dont ceux-ci consomment des contenus en cernant l'évolution de leurs pratiques médiatiques, d'autre part. Le CRTC a d'abord invité les Canadiens à donner leur avis sur « leur » système de télévision recevant ainsi plus de 1 300 observations. Cette première consultation a été complétée par 26 conférences au sein desquelles des groupes de consommateurs, des associations de l'industrie, des écoles et des universités ont été amenés à intervenir. La seconde étape invitait les Canadiens à répondre à un questionnaire interactif basé sur les commentaires recueillis lors de la première étape. Environ 7 500 personnes ont rempli ce questionnaire visant à réfléchir à plusieurs scénarios découlant de changements apportés au système de télévision. Ces deux premières étapes ont donc accordé une place centrale aux attentes des usagers, la notion d'« intérêt public » apparaissant ici étroitement associée à l'intérêt des consommateurs.

La troisième étape, lancée par l'*Avis de consultation de radiodiffusion 2014-190*⁴³, invitait les acteurs souhaitant intervenir dans le cadre des audiences publiques à remettre leur intervention écrite jusqu'au 25 juin 2014. Parmi ces candidats, certains ont été sélectionnés pour intervenir, à

⁴² CRTC, *Parlons télé*, supra note 31.

⁴³ CRTC, 2014, *Parlons Télé*, Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2014-190.

compter du 8 septembre et durant deux semaines, aux débats se déroulant à Gatineau. Ces audiences publiques ont ainsi rassemblé une quarantaine d'acteurs parmi lesquelles des EDR nationales comme Québecor, Cogeco, Bell et Rogers, des sociétés médiatiques internationales (dont Google, en tant que propriétaire de YouTube, Disney et Netflix), la Société Radio-Canada, des groupes de défense de consommateur (comme l'Union des Consommateurs), des associations de créateurs et des producteurs (telles que l'Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec et l'Unifor), divers membres de la société civile (comme la Fédération des communautés francophones et acadiennes du Canada et la fédération culturelle canadienne-française) ainsi que les gouvernements du Québec et de l'Ontario. Chaque intervenant était invité à faire part de son avis sur la manière de modifier le cadre réglementaire canadien en matière de radiodiffusion.

Pour structurer les débats, le CRTC a publié l'*Avis de consultation de radiodiffusion du CRTC 2014-190-3*⁴⁴. Ce document proposait une série de sujets invitant à réfléchir à « de nouvelles règles pour encadrer les changements dans l'industrie de la télévision amenés par les services technologiques » afin « d'offrir aux parties des modèles possibles et de stimuler les discussions et les débats »⁴⁵. Ainsi, dans l'Annexe à l'avis de consultation de radiodiffusion 2014-190, on retrouve 29 propositions faites par l'organisme de régulation réparties en 8 thématiques :

- Choix et souplesse – « un marché de détail sain et dynamique »;

⁴⁴ CRTC, 2014, *Parlons Télé*, Annexe à l'avis de consultation de radiodiffusion 2014-190, CRTC 2014-190-3.

⁴⁵ CRTC, *Parlons Télé*, *supra* note 43, p. 1.

Quelle gouvernance pour les acteurs du numérique?

- Relation entre les EDR et les programmeurs – « un marché de gros sain et dynamique »;
- Programmation canadienne – « une nouvelle stratégie nationale de programmation »;
- Programmation locale – « une présence locale viable »;
- Programmation de télévision accessible à tous les Canadiens – « contenu diversifié et accessible à tous les Canadiens »;
- Information au consommateur et recours – « un consommateur informé et capable de faire - des choix »;
- Simplification du régime réglementaire – « un régime réglementaire tourné vers l'avenir »;
- Autres questions⁴⁶.

Durant ces audiences, Netflix et Google ont naturellement capté une grande partie de l'attention dans la mesure où ces acteurs transnationaux, qui font peu de cas des frontières des États-nation, viennent réinterroger la politique du CRTC qui, comme nous l'avons dit, s'est historiquement construite autour d'une volonté de renforcement de l'identité nationale par une « canadianisation » des ondes face notamment à une « américanisation » de celles-ci.

Les EDR sont particulièrement revenues sur cette situation dans la mesure où ces sociétés, contrairement aux acteurs de la TPC, sont obligées de répondre à certaines obligations. Pour les entreprises canadiennes, il s'agit d'une concurrence déloyale, le cadre réglementaire qui

⁴⁶ CRTC, *Parlons Télé*, Annexe, *supra* note 44.

leur est imposé ne leur permettant pas de rivaliser avec les acteurs issus du numérique.

Bell a ainsi insisté sur la nécessité de changements de réglementation qui faciliteraient le maintien des profits tout en protégeant le contenu culturel canadien. Ainsi, le contexte technologique et socioéconomique actuel impliquerait l'allègement « du fardeau réglementaire » des entreprises de radiodiffusion canadiennes en octroyant à celles-ci le plus de flexibilité possible. Les arguments de Bell sont symptomatiques d'un discours qui consiste à faire passer l'idée que les EDR seraient les piliers de l'identité culturelle canadienne et, de ce fait, qu'une favorisation de l'intérêt privé de ces sociétés médiatiques irait dans le sens de l'intérêt public et de la mission du CRTC.

À l'instar de Bell, Québecor a largement plaidé en faveur d'un allègement réglementaire pour les diffuseurs traditionnels notamment en vue de concurrencer les acteurs issus du numérique. Le président de Québecor, Pierre Dion, a ainsi déclaré que « Si le Conseil ne réagit pas assez rapidement, un service comme Netflix sera, dans un avenir rapproché, non seulement l'un des plus importants télédistributeurs, mais également l'un des plus importants télédiffuseurs au Canada »⁴⁷. Québecor met ainsi de l'avant l'idée que sans allègement réglementaire, le premier diffuseur de contenu au Canada serait Netflix, un service étranger. Pour Pierre Dion, le cadre réglementaire du CRTC serait donc devenu « tout simplement obsolète » dans un contexte de mondialisation des ICC où le contenu est « roi ». Dès lors, « Il ne reste [au CRTC] plus qu'un seul choix : la déréglementation de la radiodiffusion afin de permettre aux joueurs canadiens

⁴⁷ Marquis, *supra* note 29.

Quelle gouvernance pour les acteurs du numérique?

d'opérer à chance égale avec Netflix et les autres services OTT (over the top) »⁴⁸.

Notons que l'on retrouve ici une activité de lobbying d'acteurs privés réclamant certaines déréglementations. Cette rhétorique mobilisée par Bell et Québecor, représentative des demandes des grands acteurs des médias au Canada, n'est pas nouvelle. En effet, déjà en 2008, l'ancien président de Québecor Pierre-Karl Péladeau déclarait devant le CRTC : « les généralistes privées font face à la quadrature du cercle : aucune redevance, des revenus publicitaires en constante décroissance, un fardeau réglementaire inchangé. Il ne faut pas se le cacher : l'encadrement réglementaire actuel crée un tel déséquilibre que la situation ne pourra pas tenir longtemps »⁴⁹.

De même, lors des audiences ayant mené à l'adoption à la *Loi sur la radiodiffusion* de 1991, les EDR, tout en se disant conscientes de l'importance de défendre l'identité canadienne et la production culturelle nationale, s'opposaient à toute mesure réglementaire en affirmant que celles-ci seraient contreproductives. Ces sociétés cherchent notamment à faire passer l'idée qu'un allègement des contraintes auxquelles elles sont soumises permettrait à celles-ci de remplir plus efficacement les « obligations sociales » que leur activité de radiodiffusion leur incombe. Sur ce sujet, Raboy explique que :

⁴⁸ *Ibid.*

⁴⁹ lex Levasseur, 22 avril 2008, *Intervention faite au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes dans le cadre de la révision des cadres de réglementation des entreprises de distribution de radiodiffusion et des services de programmation facultatifs*, CRTC, Ottawa (On).

De façon générale, les radiodiffuseurs et les câblodistributeurs s'opposent à toute mesure susceptible de faire diminuer leur autonomie ou leur marge bénéficiaire. Or, il aurait été difficile de tenir un tel discours au moment où se dégageait un consensus sur la nécessité de canadianiser les ondes et de mettre le secteur privé à contribution. Aussi pour la plupart d'entre-deux ont-ils développé un discours public, empreint de réserve, tout en nuances, souvent ambigu⁵⁰.

De leur côté, Google et Netflix ont essentiellement utilisé les audiences pour réaffirmer leur opposition à toute idée d'une régulation de leurs activités notamment en affirmant que leurs activités participent à la réalisation des objectifs du CRTC. Google – en tant que propriétaire de YouTube – a ainsi mis de l'avant le fait que « le contenu canadien captivant en ligne réussissait sans réglementation en radiodiffusion » et que « les créateurs canadiens émergents et établis trouvent de nouveaux auditoires à l'échelle mondiale et génèrent des revenus sans avoir à passer par des intermédiaires »⁵¹.

Tout en expliquant que son service vient compléter les services de radiodiffusion traditionnels, Netflix a soutenu l'idée que « le contenu canadien est florissant » sur sa plateforme en précisant que « le contenu canadien est dicté par le marché, la demande des abonnés et leurs habitudes d'écoute »⁵². Pour les firmes américaines, il s'agit de prouver qu'elles contribuent « naturellement »

⁵⁰ Raboy, *supra* note 24, p. 44.

⁵¹ CRTC, 29 septembre 2014, *Lettre du Conseil adressée à Jason Kee (Google Inc.)*, John Traversy, secrétaire général.

⁵² CRTC, 29 septembre 2014, *Lettre du Conseil adressée à Corie Wright (Netflix)*, John Traversy, secrétaire général.

Quelle gouvernance pour les acteurs du numérique?

aux objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*, et donc qu'il n'y a pas besoin de réglementer leurs activités en leur imposant, par exemple, des quotas ou en les obligeant à participer au financement de la production canadienne à hauteur d'un x % de leurs revenus obtenus dans le pays.

Ainsi, largement opposé à toute idée d'une régulation de ses activités, Google a affirmé que de tels changements « imposeraient des fardeaux significatifs aux services en ligne et auraient un effet dissuasif majeur pour développer ou investir dans ces plateformes au Canada »⁵³. Pour la firme de Mountain View, en plus de créer des défis pratiques, « ces contributions obligatoires feraient sans doute augmenter les coûts d'abonnement des consommateurs et diminuer les droits d'utilisation et les parts de profit qui reviennent aux créateurs »⁵⁴. Une régulation accrue aurait donc pour conséquence de freiner les investissements d'un acteur comme Google au Canada. Le géant mobilise ici un argumentaire économique selon lequel la libéralisation des marchés avec une régulation étatique faible, voire absente, irait dans l'intérêt de tous les partis.

Devant le CRTC, Corie Wright, directrice des politiques publiques globales au sein de Netflix, a soutenu l'idée qu'il faut respecter la liberté de choix des consommateurs en demandant à l'organisme public de laisser les forces du marché s'autoréguler. Selon elle, les téléspectateurs devraient ainsi pouvoir « voter avec leurs dollars et leurs yeux pour former le marché médiatique »⁵⁵. Corie Wright

⁵³ Hugo De Grandpré, 29 septembre 2014, « Google et Netflix ne cèdent pas aux menaces du CRTC » *La Presse* (Montréal).

⁵⁴ Thierry Pedwell, 8 septembre 2014, « Télévision : Google rejette les changements proposés par le CRTC » *La Presse* (Montréal).

⁵⁵ Thierry Pedwell, 19 septembre 2014. « Netflix : les Canadiens devront 'voter avec leur dollars' » *La Presse* (Montréal).

appel ainsi le CRTC à laisser le marché des médias fonctionner selon les mécanismes de la régulation marchande qui « postule un état de compétition dispersée qui met en contact des acteurs autonomes et aux intérêts indépendants les uns des autres, cherchant chacun à maximiser ses avantages individuels. L'arbitrage entre les préférences individuelles se fait à travers les prix »⁵⁶. Derrière l'argumentaire de la représentante de Netflix, on retrouve l'idée selon laquelle une « main invisible » mènerait naturellement le marché à une situation optimale pour tous.

Dans l'éventualité où l'on rejoindrait Netflix et Google sur leur argumentaire, en particulier en ce qui concerne leur investissement dans la production canadienne et sa mise en visibilité, il n'y a aucun moyen de vérifier leurs dires. En effet, l'une des problématiques se posant à toute personne s'intéressant aux médias et aux mutations affectant ceux-ci est de connaître le « poids réel » des acteurs issus du numérique et l'ampleur de leur activité – nombre d'abonnés, publicité, chiffre d'affaires, etc. – dans les pays où ils opèrent. Ce manque de transparence soulève pour le législateur de nombreuses questions notamment en matière de politique fiscale (nous pensons notamment au nomadisme fiscal de certaines sociétés issues du numérique dont il est difficile d'imposer les revenus) ou culturelle (nous pensons notamment aux politiques de quotas ou à l'obligation de financer les productions culturelles nationales qui sont souvent calculées en fonction des revenus de la société dans le pays).

⁵⁶ Raboy et Vedel, *supra* note 6, p. 319.

Quelle gouvernance pour les acteurs du numérique?

Illustrant cette situation, durant les audiences publiques, le CRTC a demandé à Google⁵⁷ et Netflix⁵⁸, en vertu de l'article 16 de la *Loi sur la radiodiffusion*, de fournir une série d'informations sur leur activité au Canada. Face au refus des deux sociétés américaines, le 22 septembre, le CRTC menace d'effacer toutes les preuves et représentations soumises dans le cadre des audiences *Parlons Télé* si Netflix et Google persistent dans leur refus. Jean-Pierre Blais a ainsi déclaré : « Vous opérez en vertu d'une exemption qui requiert que vous fournissiez de l'information. Le défaut de fournir de l'information met ces exemptions à risque »⁵⁹.

Évoquant leur « liberté », Netflix et Google ont rapidement fait part de leur intention de ne pas se plier aux menaces de l'organisme. Une réponse que le CRTC identifie « comme une tentative directe de miner sa capacité à servir les Canadiens, ainsi qu'à nuire à l'équité procédurale due à tous les participants »⁶⁰. Cette réponse met clairement en lumière l'incapacité du CRTC d'instaurer des règles visant à encadrer les fournisseurs de vidéos en ligne. Pour Michael Geist, ce différend « est plus qu'une simple lutte à propos de la confidentialité des informations. C'est devenu une bataille nettement plus large à propos de la capacité légale du CRTC d'imposer des règles à l'industrie des fournisseurs de vidéos en ligne »⁶¹.

⁵⁷ Le CRTC voulait notamment connaître le volume de contenu téléchargé à partir d'une localité canadienne, la croissance prévue dans le marché publicitaire et les revenus publicitaires provenant du Canada de Google.

⁵⁸ Le CRTC a notamment demandé à Netflix le nombre de ses abonnés canadiens et ses investissements en production canadienne.

⁵⁹ De Grandpré, *supra* note 53.

⁶⁰ 24 septembre 2014, « Netflix contre le CRTC » *Le Devoir*.

⁶¹ *Ibid.*

4. La « taxe Netflix » : un syntagme à visée électorale

Si plusieurs des propositions du CRTC ont fait débat, une en particulier, qui paradoxalement ne faisait pas partie de celles du CRTC, a focalisé l'attention médiatique, « la taxe Netflix » (aussi appelée la taxe YouTube). Précisons toutefois que la proposition 10, à savoir « Redéfinir les revenus de radiodiffusion (marchés de langues française et anglaise) », pouvait évoquer ce point. Le contenu de cette dernière est le suivant :

La définition de revenus de radiodiffusion pour les titulaires serait modifiée pour y inclure les revenus provenant des émissions offertes en ligne et sur d'autres plateformes exemptées. Les radiodiffuseurs auraient l'autorisation de comptabiliser, au titre de leurs dépenses en émissions canadiennes, leurs dépenses relatives à des émissions originales diffusées exclusivement en ligne⁶².

Le 19 septembre 2015, s'immiscant dans les débats sans forcément y avoir été invité, le gouvernement Harper a cependant déclaré qu'il rejeterait toute tentative visant à imposer une « taxe Netflix ou YouTube »⁶³. La ministre du Patrimoine, Shelly Glover, a ainsi affirmé :

⁶² CRTC, *Parlons Télé*, supra note 43.

⁶³ Le 19 septembre 2015, Shelly Glover avait ainsi déclaré par l'intermédiaire de Twitter : « Nous ne permettons pas que soient mises en place de nouvelles réglementations ou taxes sur les services de vidéos par internet »; en rajoutant : « Nous rejeterons toute taxe sur Netflix ou YouTube ».

Quelle gouvernance pour les acteurs du numérique?

Par le passé, le CRTC a refusé de réglementer ces services en ligne, et c'est une position que notre gouvernement soutient fermement. Bien entendu, nous savons que les libéraux voudraient hausser les prix payés par les consommateurs, mais notre gouvernement va continuer à défendre les Canadiens et va rejeter toute tentative de gonfler les prix de ces services⁶⁴.

Précisons que cette intervention du gouvernement renvoie clairement à une forme d'« ingérence » auprès d'un organisme de régulation indépendant.

Cette position de la ministre du Patrimoine a d'ailleurs été réaffirmée par le gouvernement fédéral à l'été 2015. En effet, le 5 août 2015, en pleine période d'élection fédérale, le premier ministre Stephen Harper a ainsi déclaré par l'intermédiaire de sa page Facebook :

Certains politiciens veulent taxer les services numériques en ligne comme Netflix et YouTube. D'autres paliers de gouvernement nous ont demandé d'imposer une « Taxe Netflix ». Et Justin et Thomas Mulcair ouvrent grand la porte à une telle taxe.

Je suis à 100 % contre une Taxe Netflix. En fait, j'ai réaffirmé aujourd'hui qu'un gouvernement conservateur réélu va rejeter les demandes visant à imposer une nouvelle taxe sur les services numériques comme Netflix et YouTube.

⁶⁴ Stéphane Baillargeon, 23 septembre 2014. « Ottawa refuserait une «taxe Netflix» » *Le Devoir*, Montréal.

Le choix est clair. Seul notre Parti conservateur répond aux besoins des consommateurs canadiens maintient un faible fardeau fiscal. Seul notre Parti va empêcher l'imposition d'une taxe sur Netflix⁶⁵.

Notons qu'en mobilisant le terme de « taxe Netflix », le gouvernement utilise une sémantique à connotation négative visant à se poser en défenseur du « consommateur/voteur ». On peut d'ailleurs faire un parallèle avec la dénonciation de la « taxe I-pod » faite par le gouvernement conservateur en 2007 (on retrouve la même sémantique) alors que l'on débattait de l'adaptation du régime de copie privée déjà en place à certaines mutations technologiques et économiques. Le ministre de l'Industrie, Tony Clément, et le ministre du Patrimoine canadien, James Moore, avaient ainsi déclaré qu'une « taxe iPod » :

nuirait à l'économie, punirait les consommateurs ainsi que les familles et enverrait un message nuisible en cette période fragile de reprise économique. [...] Elle [ne] ferait qu'obliger les Canadiens à payer plus cher pour écouter la musique canadienne et elle minerait notre industrie de la musique. [...] Les Canadiens peuvent être assurés que le gouvernement Harper demeurera à leurs côtés pour résister à l'adoption d'une telle taxe⁶⁶.

⁶⁵ Stephen Harper, 5 août 2015, Youtube.

⁶⁶ Canada, 14 décembre 2014, *Déclaration du ministre de l'Industrie, l'honorable Tony Clément, et du ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles, l'honorable James Moore*, Centre Rideau,

Quelle gouvernance pour les acteurs du numérique?

Que ce soit avec la « taxe I-pod » ou la « taxe Netflix », on observe clairement la mobilisation d'un argumentaire qui vise à se poser avant tout en défenseur du consommateur. Dans un contexte de transformations des ICC (en particulier, l'évolution de certains rapports de force) liées à la montée d'Internet, il se dessine clairement une volonté du gouvernement conservateur du premier ministre Harper de s'aligner avant tout sur le développement de certains usages médiatiques et sur les intérêts de certains consommateurs (et de manière liée sur les intérêts de grandes sociétés qui tirent avantage de ces usages) qui délaisse par là même certains aspects fondamentaux de la politique culturelle nationale. On s'inscrit donc ici dans une forme de gouvernance par le marché qui « repose sur la capacité des utilisateurs à agir en tant que consommateurs avertis orientant leurs achats de manière que leurs préférences et leurs attentes soient prises en compte par les fournisseurs de services »⁶⁷.

Finalement, en novembre 2014, Jean-Pierre Blais, président du CRTC, expliquant que « Réglementer Netflix est la dernière des préoccupations »⁶⁸, annonce l'intention du conseil de ne pas réguler les services de vidéo à la demande. Ces derniers continueront donc de bénéficier d'une exemption de licence. Jean-Pierre Blais a ainsi expliqué :

Nous en sommes venus à la conclusion que détenir une licence [délivrée par le CRTC aux EDR qui souhaitent diffuser] n'est pas obligatoire. On n'a pas besoin d'aller là pour atteindre les objectifs [promouvoir le

Ottawa (On).

⁶⁷ Vedel, *supra* note 38, p. 46.

⁶⁸ Vincent Brousseau-Pouliot, 7 novembre 2014, « Netflix ne sera pas réglementé » *La Presse* (Montréal).

contenu canadien] [...] Ça me surprendrait que ça change durant mon mandat [juin 2017], mais c'est une question de fait, dit-il en entrevue. Avec Shomi, le projet Latte de Bell, illico Club à volonté, il me semble qu'on a beaucoup de vigueur par rapport à l'offre audiovisuelle sur les plateformes en ligne. Shomi a annoncé que 30 % de sa programmation sera du contenu canadien, et ce, sans obligation réglementaire. Tou.tv est exploité sans licence, et beaucoup de contenu canadien y est disponible. On a atteint l'objectif sans intervention du régulateur⁶⁹.

Avec cette prise de position, le CRTC s'inscrit dans une vision selon laquelle il n'y aurait pas besoin de réglementer les sociétés diffusant du contenu via Internet puisque « naturellement » celles-ci opèreraient pour des stratégies allant dans le sens de la mission de l'organisme de régulation, à savoir favoriser le développement de la production et de la diffusion de contenus canadiens. On observe un alignement du discours de l'instance de régulation au discours de certains acteurs privés quant aux avantages de la « régulation marchande ».

5. Les décisions du CRTC : le « téléspectateur empereur »

Dans les faits, les décisions prises par le CRTC qui ont suivi les audiences *Parlons télé* ont surtout eu pour vocation d'instaurer un système plus flexible pour les EDR et plus favorable aux usagers.

⁶⁹ *Ibid.*

Quelle gouvernance pour les acteurs du numérique?

Ainsi, des décisions telles que l'allègement des quotas⁷⁰, l'autorisation pour les services de vidéo sur demande d'offrir du contenu exclusif aux usagers ou encore l'élargissement de la définition de ce qu'est la « programmation canadienne » visent à instaurer plus de flexibilité au sein du cadre législatif régulant le secteur des médias canadiens afin de permettre aux acteurs historiques d'être plus compétitifs.

Ces mesures s'inscrivent dans la stratégie de gouvernance du CRTC qui vise à encourager la constitution de grands « champions » des ICC à une échelle nationale capable d'investir dans les contenus nationaux et de rivaliser avec les grands groupes médiatiques transnationaux, ce qui passe par un allègement des dispositifs réglementaires des sociétés médiatiques canadiennes.

On retrouve également une série de décisions prenant en compte certains des commentaires recueillis auprès des usagers. On a ainsi vu des mesures telles que la création d'abonnements plus abordables et plus flexibles, l'interdiction des politiques d'annulation de 30 jours ou encore la limitation de la substitution simultanée. Ces décisions renvoient à une conception plutôt consumériste de l'intérêt général selon laquelle, d'après une déclaration du président du CRTC lors de son discours au Cercle

⁷⁰ Lors d'un discours adressé au Cercle canadien d'Ottawa le 12 mars 2015 (*Parlons télé et de l'avenir du contenu produit par les Canadiens*, Discours devant le Cercle canadien Ottawa), Jean-Pierre Blais a expliqué que « les quotas à la télévision sont une notion hautement anachronique dans une ère d'abondance et dans un univers où prime le choix ». A ce titre, les quotas ont été abrogés, excepté aux heures de grande écoute (de 18 h à 23 h) où ils sont maintenus à hauteur de 50 %.

canadien d'Ottawa le 12 mars 2015, le « téléspectateur est empereur »⁷¹.

Précisons enfin que nous avons pu déceler certaines décisions comme le maintien de la réception en direct de la télévision ou l'obligation pour les EDR de fournir un service de base abordable donnant la priorité aux émissions d'information et aux bulletins de nouvelles locales et régionales, lesquelles sont censées garantir la mission de service public dont les médias sont porteurs.

Conclusion

Nous avons vu ici qu'historiquement le Canada a opté pour la construction d'un système de radiodiffusion fort afin de garantir le dynamisme de la production culturelle et médiatique canadienne (étant un pays qui souhaite s'émanciper de l'influence de la Grande-Bretagne puis des Etats-Unis) à condition que les entreprises de radiodiffusion considérées d'« utilité publique » répondent à certaines obligations sous l'autorité d'une entité publique autonome. Ainsi, depuis les années 1930, le CRTC a mis en place une série de dispositifs tels que les quotas, les politiques d'avantages tangibles ou l'obligation pour les EDR de participer au financement de la production culturelle nationale visant à garantir une « canadianisation » des ondes, le dynamisme de la production de contenus et, en définitive, le renforcement de l'identité nationale.

Selon Marc Raboy et Thierry Vedel, « le rôle de la réglementation des médias est de déterminer l'intérêt public, sur une base permanente, en regard des enjeux

⁷¹ *Ibid.*

Quelle gouvernance pour les acteurs du numérique?

particuliers qui peuvent exister à tel moment ou à tel moment dans un pays »⁷². Or, comme nous l'avons vu ici avec le cas de la télévision au Canada, l'explosion du numérique remet en question les cadres règlementaires des médias. Notons que « l'arrivée et l'implantation d'Internet en tant que média illustrent une réalité historique qui caractérise l'évolution des technologies de communication en général : chaque innovation technique majeure s'accompagne des transformations fondamentales des régimes de gouvernance des communications »⁷³.

Dans le présent article, nous nous sommes appuyés sur le développement de la télévision par contournement au Canada, Netflix et YouTube (deux sociétés américaines) en première ligne, pour mettre en lumière certaines transformations des modalités de distribution, marchandisation et consommation des contenus audiovisuels prenant place notamment sous l'égide d'acteurs économiques définissant leurs stratégies à une échelle transnationale et concevant leurs produits ou services pour un public mondial. Le développement de ces services audiovisuels soulève de nombreuses questions en terme de gouvernance puisqu'ils échappent totalement aux dispositifs mis en place par le CRTC. Ce même CRTC a d'ailleurs conclu qu'il n'y a pas besoin de réguler ces services par contournement, le marché sur Internet menant « naturellement » aux objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*. On s'inscrit ici dans une tendance générale de la gouvernance étatique, qu'elle soit d'ordre national ou intergouvernemental, qui semble se focaliser sur les

⁷² Raboy et Vedel, *supra* note 6, p. 313.

⁷³ Marc Raboy, 2001, « De la réglementation à la régulation: la gouvernance des communications à l'ère d'Internet » communication dans le cadre du colloque *Gouvernance et usages d'Internet : vers un nouvel environnement normatif?*, Montréal, Université du Québec à Montréal, 10 décembre 2001, p. 1.

questions techniques tout en délaissant les contenus. Notons qu'en laissant Internet se développer en dehors de sa juridiction, il est devenu extrêmement difficile pour le CRTC de réguler les acteurs du numérique – les échanges entre Google/Netflix et le CRTC illustrent les rapports de forces particulièrement déséquilibrés existant entre ces acteurs (et ce d'autant plus que l'organisme de régulation n'a pas le soutien de l'État). Or, plus on laisse les acteurs du numérique en dehors de toute réglementation étatique, plus penser une gouvernance d'Internet devient complexe.

Bibliographie

- Baillargeon, Stéphane. 23 septembre 2014. « Ottawa refuserait une “taxe Netflix” » *Le Devoir*, Montréal. En ligne : <<http://www.ledevoir.com/culture/television/419195/ottawa-refuserait-une-taxe-netflix>>.
- Bérubé, Nicolas. 16 avril 2014. « La peur du nouveau » *La Presse* (Montréal). En ligne : <http://plus.lapresse.ca/screens/4f7a-eab4-534d99b5-9f0b-08baac1c606a%7C_0.html>.
- Bouquillion, Philippe. 2005. « La constitution des pôles des industries de la culture et de la communication » 3:131 *Réseaux* 111-44.
- Bouquillion, Philippe et Yolande Combès, dir. 2007. *Les industries de la culture et de la communication en mutation*, Paris, L'Harmattan.
- Brousseau-Pouliot, Vincent. 7 novembre 2014. « Netflix ne sera pas réglementé » *La Presse* (Montréal). En ligne : <http://plus.lapresse.ca/screens/fc2785bb-452e-4f84-8da1-c70333c1c3db|_0.html>.
- Canada. 14 décembre 2014. *Déclaration du ministre de l'Industrie, l'honorable Tony Clement, et du ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles, l'honorable James Moore*, Centre Rideau, Ottawa (On).

Quelle gouvernance pour les acteurs du numérique?

- En ligne : <<http://news.gc.ca/web/article-fr.do?nid=580179>>.
- Canada. 1991. *Loi sur la radiodiffusion*, LC 1991, c. 11.
- Canada. 1985. *Loi sur investissement Canada*, LRC 1985, c 28 (1er suppl).
- Canada. 1968. *Loi sur la radiodiffusion*.
- Canada. 1932. *Loi canadienne de la radiodiffusion*.
- Claus, Simon. 2014. « La montée en puissance des acteurs des TIC au sein des industries de la culture, réflexion autour de l'arrivée de Netflix au Canada et au Québec » communication dans le cadre du *19e Congrès de la SFSIC. Penser les techniques et les technologies : Apports des Sciences de l'Information et de la Communication et perspectives de recherche*, Toulon, Université de Toulon, 4-6 juin 2014.
- Claus, Simon. 2014. « Étude sur la fusion Bell-Astral » 2014:4 *Cahiers du CRICIS* 2014. En ligne : <http://www.cricis.uqam.ca/IMG/pdf/CRICIS_CAHIER_RS_2014-4.pdf>.
- CRTC. 1999. *Ordonnance d'exemption relative aux entreprises de radiodiffusion de nouveaux médias*, Avis public, CRTC 1999-197.
- CRTC. 2012. *Ordonnance d'exemption des entreprises de radiodiffusion de médias numériques*, Ordonnance de radiodiffusion 2012-409.
- CRTC. 24 octobre 2013. *Parlons télé : une conversation avec les Canadiens sur l'avenir de la télévision*. Avis d'invitation de radiodiffusion CRTC 2013-563.
- CRTC. 2014. *Parlons Télé*, Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2014-190.
- CRTC. 2014. *Parlons Télé*, Annexe à l'avis de consultation de radiodiffusion 2014-190, CRTC 2014-190-3.
- CRTC. 29 septembre 2014. *Lettre du Conseil adressée à Jason Kee (Google Inc.)*, John Traversy. En ligne : <www.crtc.gc.ca/fra/archive/2014/lb140929a.htm>.

- CRTC. 29 septembre 2014. *Lettre du Conseil adressée à Corie Wright (Netflix)*, John Traversy. En ligne : <www.crtc.gc.ca/fra/archive/2014/lb140929.htm>.
- CRTC. 12 mars 2015. *Parlons télé et de l'avenir du contenu produit par les Canadiens*, Discours de Jean-Pierre Blais devant le Cercle canadien, Ottawa (On). En ligne : <<http://nouvelles.gc.ca/web/article-fr.do?nid=947239>>.
- CRTC. 2016. « Un contenu qui répond aux besoins et aux intérêts des canadiens ». En ligne : <<http://www.crtc.gc.ca/fra/cancon/mandate.htm>>.
- De Grandpré, Hugo. 29 septembre 2014. « Google et Netflix ne cèdent pas aux menaces du CRTC » *La Presse* (Montréal). En ligne : <<http://affaires.lapresse.ca/economie/medias-et-telecoms/201409/29/01-4804685-google-et-netflix-ne-cedent-pas-aux-menaces-du-crtc.php>>.
- Demers, François. 2000. « Concentration des entreprises de presse : vers une configuration du paysage médiatique au Québec et au Canada » 8 *Les Cahiers Du Journalisme* 192-203.
- Innis, Harold. 1950. *Empire and Communications*, Toronto, Clarendon Press.
- Filion, Michel. 2006. « L'évolution des politiques publiques et des pratiques culturelles en matière de radiodiffusion canadienne. L'utopie et la réalité » 9:2 *Globe : Revue internationale d'études québécoises* 75-89.
- George, Éric. 1998. « Service public de la télévision et marchandisation de la communication » 43 *Sciences de la société* 147-63.
- Harper, Stephen. 5 août 2015. En ligne : <<https://www.youtube.com/watch?v=GQyXCKMfbfk&feature=youtu.be>>.
- Lacroix, Jean-Guy et al. 1992. « La convergence des télécommunications et de l'audiovisuel : un renouvellement de perspective s'impose » 5:1 *TIS* 81-105.

Quelle gouvernance pour les acteurs du numérique?

- Le Devoir. 24 septembre 2014. « Netflix contre le CRTC » *Le Devoir*. En ligne, <<http://www.ledevoir.com/culture/television/419272/audiences-netflix-contre-le-crtc>>.
- Levasseur, Alex. 22 avril 2008. *Intervention faite au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes dans le cadre de la révision des cadres de réglementation des entreprises de distribution de radiodiffusion et des services de programmation facultatifs*, CRTC, Ottawa (On). En ligne : <<http://scrc.qc.ca/documents/080422-CRTC.pdf>>.
- Marquis, Mélanie. 10 septembre 2014. « CRTC : Québecor plaide pour une déréglementation » *Le Devoir*. En ligne : <http://www.ledevoir.com/culture/actualites-culturelles/417982/crtc-quebecor-plaide-pour-une-dereglementation?utm_source=infolettre-2014-09-10&utm_medium=email&utm_campaign=infolettre-quotidienne>.
- Observatoire des Technologies Médias. 2015. « La progression de Netflix. Analyse du marché de langue française ». En ligne : <<https://www.mtm-otm.ca/Download.ashx?req=458>>.
- Pedwell, Thierry. 8 septembre 2014. « Télévision : Google rejette les changements proposés par le CRTC » *La Presse* (Montréal). En ligne : <<http://affaires.lapresse.ca/economie/medias-et-telecoms/201409/08/01-4798221-television-google-rejette-les-changements-proposes-par-le-crtc.php>>.
- Pedwell, Thierry. 19 septembre 2014. « Netflix : les Canadiens devront ‘voter avec leur dollars’ » *La Presse* (Montréal). En ligne : <<http://www.lapresse.ca/arts/medias/201409/19/01-4801730-netflix-les-canadiens-devront-voter-avec-leurs-dollars.php>>.
- Prévot, Hélène. 2006. « Du mythe de la communication – un enjeu symbolique au Canada » *5 Argumentum* 10-24.

- Raboy, Marc. 1995. *Accès inégal: Les canaux d'influence en radiodiffusion*, Sillery, Presses de l'Université du Québec.
- Raboy, Marc. 2000. *Les médias québécois: Presse, radio, télévision, inforoute*, 2^e éd., Montréal, Gaëtan Morin éditeur.
- Raboy, Marc. 2001. « De la réglementation à la régulation: la gouvernance des communications à l'ère d'Internet » communication dans le cadre du colloque *Gouvernance et usages d'Internet: vers un nouvel environnement normatif?*, Montréal, Université du Québec à Montréal, 10 décembre 2001. En ligne: <http://media.mcgill.ca/files/2001_de%20la%20reglam%20a%20la%20regulation.pdf>, consulté le 30 juin 2016.
- Raboy, Marc. 2003. « Communication et mondialisation : un défi pour les politiques publiques » dans David R. Cameron et Janice G. Stein, dir., *Contestation et mondialisation : Repenser la culture et la communication*, Montréal, Presses de l'Université de Montréal, 133-68, p. 150.
- Raboy, Marc et Thierry Vedel. 2005. « La régulation des communications à l'ère numérique » dans Bernard Conein, Françoise Massit-Folléa et Serge Proulx, dir., *Internet: Une utopie limitée. Nouvelles régulations, nouvelles solidarités*, Québec, Presses de l'Université Laval.
- Rioux, Michèle. 2004. « Mythes et limites de la gouvernance globale des télécommunications » 2 *A contrario* 116-36.
- Sénécal, Michel. 2002. « L'autre versant de la mondialisation : démocratiser pour diversifier ? » communication dans le cadre du *Colloque Panaméricain: Industries culturelles et dialogue des civilisations dans les Amériques*, Montréal, 22-24 avril 2002.

Quelle gouvernance pour les acteurs du numérique?

- Stigler, George. 1971. «The Theory of Economic Regulation» 2:1 *The Bell Journal of Economics and Management Science* 3-21.
- Tremblay, Gaëtan. 1985. «Le Service public : principe fondamental de la radiodiffusion canadienne» rapport présenté à la commission Caplan-Sauvageau, Montréal.
- Vedel, Thierry. 1999. «La gouvernance des réseaux mondiaux de communication» 18:2 *Politique et Sociétés* 9-36.

Économie créative, innovation et technologies numériques : Risques pour l'avenir des politiques culturelles face à la nouvelle articulation entre culture et économie

Felipe Verdugo¹

Introduction

La notion d'économie créative s'est insérée dans les débats internationaux sur la culture et le développement depuis au moins une quinzaine d'années. Elle sert à désigner autant un secteur industriel, où 'l'acte créatif' serait au centre du processus de production, qu'une nouvelle manière de penser l'économie, où la créativité

¹ Chercheur associé au CEIM, Felipe Verdugo poursuit actuellement une maîtrise en science politique à l'UQAM sous la direction de Christian Deblock et Michèle Rioux. Il s'intéresse particulièrement à la relation entre culture et développement durable ainsi qu'aux impacts des industries créatives sur les politiques culturelles et commerciales. Travaillant au CEIM depuis 2014, il a participé notamment à l'élaboration de l'étude *Pour une culture en réseaux diversifiée : Appliquer la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles à l'ère du numérique*, dirigé par Michèle Rioux. Également pianiste titulaire d'un Doctorat en musique-interprétation, M. Verdugo est chargé de cours à la Faculté de musique de l'Université de Montréal et professeur de piano au Conservatoire de musique de l'Université McGill.

constituerait le moteur de l'innovation et, donc, de l'économie tout entière. Pendant les années 2000, cette notion a suscité un intérêt accru de la part des pouvoirs publics, des organisations internationales et de la littérature académique provenant d'une pluralité de disciplines. Les idées développées autour de l'économie créative ont encouragé la popularisation de la notion d'industries créatives et ont fait émerger d'autres concepts tels que la classe créative, les clusters créatifs et la ville créative. Mais la créativité dont il est ici question n'est cependant pas de n'importe quel type : il s'agit spécifiquement de la créativité, dans ses dimensions artistique et culturelle, qui serait à la base du processus d'innovation alimentant les dérives du capitalisme actuel. Ainsi, la notion d'économie créative permet de donner à la culture une position clé, qu'elle n'avait jamais connue jusqu'alors, dans les politiques de développement au niveau international.

D'après divers auteurs, la popularisation de la notion d'économie créative représente une opportunité d'échapper à la dichotomie traditionnelle entre commerce et culture, d'une part, et de repenser les problèmes de régulation et de gouvernance émanant de la convergence croissante entre les domaines du commerce, de la culture et du numérique, d'autre part. Cependant, la nouvelle articulation entre culture et économie générée par la popularisation de cette notion éloigne les politiques culturelles de leur paradigme traditionnel, lequel était axé notamment sur une logique de défaillance du marché. De ce fait, tout en créant des opportunités pour le secteur culturel, la notion d'économie créative entraîne également des risques pour l'avenir des politiques culturelles.

Cette communication est divisée en trois parties. La première partie traite brièvement des origines de la notion d'économie créative, de ses délimitations ainsi que des

opportunités qu'elle génère pour l'articulation commerce-culture-numérique. Ensuite, la deuxième partie expose quelques ambiguïtés conceptuelles liées à la notion d'économie créative. Finalement, la troisième partie aborde trois problèmes auxquels font face les politiques culturelles dans un contexte où, à travers une mobilisation accrue des industries créatives et des technologies numériques, l'accent est mis de plus en plus sur les bénéfices économiques des biens et services culturels.

1. L'économie créative : origine, délimitations du champ et opportunités

Ayant déjà été évoquées dans le rapport *Creative Nation*², publié en 1994 par le gouvernement australien, la délimitation du champ des industries créatives au Royaume-Uni est définie pour la première fois dans le *Mapping Document*³ rédigé en 1998 par le Creative Industries Task Force, organisme créé en 1997 par le Department for Culture, Media and Sport (DCMS). Cette première classification faite par le DCMS définit les industries créatives comme : « those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property »⁴. Celles-ci couvrent treize domaines dont l'architecture, l'artisanat, les arts du spectacle, le cinéma et le vidéo, le design, l'édition, les jeux vidéo, les logiciels, le marché de l'art et des antiquités, la mode, la musique, la publicité

² Australie, Department of Communications and the Arts, 1994, *Creative nation: Commonwealth cultural policy*.

³ Royaume-Uni, Department for Culture, Media and Sport, 1998, « Creative Industries Mapping Documents ».

⁴ *Ibid.*, p. 5

ainsi que la télévision et la radio⁵. Le modèle développé par le DCMS est important car il sert de point de départ pour tous les autres modèles des industries créatives avancés dès lors par une diversité d'auteurs et d'organismes. Chacun des modèles existants aujourd'hui est construit selon des critères et hypothèses divergents quant aux éléments caractéristiques des industries créatives, ce qui met en lumière les controverses reliées à la définition des limites du secteur créatif, et cela autant au niveau de la littérature académique qu'institutionnelle. Parmi les modèles des industries créatives qui ont marqué la littérature sur le sujet, on retrouve le modèle de cercles concentriques développé par Throsby⁶, le modèle basé sur la valeur symbolique des produits culturels et non-culturels ainsi que le modèle élaboré par l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI) qui est basé sur le degré d'utilisation des droits d'auteurs par différentes industries, entre autres (Tableau 1). Le premier rapport sur l'économie créative, publié en 2008 par la CNUCED et le PNUD et qui servira ultérieurement de jalon pour les politiques de soutien aux industries créatives au niveau international, définit ces industries ainsi :

Les « industries créatives » peuvent être définies comme les cycles de création, de production et de distribution de biens et de services dans lesquels la créativité et le capital intellectuel représentent les éléments essentiels. Elles comprennent un ensemble d'activités axées sur la connaissance à

⁵ *Ibid.*; UNESCO et PNUD, 2013, *Rapport sur l'économie créative 2013. Élargir les voies du développement local*, Paris, UNESCO, p. 25.

⁶ David Throsby, 2008, « The concentric circles model of the cultural industries » 17:3 *Cultural Trends* 147–64.

l'origine de biens tangibles et de services intellectuels ou artistiques intangibles ayant un contenu créatif, une valeur économique et des objectifs commerciaux. Ces industries créatives représentent un vaste domaine hétérogène qui associe diverses activités créatives (arts et métiers traditionnels, édition, musique, arts visuels et arts de la scène) à des groupes d'activité à plus forte intensité de technologie et de services (cinéma, télévision, radio, nouveaux médias et création)⁷.

Cette définition fait des industries culturelles un sous-secteur des industries créatives. C'est pourquoi le modèle de la CNUCED et du PNUD classe les industries créatives en quatre groupes : l'héritage, constitué par les expressions culturelles traditionnelles et les sites culturels; les arts, englobant les arts visuels et les arts du spectacle; les médias, incluant le secteur audiovisuel, celui de l'édition et l'impression des médias; et les créations fonctionnelles, regroupant le design, les « nouveaux médias » (les logiciels, les jeux vidéo et les nouveaux contenus créatifs numériques) et les services créatifs (l'architecture, la publicité, la recherche & développement, entre autres)⁸.

Les trois rapports sur l'économie créative publiés jusqu'à présent font des industries créatives un enjeu primordial des politiques de croissance et de développement économique. D'après le dernier rapport, publié en 2013

⁷ CNUCED et PNUD, 2008, *Résumé. Rapport sur l'économie créative 2008*, New York, ONU, p. 37.

⁸ CNUCED et PNUD, 2008, *Creative Economy Report 2008. The Challenge of Assessing the Creative Economy : towards Informed Policy-making*, New York, ONU, p. 12-14.

par l'UNESCO et le PNUD, le commerce mondial de produits créatifs aurait profité d'un taux de croissance moyen annuel de 8.8% entre 2002 et 2011, la taille de ce commerce ayant plus que doublé pendant cette période⁹. L'importance du secteur créatif pour le développement économique est aussi soulevée par l'OCDE. Selon un rapport rédigé en 2014 par cette institution :

Des données en provenance du Royaume-Uni indiquent que la plupart des secteurs créatifs ont poursuivi leur expansion durant la crise économique, leur valeur ajoutée brute (VAB) ayant progressé de 15.6 % depuis 2008, contre 5.4 % pour l'ensemble de l'économie, et qu'ils ont surpassé tous les autres secteurs en 2012. Il en va de même de l'emploi, le taux de croissance de l'emploi dans ces secteurs s'établissant à 8.6 % entre 2011 et 2012, contre 0.7 % pour l'économie globale. En Australie, l'emploi créatif a progressé de 2.8 % par an entre 2006 et 2011, l'emploi global enregistrant pour sa part une hausse de 2 %¹⁰.

⁹ UNESCO et PNUD, *supra* note 5, p. 179.

¹⁰ OCDE, 2014, *Le tourisme et l'économie créative*, Paris, OCDE, p. 4.

Tableau 1. Table comparative des classifications des industries créatives

1. Modèle du DCMS	2. Modèle des textes symboliques	3. Modèle en cercles concentriques	
Architecture Artisanat Arts du spectacle Cinéma et vidéo Design Édition Jeux vidéo et sur ordinateur Logiciel Marché de l'art et des antiquités Mode Musique Publicité Télévision et radio	Industries culturelles centrales Cinéma Édition Internet Jeux vidéo et sur ordinateur Musique Publicité Télévision et radio Industries culturelles périphériques Arts créatifs Industries culturelles hybrides Électronique grand public Logiciel Mode Sport	Arts créatifs centraux Arts du spectacle Arts visuels Littérature Musique Autres industries culturelles centrales Cinéma Musées et bibliothèques	Industries culturelles élargies Édition Enregistrement sonore Jeux vidéo et sur ordinateur Services du patrimoine Télévision et radio Industries associées Architecture Design Mode Publicité
4. Modèle du droit d'auteur de l'OMPI	5. Modèle de l'Institut de statistique de l'UNESCO	6. Modèle d'Américains for the Arts	
Industries de droit d'auteur centrales Arts du spectacle Arts visuels et graphiques Cinéma et vidéo Édition Logiciel Musique Publicité Sociétés de gestion collective Télévision et radio Industries de droit d'auteur partielles Architecture Biens domestiques Design Jouets Habillement, chaussure Mode	Industries de droit d'auteur interdépendantes Électronique grand public Instruments de musique Papier Photocopieurs, matériel photographique Supports d'enregistrement vierges	Industries des domaines culturels centraux Musées, galeries, bibliothèques Arts du spectacle Festivals Arts visuels, artisanat Design Édition Télévision, radio Cinéma et vidéo Photographie Médias interactifs Industries des domaines culturels élargis Instruments de musique Matériel de sonorisation Architecture Publicité Matériel d'impression Logiciel Équipement audiovisuel	Architecture Arts du spectacle Arts visuels Cinéma Design Écoles d'art et prestations artistiques Édition Musées, zoos Musique Publicité Télévision et radio

Source : UNESCO et PNUD, *supra* note 5, p. 25.

En mettant l'accent sur les bénéfices économiques des produits créatifs, les promoteurs de la notion d'économie créative tentent d'échapper à la dichotomie traditionnelle entre création artistique et valorisation économique de cette créativité¹¹, et de ce fait, de sortir les arts et l'ensemble du secteur culturel du « ghetto » de la culture subventionnée¹². Mais les bénéfices économiques des industries créatives ne se limiteraient pas à la seule croissance de ce secteur d'activités. D'après un nombre important de sources officielles et académiques, la créativité, matière première du secteur créatif, génère des

¹¹ Christine Liefoghe, 2010, « Économie créative et développement des territoires : enjeux et perspectives de recherche » 1:31 *Innovations* 181-197, p. 185; Ruth Towse, 2010, « Creativity, Copyright and the Creative Industries Paradigm » 63:3 *Kyklos* 461-78, p. 462.

¹² Malgré cette emphase mise sur les bénéfices économiques des activités des industries créatives, plusieurs organisations internationales mettent aussi de l'avant les bénéfices de ces industries en tant que promoteurs du développement humain et du développement durable. Cette vision est notamment avancée dans le Rapport sur l'économie créative de 2013, où l'UNESCO reconnaît notamment que si les biens et services créatifs « contribuent effectivement aux revenus et à l'emploi de manière de plus en plus significative, d'autres secteurs peuvent faire tout aussi bien, si ce n'est mieux. La prospérité de la culture procure d'autres bénéfices, non matériels » (UNESCO et PNUD, *supra* note 5, p. 57). Ainsi, d'après l'UNESCO, des politiques de soutien aux industries créatives seraient susceptibles de créer des bénéfices non-monétaires, dont une plus grande diversité culturelle, une meilleure cohésion, inclusion et stabilité sociales, un environnement viable ainsi qu'une plus forte résilience communautaire (UNESCO, 2012, *UN System task team for the post-2015 UN development agenda. Culture: a driver and an enabler of sustainable development. Thematic think piece*, Paris, UNESCO, p. 4). Cette perspective est partagée par d'autres organisations, dont la CNUCED, selon laquelle l'économie créative peut engendrer une augmentation de l'emploi, des revenus et des exportations tout en promouvant l'inclusion sociale, la diversité culturelle et le développement humain (CNUCED, 2015, *Cabo Verde's Creative Economy : Leveraging culture and creativity for sustainable development*, New York et Genève, CNUCED, p. 23).

idées innovantes, de nouvelles technologies ainsi que de nouveaux biens et services non seulement dans ce secteur mais aussi dans d'autres secteurs d'activité. Ainsi, la notion d'économie créative se construit autour de la relation entre un ensemble d'industries et les effets d'externalité induits au reste des secteurs économiques¹³. Citant Cunningham, Banks et Potts¹⁴, le Rapport sur l'économie créative de 2013 déclare qu'il faudrait concevoir cette économie :

comme un système complexe qui tire sa « valeur économique » de son rôle de facilitateur de l'évolution économique – un système qui fabrique de l'attention, de la complexité, de l'identité et de l'adaptation grâce à cette matière première qu'est la créativité. Selon cette conception, les industries culturelles et créatives jouent un rôle pionnier en nourrissant les mesures sociétales prioritaires qui stimulent la créativité et l'innovation, agissant ainsi au profit de tous¹⁵.

Selon cette perspective, la notion d'économie créative s'éloigne des modèles axés sur les arts et les industries culturelles car elle permettrait de comprendre le rôle central des « industries créatives » dans un système d'innovation étendu à l'ensemble de l'économie. Les

¹³ Philippe Bouquillion, dir., 2012. *Creative economy, creative industries : des notions à traduire*, Saint-Denis, Presses universitaires de Vincennes, p. 25-29.

¹⁴ Stuart Cunningham, John Banks et Jason Potts, 2008, « Cultural economy : The shape of the field », dans Helmut K. Anheier et Yudhishthir Raj Isar, dir., *The Cultural Economy. The Culture and Globalization Series 2*, Londres, SAGE publications, 13-15.

¹⁵ UNESCO et PNUD, *supra* note 5, p. 23.

modèles traitant de l'économie créative permettraient donc de mieux saisir le poids du « travail créatif » (ou des « travailleurs créatifs ») dans l'ensemble de l'économie, car autant les travailleurs créatifs œuvrant au sein des industries créatives que ceux opérant à l'extérieur de ce secteur industriel y sont intégrés. D'après O'Connor, des auteurs tels que Potts, Cunningham and Hartley poussent encore plus loin la notion d'économie créative à l'aide du concept de *social network markets*¹⁶. Selon ces auteurs, les industries créatives ne sont pas des industries dans le sens traditionnel du terme, car elles ne représentent pas une chaîne de valeurs organisée autour de la production de biens et services fonctionnels ayant une valeur d'usage connue. Ces industries produisent plutôt de la « nouveauté » et les décisions de production et de consommation sont déterminées par les préférences « des autres » dans le contexte des réseaux sociaux. Ainsi, la notion d'économie créative permettrait une intégration profonde entre marché et culture où l'analyse ne serait plus centrée sur l'offre (c'est-à-dire les industries) mais plutôt sur la complexité des liens opérant au niveau de la consommation et des préférences du marché.

Les notions d'économie et d'industries créatives sont aussi perçues comme les concepts les plus appropriés permettant d'identifier et de décrire les principaux changements ayant eu lieu dans le domaine du commerce international et de sa régulation. Ainsi, différents auteurs avancent que l'usage du concept d'économie créative pourrait s'avérer utile afin de surmonter les défis de régulation et de gouvernance posés par la convergence croissante entre les domaines de la culture, du commerce

¹⁶ Justin O'Connor, 2009, « Creative industries : a new direction ? » 15:4 *International Journal of Cultural Policy* 387-402, p. 388-89.

et du numérique¹⁷. D'après Neuwirth¹⁸, trois raisons principales soutiendraient cette idée. Premièrement, l'usage de plus en plus généralisé des notions d'économie et d'industries créatives indique qu'il existerait un consensus grandissant au niveau international quant à la définition du concept ainsi qu'à la reconnaissance du potentiel économique du secteur culturel et artistique. Deuxièmement, à cause de l'évolution graduelle et constante du concept d'économie créative dans le contexte du commerce international et de la révolution numérique (où un nombre toujours croissant de biens et services sont reconnus comme étant « créatifs »), ce concept pourrait garantir une meilleure continuité des progrès réalisés dans le cadre du débat traditionnel touchant la culture et le commerce. Plus précisément, l'auteur signale que le concept d'économie créative pourrait servir à établir une plus grande sécurité juridique dans les futures négociations commerciales touchant la culture et les technologies numériques. Troisièmement, à travers une nouvelle compréhension des liens existants entre les compétences artistiques, industrielles et technologiques, les notions d'économie et d'industries créatives sembleraient concilier davantage les contradictions traditionnelles de la relation entre culture et industrie. Selon l'auteur, ce caractère à la fois inclusif et contradictoire de la notion d'économie créative pourrait

¹⁷ Chen, Zhijie et Jing Zhuo, 2014, « The Trade and Culture Debate in the Context of Creative Economy: An Adaptive Regulatory Approach from Fragmentation to Coherence », Working Paper n° 7, *Fourth Biennial Global Conference*, Society of International Economic Law; Rostam Neuwirth, 2013, « The Future of the 'Culture and Trade' Debate: A Legal Outlook » 47:2 *Journal of World Trade* 391-420; Rostam Neuwirth, 2015, « Global Market Integration and the Creative Economy: The Paradox of Industry Convergence and Regulatory Divergence » 18 *Journal of International Economic Law* 21-50.

¹⁸ *Ibid.*, Neuwirth, « Global Market Integration », p. 27-53.

s'avérer avantageux dans un marché exposé à des changements extrêmement rapides où de nouvelles catégories et classifications émergent constamment.

2. Ambiguïtés conceptuelles

Les perspectives favorables à l'endroit du concept d'économie créative exposées ci-haut génèrent cependant certaines controverses au sein de la communauté académique. Plusieurs auteurs affirment que l'émergence de la notion d'industries créatives se situerait en continuité des théories et politiques traitant de la société de l'information. Spécifiquement, cette notion établirait une relation directe entre la créativité artistique et une perspective schumpétérienne de l'innovation technologique. La théorie schumpétérienne des longs cycles économiques identifie les innovations technologiques comme le moteur de la croissance économique et, par conséquence, du système capitaliste. Selon Schumpeter, ce n'est pas la concurrence sur les prix, mais plutôt la concurrence au niveau des innovations qui incite les entrepreneurs à créer de nouveaux produits et processus qui, à leur tour, créent de nouveaux marchés. Ainsi, selon une perspective schumpétérienne, les entrepreneurs et les technologues sont les travailleurs qui représentent le moteur créatif générant un processus constant d'innovation. Les TICs étant considérées comme le secteur originaire du cycle long de croissance le plus récent, la notion d'économie créative jumelle les concepts d'innovation et de créativité technologiques et entrepreneuriales utilisés par la pensée schumpétérienne aux concepts d'innovation et de créativité artistiques étant au centre du processus de production des industries culturelles. D'après plusieurs auteurs, une telle association ne pourrait être cependant réalisée qu'au prix d'une ambiguïté conceptuelle majeure, car les liens précis entre

la créativité artistique et les innovations technologiques ne sont jamais clairement définis autant sur le plan théorique qu'empirique. Cette ambiguïté conceptuelle touchant la culture et l'innovation technologique est d'autant plus délicate que dans la nouvelle société de réseaux engendrée par la révolution numérique, une partie importante du pouvoir de marché détenu auparavant par les industries culturelles se déplace vers les fournisseurs de l'infrastructure technique, dont notamment les fournisseurs d'accès aux services d'Internet et les industries de télécommunications¹⁹.

En se référant spécifiquement au cas britannique, Garnham²⁰ signale que les industries créatives ont reçu un appui politique au Royaume-Uni puisqu'elles étaient perçues comme le nouveau secteur clé non seulement de l'économie britannique mais de l'économie mondiale et, de ce fait, face au contexte de déclin du secteur manufacturier depuis les années 1980, leurs activités étaient considérées comme essentielles à la future croissance de l'emploi et des exportations. D'après cet auteur, une telle perspective a pu être développée en grande partie grâce au rapprochement du secteur culturel et du secteur des logiciels. Ce rapprochement a notamment permis de transposer au secteur culturel les arguments mobilisant les TICs et le capital humain comme des éléments clés de la compétitivité et de la croissance économique (arguments liés en général aux modèles

¹⁹ Peter Tschmuck, 2014, « Technological change and cultural production », dans Ruth Towse et Christian Handke, dir., *Handbook on the Digital Creative Economy*, Cheltenham, Edward Elgar, 116-22, p. 120.

²⁰ Nicholas Garnham, 2005, « From Cultural to Creative Industries. An analysis of the implications of the “creative industries” approach to arts and media policy making in the United Kingdom » 11:1 *International Journal of Cultural Policy* 15-29, p. 25-27.

théoriques de croissance endogène). Ainsi, selon cette perspective, sans l'existence d'un secteur culturel britannique fort, il y aurait un approvisionnement inadéquat de travailleurs créatifs, affaiblissant donc la compétitivité de l'économie du Royaume-Uni. Par conséquent, le secteur culturel est devenu un enjeu central des politiques économiques et, en même temps, les politiques culturelles se sont focalisées sur le soutien de l'offre (et non pas de la distribution et de la consommation), et cela dans le but présumé d'assurer non seulement une meilleure qualité des produits culturels mais aussi un plus large accès à ceux-ci.

Rejoignant les idées de Garnham, Schlesinger²¹ explique que les politiques du Royaume-Uni axées sur la créativité faisaient partie d'un projet national prônant la compétitivité de l'économie britannique dans le marché global (le rôle central de la Creative Industries Task Force était de recommander des initiatives cherchant à maximiser l'impact économique des industries créatives britanniques autant à l'intérieur qu'à l'extérieur du pays). Selon l'auteur, ces politiques reposaient sur deux idées complémentaires. D'une part, l'économie de l'information était perçue comme un facteur essentiel pour la compétitivité du Royaume-Uni, particulièrement face à l'augmentation de la concurrence de la part des pays émergents dans les activités créatives haut de gamme. D'autre part, l'intervention de l'État dans le marché, particulièrement dans l'établissement de conditions propices à la réussite des firmes créatives, était nécessaire car elle visait à assurer la constitution de cette matière première qu'est l'information. Sous l'influence de ces deux idées, la créativité est graduellement devenue une

²¹ Philip Schlesinger, 2007, « Creativity : from discourse to doctrine ? » 48:3 *Screen* 377-87.

valeur en elle-même, étendant ainsi l'élaboration de politiques de soutien des industries créatives vers d'autres secteurs de l'économie²². En se basant sur différents entretiens réalisés auprès de dirigeants politiques britanniques, Schlesinger avance que les hauts fonctionnaires ont fini :

[...] par admettre (au moins implicitement) que le concept initial d'industrie créative était trop large et demandait à être affiné : il avait besoin d'être déconstruit et le processus d'élaboration politique avait manqué de distance critique. Selon un ancien conseiller, de sérieux vices de forme étaient présents dès le tout début : "C'était devenu une campagne de propagande visant à convaincre l'ensemble du gouvernement de prendre au sérieux les industries créatives plutôt que de fournir un effort intellectuel qui aurait cherché à déterminer les relations nécessaires et souhaitables que la politique gouvernementale devait entretenir avec l'évolution de ces industries"²³.

Tremblay s'attaque quant à lui aux ambiguïtés de la notion d'économie créative en analysant des données publiées par deux documents officiels²⁴. En se basant sur les informations exposées dans le *Mapping Document* du DCMS du Royaume-Uni, l'auteur explique que les

²² *Ibid.*, p. 379.

²³ Philip Schlesinger et Frédéric Junqua, 2012, « Expertise, politiques publiques et économie créative : le cas britannique » 3:193 *Actes de la recherche en sciences sociales* 80-95, p. 92.

²⁴ Gaëtan Tremblay, 2008, « Industries culturelles, économie créative et société de l'information » 1:1 *Global Media Journal – Canadien Edition* 65-88.

industries culturelles traditionnelles ne comptent que pour un tiers du poids économique des industries créatives, les secteurs du logiciel et du design représentant une proportion du PIB britannique beaucoup plus large que l'ensemble des revenus de l'édition, de la télévision, de la musique, du cinéma et des arts de la scène. Ainsi, malgré l'importance du poids économique des secteurs dits « périphériques » (dont le design et le logiciel), ce sont l'art et la culture, mobilisés notamment à travers les liens entre créativité artistique et innovation, qui demeurent les éléments au cœur de la construction idéologique du concept d'industries et d'économie créatives²⁵. Certaines incongruités conceptuelles se retrouveraient aussi dans les données publiées par la CNUCED et le PNUD dans le *Rapport sur l'économie créative* de 2008²⁶. Spécifiquement, Tremblay remet en question la pertinence des statistiques utilisées par ces organisations pour évaluer la créativité, car elles mesureraient davantage la capacité de « reproduction » de produits créatifs que la capacité de « création » de ceux-ci. L'auteur utilise notamment deux classements issus du rapport pour mettre en lumière cette réflexion. Premièrement, le classement des pays selon la valeur de leurs exportations de biens créatifs place la Chine loin en tête de liste (Tableau 2). Selon ces données, « la Chine et le territoire de Hong Kong auraient exporté en 2005 des produits créatifs pour une valeur supérieure à la valeur additionnée des exportations des États-Unis d'Amérique, de l'Allemagne, du Royaume-Uni et de la France »²⁷. Tremblay ajoute :

Compte tenu de ce que l'on sait sur la
délocalisation des entreprises occidentales

²⁵ *Ibid.*, p. 76.

²⁶ CNUCED et PNUD, *Rapport sur l'économie créative 2008*, *supra* note 7.

²⁷ Tremblay, *supra* note 24, p. 78.

au cours des dernières décennies dans leur recherche d'une main d'œuvre à bon marché, l'on peut douter que les statistiques utilisées par les auteurs du rapport de la CNUCED mesurent effectivement la créativité. Faut-il considérer comme "produits créatifs" des reproductions massives, avec ou sans licences, de canevas créés ailleurs? Si oui, la notion même d'économie créative perd tout son sens²⁸.

Deuxièmement, d'après le classement des pays selon la valeur de leurs exportations de biens audiovisuels²⁹, le Canada est le plus grand exportateur de produits audiovisuels au niveau mondial, devant l'Inde, les États-Unis, le Brésil, le Mexique et le Nigéria. Encore plus surprenant, en 2005, la valeur des exportations audiovisuelles du Canada aurait été plus d'onze fois supérieure à celle des États-Unis. Tremblay explique ces chiffres ainsi :

En fait, ces statistiques ne sont compréhensibles que si l'on prend en considération les films et les séries télévisuels que les majors d'Hollywood viennent tourner dans les grandes villes canadiennes de Toronto, Montréal et Vancouver, attirés par des techniciens compétents et bon marché, ainsi que par des mesures fiscales avantageuses. Dans la balance commerciale canadienne, ces productions étrangères en sol canadien sont comptabilisées comme des exportations. Si

²⁸ *Ibid.*, p. 80.

²⁹ Voir Tableau 3.

les statistiques sont justes d'un point de vue économique, elles sont trompeuses d'un point de vue culturel et douteuses lorsqu'utilisées pour mesurer l'économie créative³⁰.

Tableau 2. Exportation de biens créatifs. Les dix premiers pays exportateurs du monde en 2005 (Valeurs en million de US\$)

Chine	61 360
Italie	28 008
Chine, RAS de Hong Kong	27 677
États-Unis	25 544
Allemagne	24 763
Royaume-Uni	19 030
France	17 706
Canada	11 377
Belgique	9 343
Espagne	9 138

Source : CNUCED et PNUD, 2008a, p. 260.

³⁰ Tremblay, *supra* note 24, p. 80.

Tableau 3. Exportation de biens audiovisuels. Les dix premiers pays exportateurs du monde en 2005 (Valeurs en million de US\$)

Canada	318
Italie	160
Royaume-Uni	29
États-Unis	28
France	21
Inde	16
Mexique	11
République de Corée	10
Australie	10
Roumanie	9

Source : CNUCED et PNUD 2008a : 260.

3. Risques pour l'avenir des politiques culturelles

Depuis entre autres les travaux de William Baumol, les présupposés économiques des politiques culturelles et d'un grand nombre d'auteurs traitant de l'économie de la culture reposaient traditionnellement sur une logique de défaillance du marché³¹. Selon Flew et Swift³², au XXe

³¹ Philippe Bouquillion, *supra* note 13; Terry Flew et Adam Swift, 2014, « Cultural policy », dans Ruth Towse et Christian Handke, dir., *Handbook on the Digital Creative Economy*, Cheltenham, Edward

siècle, le soutien de l'État aux arts et à la culture était généralement légitimé par trois suppositions : 1) l'accès aux arts et à la culture serait un bien public et les bénéfices qu'il entraîne ne pourraient pas être assurés correctement par des prix relatifs définis selon une logique de libre marché; 2) les arts et la culture seraient des biens tutélaires (*merit goods*, en anglais) dont l'État devrait encourager la consommation; et 3) il serait nécessaire de sauvegarder les arts et le patrimoine culturel pour les générations futures, ce qui ne serait pas assuré par la seule demande de produits culturels. Suite à l'émergence et à la popularisation des notions d'économie et d'industries créatives, les politiques culturelles se distancient cependant de ce paradigme traditionnel. Dans les mots des auteurs :

During the late 1990s and 2000s, however, the rise of creative industries policies around the world has given greater attention to the digital content industries as drivers of innovation and economic growth, challenging historical 'market failure' rationales underpinning government support for the arts and culture³³.

Ainsi, en mettant de l'avant les bénéfices économiques des activités culturelles et en renforçant les liens entre culture et technologie, la promotion des industries créatives affaiblit les arguments liés aux défaillances du marché du paradigme traditionnel de l'action de l'État en matière de culture tout en rapprochant les politiques culturelles de celles relatives aux médias et aux

Elgar, 155-161; O'Connor, *supra* note 16.

³² *Ibid.*, Flew et Swift, p. 156.

³³ *Ibid.*, p. 157.

communications³⁴. Selon Bouquillion³⁵, ce changement de perspective généré par la notion d'économie créative influencerait les évolutions réglementaires relatives à la culture à au moins trois niveaux.

Premièrement, les politiques culturelles favorisent de plus en plus une perspective marchande de la culture axée sur les bénéfices économiques des innovations. De ce fait, les politiques culturelles deviennent graduellement l'un des aspects de l'ensemble des politiques économiques, tel qu'indiqué par David Throsby dans l'extrait suivant :

Now the arts can be seen as part of a wider and more dynamic sphere of economic activity, with links through to the information and knowledge economies, fostering creativity, embracing new technologies and feeding innovation. Cultural policy in these circumstances is rescued from its primordial past and catapulted to the forefront if the modern forward-looking policy agenda, an essential component in any respectable economic policy-maker's development strategy³⁶.

En conséquence, les objectifs principaux des subventions, des aides et des réglementations publiques en matière de culture ne sont plus d'ordre esthétique, politique ou social. Les politiques culturelles doivent plutôt servir d'outils de promotion du développement de nouveaux marchés et d'entreprises de la culture et de la création, ce qui peut potentiellement affaiblir plusieurs programmes publics de soutien aux arts ou à d'autres formes d'activité

³⁴ *Ibid.*, p. 156-58.

³⁵ Bouquillion, *supra* note 13.

³⁶ Tel que cité dans Flew et Swift, *supra* note 13, p. 159.

culturelle³⁷. Se référant spécifiquement au cas britannique, Garnham³⁸ explique ce problème ainsi : « The claims on public funds are justified not in terms of arts policy, but in terms of information society policy. The supposed pay off is not widened access or even higher quality within the United Kingdom, but jobs and export earnings in a competitive global economy ». Dans la même veine, Oakley déclare que malgré une augmentation du soutien de l'État à certaines industries créatives au Royaume-Uni, on constate une diminution de l'emphase mise sur les arts, lesquels ont été graduellement laissés de côté par les politiques visant les industries créatives³⁹. Autrement dit, tout en générant une augmentation de l'appui aux industries proches des nouvelles technologies (dont par exemple les industries des logiciels et du design), la promotion du lien entre créativité artistique et innovation technologique aurait entraîné au Royaume-Uni une diminution du soutien de l'État au secteur artistique traditionnel⁴⁰. Dans les mots de l'auteure :

The way that the arts were understood to be good for the economy changed between creative industries, creativity and innovation – from a focus on the growth of the arts and media sectors as growing providers of employment – to the disappearance of the arts themselves into a

³⁷ Bouquillion, *supra* note 31, p. 243-246; Gaëtan Tremblay, 2011, « Creative statistics to support creative economy politics » 33:2 *Media, Culture & Society* 289–98, p. 297.

³⁸ Garnham, *supra* note 20, p. 28.

³⁹ Kate Oakley, 2009, « The disappearing arts : creativity and innovation after the creative industries » 15:4 *International Journal of Cultural Policy* 403-13.

⁴⁰ Rosamund Davies et Gauti Sigthorsson, 2013, *Introducing the Creative Industries*, Los Angeles, SAGE Publications, p. 16; *Ibid.*

host of knowledge-based activities. This is sometimes presented teleologically, in the shape of four models of culture [Cunningham, Banks et Potts 2008], which move us from a welfarist or subsidy model of arts funding, via the cultural/creative industries, to an innovation model, 'where creative industries' value lies in the development and adoption of new knowledge⁴¹.

Plus concrètement, Newsinger énumère plusieurs coupures du budget destinées à quelques-unes des institutions artistiques les plus importantes du Royaume-Uni, et cela sous l'influence des discours promouvant les industries créatives :

In October 2010, the Comprehensive Spending Review revealed the extent of the cuts that were to be made to public funding for culture over the next 4 years. These included cuts of between 15% and 30% to the operational budgets of some of the largest and most important cultural institutions in the United Kingdom, including Museums and Galleries, the British Film Institute and the Arts Council. A number of key New Labour institutions were closed outright: the UK Film Council, the Regional Screen Agencies and the Regional Development Agencies (see HM Treasury, 2010). This was followed up in 2013 with a further 7% cut to DCMS and a 10% cut to local authority spending, upon

⁴¹ *Ibid.*, Oakley, p. 410-11.

*which many smaller, regionally based cultural organisations depend. These cuts were met with almost unanimous hostility from figures in the cultural sector. Arguments tended to focus heavily upon the economic and commercial contribution of the creative industries, in line with the assumptions inherent within the discourse*⁴².

Deuxièmement, l'articulation entre culture et croissance économique promue par la notion d'économie créative implique que l'orientation des politiques culturelles doit changer au profit d'un alignement avec des modèles standard de soutien à l'industrie, incitant donc l'action publique culturelle à se centrer sur deux nouveaux objectifs. D'abord, les pouvoirs publics doivent favoriser les stratégies de communication ayant pour but de sensibiliser l'ensemble des acteurs économiques aux potentialités offertes par les industries créatives. De telles stratégies de communication ne viseraient plus les consommateurs finaux mais les industries du secteur financier ou d'autres industries « tierces invitées à s'ouvrir aux transferts de créativité que peuvent offrir les industries créatives »⁴³. Ensuite, les cadres et programmes de financement traditionnels offerts aux industries étant en général axés sur les innovations technologiques, les politiques culturelles doivent aider à construire des outils de financement plus adaptés aux modèles économiques des industries créatives, lesquels sont centrés sur ce que l'on appelle l'innovation « souple »⁴⁴.

⁴² John Newsinger, 2015, « A cultural shock doctrine? Austerity, the neoliberal state and the creative industries discourse » 37:2 *Media Culture & Society* 302-13, p. 306.

⁴³ Bouquillion, *supra* note 13, p. 248.

⁴⁴ *Ibid.* À la différence des innovations technologiques, Paul

Cet alignement des politiques culturelles avec des modèles standard de soutien à l'industrie peut s'avérer problématique notamment pour deux raisons. D'une part, il peut potentiellement créer des conflits entre le soutien de l'État à l'ensemble des secteurs créatifs et les régulations encadrant le commerce international. En se basant sur les déclarations de différents rapports officiels européens, Bouquillion affirme que les plans d'aide publique aux industries créatives seraient « impossibles à mettre en œuvre tant sur le plan budgétaire que légal du fait des réglementations européennes, [car ils] pourraient contribuer à écarter ces activités des modes marchands de régulation »⁴⁵. D'autre part, les industries créatives sont formées par une gamme extrêmement diverse de secteurs et, de ce fait, les modèles standard de soutien à l'industrie risquent de bénéficier davantage les secteurs créatifs plus fonctionnels et reliés aux technologies numériques. L'exemple de l'industrie des jeux vidéo illustre bien ce problème.

Étant devenue l'une des industries du divertissement les plus prédominantes du XXI^e siècle, la valeur de

Stoneman définit ainsi le concept d'innovation souple : « soft innovation reflects changes of an aesthetic nature and product differentiation, such as new books, films, plays and video games in markets that exhibit regular novelty. Such innovations can also encompass a new line of clothing, the design of furniture or a new advertising campaign » (CNUCED et PNUD, 2010, *Creative Economy Report 2010. Creative Economy : A Feasible Development Option*, New York, ONU, p. 20). Le concept d'innovation souple de Stoneman fait cependant l'objet de plusieurs critiques, notamment à propos de l'utilisation des parts de marché ou du nombre de ventes comme instruments mesurant le succès d'une innovation, d'une part, et de la seule prise en compte de la sphère économique des innovations, d'autre part (Ben Eltham, 2013, « Three arguments against 'soft innovation': towards a richer understanding of cultural innovation » 19:5 *International Journal of Cultural Policy* 537-56).

⁴⁵ *Ibid.*, Bouquillion, p. 246.

l'industrie de jeux vidéos au niveau mondial était évaluée à 65 milliards de dollars américains en 2012, chiffre qui devrait augmenter à 82 milliards en 2016⁴⁶. Parmi les industries créatives, cette industrie est considérée comme un cas exemplaire d'innovation : elle peut servir de laboratoire de nouveaux modèles d'affaires, de nouvelles applications des technologies numériques ou de nouvelles manières d'engager activement les consommateurs. Ainsi, les bénéfices économiques et les externalités en matière d'innovation que l'industrie de jeux vidéo peut apporter seraient beaucoup plus attrayants que ceux des secteurs traditionnellement au cœur des politiques culturelles, dont notamment les arts visuels, les arts d'interprétation et l'industrie du film⁴⁷. C'est justement ce qu'affirme Oakley dans l'extrait suivant :

In this account [les discours sur l'innovation et les industries créatives], past cultural forms no longer inform the development of new ones in a fruitful dialogue across time, but instead fracture into 'old' and 'new' cultures, where the historical built environment, museums (and their collections), and the 'classic' performing arts, require only 'maintenance and continuity'; something that might come as a shock to anyone who works in these worlds and is continually engaged in a process of reinterpretation and re-creation [...] Culture as innovation goes much further than creative industries discourse, not only in stating cultural value solely in terms of economic impact, but in breaking

⁴⁶ Flew et Swift, *supra* note 31, p. 157.

⁴⁷ *Ibid.*, p. 157-58.

up cultural activities themselves into the novel and innovative (videogames, good) and the heritage and educational (opera, almost certainly bad)⁴⁸.

Finalement, suite à la popularisation des notions d'économie et d'industries créatives ainsi qu'aux transformations entraînées par la révolution numérique, les politiques culturelles se centrent davantage sur le renforcement des droits de propriété intellectuelle (DPI) dans le but de créer les incitations nécessaires au développement de l'innovation et de la créativité⁴⁹. Cette perspective est partagée par plusieurs auteurs. Garnham signale que l'approche des industries créatives autorise la création d'une alliance entre les grandes industries (dont celles des logiciels et des médias) et les plus petits producteurs et créateurs culturels dans le but de renforcer la protection des DPI⁵⁰. Dans la même veine, Tremblay estime que la promotion de l'économie créative a entre autres pour objectif « d'inciter les différents ordres de gouvernement à faire respecter le paiement des droits d'auteur ou de propriété industrielle. Une stratégie d'inclusion pour faire respecter les règles du jeu, y compris par les pays qui reproduisent plus qu'ils ne créent »⁵¹. Mais si la promotion de l'économie créative vise à renforcer les DPI, les bénéfices économiques d'un tel renforcement seraient perçus davantage par les firmes que par les créateurs ou artistes. Ceci peut être expliqué par deux raisons : premièrement, les créateurs possèdent généralement un pouvoir assez limité comparé à celui des firmes lors des négociations traitant de la répartition des droits de leurs œuvres; deuxièmement, les lois relatives

⁴⁸ Oakley, *supra* note 39, p. 411.

⁴⁹ Bouquillion, *supra* note 13, p. 250-54.

⁵⁰ Garnham, *supra* note 20, p. 26.

⁵¹ Tremblay, *supra* note 24, p. 81.

aux DPI ne prévoient généralement presque aucun encadrement pour l'élaboration du contrat que le créateur ou son agent doit négocier avec les firmes⁵².

Certes, tel que démontré par la plupart des études empiriques sur le sujet, le détournement des lois relatives aux droits d'auteurs, causés notamment par l'usage des technologies numériques, a entraîné des effets négatifs sur les ventes des biens et services des industries culturelles, dont notamment celles de la musique et du film⁵³. Malgré ce constat, le revenu relatif aux DPI d'une grande majorité des artistes demeure extrêmement bas. Par exemple, Atladottir, Kretschmer et Towse nous informent qu'en 1994, presque la moitié des compositeurs et paroliers britanniques recevaient un revenu annuel provenant des DPI de 75 livres sterling ou moins, et seulement 3% de ce type d'artistes recevaient un revenu de DPI annuel de 10 000 livres sterling ou plus, au moment où le revenu moyen britannique était d'environ 15 000 livres sterling⁵⁴. Ainsi, moins de 3% des compositeurs et paroliers britanniques bénéficiaient d'un salaire relatif aux DPI comparable à celui d'autres travailleurs, et cela avant l'arrivée de Napster, pionnier des services de partage de fichiers de musique en ligne⁵⁵. Plus récemment, selon des données récoltées par Throsby et Zednik, 56% des artistes en

⁵² Mirjam Gollmitzer et Catherine Murray, 2008, « De l'économie à l'écologie : Un cadre stratégique pour la main d'œuvre créative », Rapport présenté à la Conférence canadienne des arts, p. 24; Towse, *supra* note 11, p. 467-68.

⁵³ Stan. J. Liebowitz, 2014, « Internet piracy : the estimated impact on sales », dans Ruth Towse et Christian Handke, dir., *Handbook on the Digital Creative Economy*, Cheltenham, Edward Elgar, 262-73.

⁵⁴ Kristin Atladottir, Martin Kretschmer et Ruth Towse. 2014. « Artists, authors' rights and copyrights », dans Ruth Towse et Christian Handke, dir., *Handbook on the Digital Creative Economy*, Cheltenham, Edward Elgar, 274-83.

⁵⁵ *Ibid.*, 276-77.

Australie auraient perçu en 2010 un revenu annuel provenant de leurs activités artistiques de moins de 10 000 dollars australiens, les revenus provenant des DPI ne représentant qu'une toute petite partie de ce revenu déjà extrêmement bas (lequel se situe en effet en dessous de la ligne de pauvreté établie par ce pays)⁵⁶.

En tenant compte des exemples ci-haut exposés, force est d'admettre qu'il n'existe pas de preuves indiquant que les revenus des artistes obtenus grâce aux DPI représentent un incitatif économique « essentiel » au soutien de leur créativité. Autrement dit, malgré le supposé lien entre DPI et créativité évoqué dans les discours promouvant l'économie créative (selon lequel la protection de ce type de droits constituerait un prérequis fondamental à une juste rémunération des artistes et créateurs et, conséquemment, au soutien de leur créativité) il n'existe présentement pas de recherches empiriques établissant un lien direct entre les DPI en tant qu'incitatif économique et la créativité de l'artiste au niveau individuel⁵⁷.

Si les revenus provenant des DPI sont extrêmement faibles pour la majorité des artistes et créateurs, il est donc probable que l'attachement de ces travailleurs créatifs à la protection des DPI soit principalement lié aux droits moraux qu'ils détiennent sur leurs œuvres et non pas aux droits patrimoniaux⁵⁸. Tel qu'avancé par Atladottir, Kretschmer et Towse :

⁵⁶ Eltham, 2013, *supra* note 44, p. 545

⁵⁷ Atladottir, Kretschmer et Towse, *supra* note 54; Towse, *supra* note 11, p. 464.

⁵⁸ D'après la loi relative aux droits d'auteurs au Québec, les droits moraux « signifient que l'auteur peut revendiquer la paternité de son œuvre et en préserver l'intégrité. La *Loi* prévoit qu'il est interdit de violer l'intégrité d'une œuvre, c'est-à-dire de la déformer, mutiler, modifier ou de l'utiliser en liaison avec un produit, une cause, un

More than economic rights, though, it is argued that the moral rights embodied in the continental European law on authors' rights law play a role in the status and identity of artists, as they represent the personality interests that a creator has in his or her works. Works of art are an expression of the creator's personality, and moral rights are the embodiment of the personality interest. In line with the view that intrinsic motivation is strong for artists, moral rights provide a strong incentive to create regardless of financial reward⁵⁹.

Cette perspective est corroborée par les résultats d'une étude réalisée en 2013 par Kristin Atladottir auprès d'artistes habitant en Islande. Cette étude démontre que le soutien des artistes islandais à une protection accrue des droits d'auteurs est davantage lié aux droits moraux qu'ils détiennent sur leurs œuvres qu'aux droits d'ordre économique. La majorité des artistes participant à cette étude accepterait en effet que leurs œuvres fassent partie du domaine public, sous condition que leurs droits moraux restent toujours protégés. Atladottir, Kretschmer et Towse expliquent les conclusions de cette étude ainsi :

When asked about their perceptions of the function and objective of authors' rights, an overwhelming majority of respondents expressed a view that moral rights provisions provide the basis of authors' rights. When asked whether the economic rights or the moral rights served their interests better, a small majority replied that

service ou une institution, d'une manière préjudiciable à l'honneur ou à la réputation de l'auteur » (COPIBEC, 2016, « Droit moral et duré du droit d'auteur »).

⁵⁹ Atladottir, Kretschmer et Towse, *supra* note 54, p. 278.

moral rights did so, and again, when asked about the abolition of their right, a majority replied that retaining moral rights was more important. A majority of respondents claim to be willing to create a similar or equal amount of work in the absence of any economic value of copyright, and a negligible number say that they would cease creation without it⁶⁰.

Conclusion

Si, pour certains auteurs, l'articulation entre créativité, innovation et développement économique promue par la notion d'économie créative représente autant une possibilité du secteur culturel d'échapper au « ghetto » de la culture subventionnée qu'une nouvelle manière de comprendre le débat culture-commerce-numérique, cette articulation n'est pas sans créer de risques pour l'avenir des politiques culturelles, et donc, pour l'avenir des politiques publiques promouvant la diversité des expressions culturelles. Afin d'éviter une diminution du soutien de l'État aux arts et aux biens et services axés davantage sur une valeur expressive que sur une valeur fonctionnelle se rapprochant d'une logique de marché, l'action publique en matière de culture doit notamment tenir compte du caractère hétérogène des divers secteurs agglomérés par la notion d'industries créatives. Autrement dit, si le but est de promouvoir le rôle de la culture dans le développement en mettant de l'avant les bénéfices économiques de la créativité artistique ainsi que ses effets d'externalité vers l'ensemble de l'économie, il s'avère essentiel de développer une approche nuancée capable de conjuguer le potentiel économique du secteur culturel tout

⁶⁰ *Ibid.*, p. 279.

en reconnaissant la nécessité, toujours actuelle, d'avoir recours aux présupposés économiques de défaillance du marché faisant partie du paradigme traditionnel des politiques publiques culturelles.

Bibliographie

- Association de la Fondation étudiante pour la ville. 2012. « Manifeste pour des Universités Ouvertes sur les Territoires ». En ligne : <http://www.afev.fr/index.php?page=fr_manifeste 2012>.
- Atladotir, Kristin, Martin Kretschmer et Ruth Towse. 2014. « Artists, authors' rights and copyrights » dans Ruth Towse et Christian Handke, dir., *Handbook on the Digital Creative Economy*, Cheltenham, Edward Elgar, 274-83.
- Australie, Department of Communications and the Arts. 1994. « Creative nation: Commonwealth cultural policy ».
- Bouquillion, Philippe, dir. 2012. *Creative economy, creative industries. Des notions à traduire*, Saint-Denis, Presses universitaires de Vincennes.
- Chen, Zhijie et Jing Zhuo. 2014. « The Trade and Culture Debate in the Context of Creative Economy: An Adaptive Regulatory Approach from Fragmentation to Coherence » Working Paper n° 7, *Fourth Biennial Global Conference*, Society of International Economic Law.
- CNUCED. 2015. *Cabo Verde's Creative Economy: Leveraging culture and creativity for sustainable development*, New York et Genève, CNUCED. En ligne : <http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/webditcted2014d1_en.pdf>.
- CNUCED et PNUD. 2008. *Creative Economy Report 2008. The Challenge of Assesing the Creative Economy* :

- towards *Informed Policy-making*, New York, Organisation des Nations Unies.
- CNUCED et PNUD. 2008. *Résumé. Rapport sur l'économie créative 2008*, New York, Organisation des Nations Unies. En ligne : <unctad.org/fr/docs/ditc20082_ceroverview_fr.pdf>.
- CNUCED et PNUD. 2010. *Creative Economy Report 2010. Creative Economy : A Feasible Development Option*, New York, Organisation des Nations Unies.
- COPIBEC. 2016. « Droit moral et duré du droit d'auteur ». En ligne : <<http://www.copibec.qc.ca/Accueil/loi/moraletdurer.aspx>>.
- Commission européenne. 2011. *Responsabilité sociale des entreprises : une nouvelle stratégie de l'UE pour la période 2011-2014*, 681 final du 25/10/11.
- Cunningham, Stuart, John Banks et Jason Potts. 2008. « Cultural economy : The shape of the field » dans Helmut K. Anheier et Yudhishtir Raj Isar, dir., *The Cultural Economy. The Culture and Globalization Series 2*, Londres, SAGE publications, 13-15.
- Davies, Rosamund et Gauti Sigthorsson. 2013. *Introducing the Creative Industries*, Los Angeles, SAGE Publications.
- Royaume-Uni, DCMS. 2014. « Creative industries economic estimates – January 2014 ». En ligne : <https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/271008/Creative_Industries_Economic_Estimates_-_January_2014.pdf>.
- Eltham, Ben. 2013. « Three arguments against 'soft innovation': towards a richer understanding of cultural innovation » 19:5 *International Journal of Cultural Policy* 537-56.
- Flew, Terry et Adam Swift. 2014. « Cultural policy » dans Ruth Towse et Christian Handke, dir., *Handbook on the*

- Digital Creative Economy*, Cheltenham, Edward Elgar, 155-61.
- Garnham, Nicholas. 2005. «From Cultural to Creative Industries. An analysis of the implications of the “creative industries” approach to arts and media policy making in the United Kingdom» 11:1 *International Journal of Cultural Policy* 15-29.
- Gollmitzer, Mirjam et Catherine Murray. 2008. «De l'économie à l'écologie : Un cadre stratégique pour la main d'œuvre créative» rapport présenté à la Conférence canadienne des arts.
- Liebowitz, Stan. J. 2014. «Internet piracy : the estimated impact on sales» dans Ruth Towse et Christian Handke, dir., *Handbook on the Digital Creative Economy*, Cheltenham, Edward Elgar, 262-73.
- Liefooghe, Christine. 2010 «Économie créative et développement des territoires : enjeux et perspectives de recherche» 1:31 *Innovations* 181-97.
- Neuwirth, Rostam. 2013. «The Future of the ‘Culture and Trade’ Debate: A Legal Outlook» 47:2 *Journal of World Trade* 391-420.
- Neuwirth, Rostam. 2015. «Global Market Integration and the Creative Economy: The Paradox of Industry Convergence and Regulatory Divergence» 18 *Journal of International Economic Law* 21-50.
- Newsinger, John. 2015. «A cultural shock doctrine? Austerity, the neoliberal state and the creative industries discourse» 37:2 *Media Culture & Society* 302-13.
- Oakley, Kate. 2009. «The disappearing arts : creativity and innovation after the creative industries» 15:4 *International Journal of Cultural Policy* 403-13.
- Observatoire de la responsabilité sociétale des universités. 2014. «À propos de ». En ligne : <<http://www.orsu.fr>>.
- OCDE. 2014. *Le tourisme et l'économie créative*, Paris, OCDE.

- O'Connor, Justin. 2009. « Creative industries : a new direction ? » 15:4 *International Journal of Cultural Policy* 387-402.
- Pérou. 2014. *Ley Universitaria*. no 30220, Congreso de la República.
- Royaume-Uni, Department for Culture, Media and Sports. 2001. « Creative Industries Mapping Document 2001 ».
- Schlesinger Philip et Frédéric Junqua. 2012. « Expertise, politiques publiques et économie créative : le cas britannique » 3:193 *Actes de la recherche en sciences sociales* 80-95.
- Schlesinger, Philip. 2007. « Creativity : from discourse to doctrine ? » 48:3 *Screen* 377-87.
- Throsby, David. 2008. « The concentric circles model of the cultural industries » 17:3 *Cultural Trends* 147-64.
- Towse, Ruth. 2010. « Creativity, Copyright and the Creative Industries Paradigm » 63:3 *Kyklos* 461-78.
- Tremblay, Gaëtan. 2008. « Industries culturelles, économie créative et société de l'information » 1:1 *Global Media Journal – Canadien Edition* 65-88.
- Tremblay, Gaëtan. 2011. « Creative statistics to support creative economy politics » 33:2 *Media, Culture & Society* 289-98.
- Tschmuck, Peter. 2014. « Technological change and cultural production » dans *Handbook on the Digital Creative Economy*, dans Ruth Towse et Christian Handke, dir., *Handbook on the Digital Creative Economy*, Cheltenham, Edward Elgar, 116-22.
- UNESCO. 2012. *UN System task team for the post-2015 UN development agenda. Culture: a driver and an enabler of sustainable development. Thematic think piece*, Paris, UNESCO.
- UNESCO et PNUD. 2013. *Rapport sur l'économie créative 2013. Élargir les voies du développement local*, Paris, UNESCO.
- Vallaëys, François, Cristina de la Cruz et Pedro M. Sasía. 2009. *Manual de primeros pasos en RSU*. Mexico,

Felipe Verdugo

McGraw Hill et BID. En ligne :
<<http://blog.pucp.edu.pe/item/159515/manual-de-primeros-pasos-en-responsabilidad-social-universitaria>>.

**II. Culture, développement
et numérique : nouvelles
fractures ou saut
technologique pour les pays
en développement**

Les opportunités du numérique pour la culture dans les pays en développement : Exemple du rôle de l'Internet mobile dans l'accès et la consommation de contenus africains

Destiny Tchéhouali¹

Introduction

Au cours de ces dernières années, la vitesse de diffusion et d'adoption des technologies numériques s'est accélérée dans les pays en développement, en particulier sur le continent africain où on assiste à une généralisation des usages liés à l'Internet mobile. Considérés comme une conséquence de la pénétration fulgurante du téléphone mobile (notamment des Smartphones) et des tablettes dans les pays africains, les récents progrès relatifs au développement de l'Internet mobile constituent une véritable opportunité pour démocratiser l'accès et favoriser le partage et la consommation de contenus culturels africains, tout en contribuant à la promotion de la diversité des expressions culturelles minoritaires en ligne.

¹ Destiny Tchéhouali, chercheur associé au CEIM, est docteur en géographie et spécialiste de la coopération internationale dans le domaine du numérique.

Il existe une abondante littérature portant aussi bien sur le déploiement géographique des réseaux et infrastructures de télécommunications², que sur les tendances liées aux modes d'appropriation et aux usages innovants du téléphone mobile en Afrique³. D'autres études et recherches se sont également intéressées à l'analyse des relations entre TIC, téléphonie mobile et développement, dans une perspective critique des discours développementalistes⁴. Ces travaux mettent tous en

² Voir Gabriel Dupuy, 2002, *Internet, géographie d'un réseau*, Paris, Ellipses, Coll. Carrefours et, 2007, *La fracture numérique*, Paris, Ellipses Marketing; Annie Chéneau-Loquay, 2001, « Les territoires de la téléphonie mobile en Afrique », 15:1-2 *Network and Communication Studies* 121-32 et, 2010, « L'Afrique au seuil de la révolution des télécommunications. Les grandes tendances de la diffusion des TIC », 234:2 *Afrique contemporaine* 93-112.

³ Voir Jose Do-Nascimento, 2005, « Le développement du téléphone portable en Afrique », dans François Xavier Verschave, Djilali Benamrane, Bruno Jaffre, dir., *Télécommunications entre biens publics et marchandises*, Paris, Éditions Charles Leopold Mayer; Ludovic Kibora, 2009, « Téléphonie mobile, l'appropriation du SMS par une "société de l'oralité" », dans Mirjam de Bruijn, Francis Nyamnjoh et Inge Brinkman, *Mobile phones: The New Talking Drum of Everyday Africa*, Leiden, Langaa/Africa studies center, p. 110-24; Mirjam de Bruijn, Francis Nyamnjoh et Inge Brinkman, 2009, *Mobile phones: The New Talking Drum of Everyday Africa*, Leiden, Langaa; Annie Chéneau-Loquay, 2010, *Modes d'appropriation innovants du téléphone mobile en Afrique*, Paris, Ministère des Affaires étrangères et européennes français, Union internationale des télécommunications; Ahmed Dahmani et Jean-Michel Ledjou, 2012, « Le développement des télécommunications dans les Suds. Retour sur une décennie de diffusion des TIC en Afrique de l'Ouest et au Maghreb », 5 2-3 *Tic & Société*; Gado Alzouma, 2014, « Faire de nécessité vertu : inégalités sociales et modes d'appropriation innovants du téléphone mobile en Afrique », 4 *Revue française des sciences de l'information et de la communication*.

⁴ Jean-Jacques Gabas, dir., 2005. *Société numérique et développement en Afrique*, Paris, Khartala; Henri Tcheng et alii, 2008, « Les télécoms, facteur de développement en Afrique » 129:2 *L'Expansion Management Review* 110-20; Gado Alzouma, 2008,

évidence le « saut technologique » que le continent africain a réalisé au cours de la décennie 2000-2010 en matière d'accès aux infrastructures de connectivité.

Ce texte propose dans un premier temps de revisiter la notion de « saut technologique » en tant qu'argument de la rhétorique des discours promotionnels des TIC comme facteur de développement et de croissance économique. Dans un deuxième temps, nous examinerons les évolutions récentes en matière de connectivité sur le continent africain, en étudiant particulièrement le passage de l'accès Internet sur ordinateur vers l'accès Internet sur mobile. Ensuite, il s'agira en troisième lieu de montrer les opportunités liées à ce saut technologique pour le secteur des industries culturelles, en insistant particulièrement sur les apports potentiels de l'Internet mobile à la consommation des contenus et des produits culturels africains en ligne. Enfin, l'analyse mettra en lumière quelques limites et obstacles à la consommation en ligne de contenus culturels africains.

1. Le « saut technologique » comme argument de légitimation des discours promotionnels sur l'utilisation des TIC comme facteur de développement et de croissance

Lorsque l'on évoque les besoins prioritaires pour le développement des pays africains, l'accent est généralement mis sur les besoins et priorités de base des populations africaines telles que la santé, l'éducation,

« Téléphone mobile, Internet et développement : l'Afrique dans la société de l'information? » 2:2 *Tic & Société*; Jenny C Aker et Isaac Mbiti, 2010, « Mobile Phones and Economic development in Africa » 24:3 *Journal of Economic Perspectives* 207-32.

l'alimentation. Cependant, compte tenu de l'importance accrue des technologies de l'information et de la communication (notamment de l'Internet) dans nos sociétés, de multiples expériences ont montré que ces technologies pouvaient contribuer à améliorer les conditions de vie des populations surtout si leur diffusion et leur appropriation tiennent compte des contextes culturels et des réalités locales des bénéficiaires.

Comme le rappelle si bien Gado Alzouma, en Afrique, l'ère des tracteurs et des machines agricoles (1960-1970) a précédé l'ère de la radiodiffusion et de la télévision (1970-1980) avant que ne s'installe l'ère des ordinateurs, du téléphone et de l'Internet dans les années 1980-1990⁵. Ainsi, dans les pays africains, la croyance dans le progrès technique pour réduire les inégalités de développement s'est longtemps nourrie des promesses et des discours, parfois utopiques, véhiculés par les programmes internationaux visant à développer la connectivité universelle et à construire des autoroutes mondiales de l'information pour favoriser l'interdépendance et l'interconnexion du « village global »⁶ et rendre les TIC accessibles pour tous.

De nombreux rapports officiels entretiennent cette idée du saut technologique que les pays en développement doivent réaliser pour accroître leur productivité économique et rattraper leur retard technologique. L'argument du

⁵ Gado Alzouma, 2005, « Myths of Digital Technology in Africa: Leapfrogging Development? » 1:3 *Global Media and Communication* 339-56.

⁶ Marshall McLuhan, 1967, *La Galaxie Gutenberg : La Genèse de l'homme typographique*, Paris, Gallimard, p. 67.

*leapfrogging*⁷ est alors utilisé pour justifier et encourager la dérégulation des marchés des TIC.

Déjà en 1999, le *Rapport mondial sur la communication et l'information* de l'UNESCO⁸ fut l'un des tout premiers à insister sur la course au numérique. Il donne l'espoir à la classe dirigeante des pays en développement de s'appuyer sur les innovations dans les domaines des télécommunications et de l'informatique pour améliorer les performances et la productivité de l'économie afin de rattraper leur retard : « L'idée la plus répandue était que les TIC permettraient à ces pays de sauter l'étape de l'industrialisation et de faire entrer leurs économies dans une ère postindustrielle. Ils ont donc élaboré des politiques et des programmes afin d'être parties prenantes dans les communications internationales par satellite et dans les réseaux d'échanges de données transnationaux »⁹.

En 2001, le PNUD estimait à son tour, dans l'un de ses rapports, que l'Internet pouvait faire tomber toutes les barrières géographiques et accroître l'efficacité des marchés en créant des opportunités de revenus¹⁰. Cette

⁷ « L'engagement dans la lutte contre la fracture numérique est guidé par l'argument du *leapfrogging* (saut d'étapes). La diffusion des TIC permettrait d'accélérer le processus de développement des pays "en retard". Cette vision, qui apparaît de plus en plus irréaliste, a longtemps été partagée par de nombreuses organisations internationales comme le Bureau international du travail pour lequel, les TIC permettraient de "brûler les étapes du développement" et de lutter contre la pauvreté, propos que l'on retrouve dans la déclaration de principes du SMSI ». Jean-Louis Fulssac, Alain Kiyindou, Michel Mathien, 2005, « Fracture numérique » dans Commission française pour l'UNESCO, *La Société de l'information. Glossaire Critique*, Paris, La Documentation française, p. 75.

⁸ UNESCO, 1999, *Rapport mondial sur l'information et la communication 1999-2000*, Paris, UNESCO.

⁹ *Ibid.*, p. 38.

¹⁰ PNUD, 2001, *Mettre les nouvelles technologies au service du*

idée est également présente dans le *Rapport sur le commerce électronique et le développement*¹¹ publié en 2003 par la Conférence des Nations unies sur le commerce et le développement (CNUCED). Pour la CNUCED, l'intensification des flux de transactions électroniques, l'externalisation en ligne de nouveaux services et les transferts de connaissances permis par l'application des TIC dans le domaine du commerce peuvent permettre aux entreprises de « brûler les étapes de l'informatisation » en améliorant leur capacité à produire et échanger plus rapidement des biens et des services, à élargir leur partenariat, à créer de nouveaux emplois et à devenir plus compétitives sur le plan de l'exportation tout en stimulant l'économie locale par des services TIC à forte valeur ajoutée.

Dans le même ordre d'idées, Yoshio Utsumi, Secrétaire général de l'Union Internationale des Télécommunications (UIT) durant la période 1998-2006, déclarait au lendemain du Sommet mondial sur la Société de l'information (SMSI) ce qui suit :

Au cours des premières étapes de son développement, l'homme est passé d'une économie agricole à une économie industrielle, dans laquelle la machine était reine. Toutefois, si nous devons attendre que tous les pays passent par les mêmes étapes, je crains fort que les pays en développement n'arrivent jamais à combler l'écart qui les sépare des pays développés. Or, précisément grâce aux TIC ces pays peuvent brûler les étapes du développement et passer

développement humain, Bruxelles, De Boeck.

¹¹ CNUCED, 2003, *Rapport sur le commerce électronique et le développement*, New-York, Genève Nations-Unies.

directement à une société de l'information, pour peu qu'ils prennent les mesures qui s'imposent. »¹².

Cette rhétorique institutionnelle du rattrapage économique reflète une convergence du discours des différentes organisations internationales qui promeuvent les TIC comme des « raccourcis », des « facteurs » et des « outils d'accélération du processus de développement » et non des conséquences du développement économique. À la différence des technologies industrielles (sidérurgie, chimie, mécanique, etc.), les TIC ne nécessitent pas des investissements massifs dans des installations ou des infrastructures fixes et la baisse rapide et continue des prix de ces technologies laisse penser qu'elles sont non seulement transférables rapidement dans n'importe quel pays, mais aussi qu'elles ont le potentiel de contribuer à la croissance économique lorsqu'elles sont intégrées à une stratégie de développement¹³.

2. Du téléphone fixe à l'Internet mobile en passant par le boom des smartphones en Afrique

L'un des exemples qui illustrent le mieux le saut technologique réalisé par de nombreux pays en développement, en particulier ceux d'Afrique, au cours des quinze dernières années est le fait que ces pays aient sauté l'étape de la technologie du 20^e siècle qu'est la ligne de téléphonie fixe (dont l'implantation et la maintenance

¹² Yoshio Utsumi, 2005, « L'après-Tunis : ce que nous attendons » 9 *Nouvelles de l'UIT* 5.

¹³ Edward Steinmueller, 2001, « Les TIC et les possibilités pour les pays en développement de brûler les étapes », 140:2 *Revue internationale du travail* 239-58.

sont coûteuses) pour atteindre directement et très rapidement l'adoption massive du mobile, la technologie du 21^e siècle. Entre 2000 et 2008, soit en moins de dix ans, il y a eu huit fois plus d'utilisateurs (abonnés) du téléphone mobile que du fixe en Afrique¹⁴. En effet, le téléphone mobile s'est très vite ancré dans les habitudes du quotidien et dans la culture locale des Africains au point où sa pénétration croissante au sein des populations a largement surpassé les prévisions les plus optimistes des opérateurs et des experts.

Comblant les nombreuses carences liées au raccordement filaire des zones les plus reculées du continent africain, le marché africain de téléphonie mobile est devenu en fin 2015 le deuxième au monde en nombre d'utilisateurs avec 560 millions d'abonnés¹⁵, soit théoriquement la moitié de la population de l'Afrique¹⁶. Ceci s'explique en partie par la forte progression (+ 70%) qu'a connue ce marché entre 2010 et 2015. Les pays ayant connu les plus fortes hausses au cours de ces années sont le Nigeria, l'Éthiopie, l'Égypte, le Kenya, la Tanzanie, la République démocratique du Congo (RDC) et l'Algérie. Cette tendance sera maintenue dans les années à venir puisqu'un récent rapport de l'association mondiale des opérateurs mobiles (GSMA) prévoit que le continent comptera d'ici

¹⁴ Alzouma, 2008, *supra* note 4, p. 39.

¹⁵ Ce chiffre doit être relativisé puisque de nombreux africains possèdent individuellement plusieurs téléphones portables et plusieurs cartes SIM. Cette tendance constitue en réalité une stratégie d'adaptation face au problème de couverture inégale, le réseau fonctionnant mieux dans certaines zones par rapport à d'autres. Par ailleurs, le fait d'avoir plusieurs SIM permet de passer des appels moins coûteux entre abonnés du même réseau et aussi de profiter des différentes promotions et rabais proposés par les différents opérateurs sur un marché devenu fortement concurrentiel.

¹⁶ Pierre Haski, 4 juin 2015, « Bientôt 100% de téléphones mobiles en Afrique », *Le Nouvel Obs*.

2020 725 millions d'utilisateurs (soit 54% de la population) et d'ici 2025, 50% d'entre eux devraient être reliés à Internet via des Smartphones¹⁷.

Ce déploiement rapide du mobile en Afrique est accéléré par la baisse des prix et l'accessibilité des Smartphones, phénomène lié au développement d'un important marché de Smartphones à bas coût¹⁸, de seconde main ou d'occasion. En 2016, le cabinet Deloitte Afrique Francophone estimait dans une étude qu'il y aurait eu 120 millions de ventes de Smartphones usagés, ce qui constituerait une nette augmentation comparée aux 80 millions de Smartphones revendus en 2015. Toujours selon la même étude, ce nombre devrait doubler en 2017 pour dépasser les 350 millions d'appareils connectés¹⁹. Par ailleurs, le phénomène a pris de l'ampleur avec l'arrivée d'opérateurs indiens et surtout chinois²⁰ qui inondent le marché africain avec des Smartphones moins chers et offrant un bon rapport qualité/prix (avec des marques telles que Huawei, ZTE, Techno, Itel, Xiaomi, Inifnix Hot,..). D'autres commerçants africains exploitent plutôt des circuits de fournisseurs et de distributeurs de Smartphones d'occasion en provenance de Dubaï dans les Émirats Arabes Unis. Par ailleurs, toute cette effervescence pour le mobile sur le continent a fini par susciter l'appétit d'entreprises locales qui se sont lancées avec succès dans la fabrication de téléphones, tablettes et

¹⁷ GSMA, 2016, « Connected Society : Consumer barriers to mobile Internet adoption in Africa ».

¹⁸ Le prix de ces appareils, qui varie généralement entre une quarantaine et une centaine de dollars, justifie en grande partie le succès qu'ils rencontrent auprès des populations, en particulier auprès des jeunes et de la classe moyenne émergente d'Afrique.

¹⁹ Jeune Afrique, 17 février 2015, « Afrique : 350 millions de smartphones connectés d'ici à 2017 » *Jeune Afrique*.

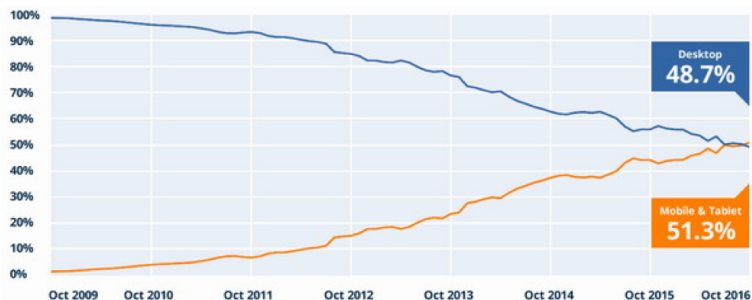
²⁰ Sébastien Le Belzic, 29 septembre 2015, « La Chine veut devenir le leader des smartphones en Afrique » *Le Monde Afrique*.

smartphones « africains ». C'est le cas notamment des compagnies sud-africaines telles que Zest Mobile, Mint Mobile, Onyx et aussi de la start-up congolaise VMK (fondée par le jeune Vérone Mankou) qui semblent déjà leurs smartphones à partir d'éléments importés ; certaines de ces entreprises ayant même commencé déjà l'implantation d'usines locales de fabrication.

Si les pays en développement ont fait l'option d'un raccourci technologique en adoptant directement le téléphone mobile sans vraiment avoir expérimenté pendant longtemps le téléphone fixe, un autre saut technologique est en train de se réaliser avec l'accès à Internet à partir des smartphones plutôt qu'à partir d'un ordinateur. En effet, selon les données rapportées par le site StatCounter (éditeur d'outils de mesure d'audience), l'usage d'Internet dans le monde a été pour la première fois plus important sur tablette et mobile (51,3%) que sur poste de travail (48,7%) au mois d'octobre 2016.

En effet, comme le montre le Graphique 1, cette progression est constante depuis plusieurs années. Le Graphique 1 permet, quant à lui, d'expliquer que ce phénomène s'explique en partie par le très fort usage d'appareils mobiles dans les pays émergents et les pays en développement où l'ordinateur semble être progressivement délaissé au profit des téléphones mobiles en tant que principal moyen d'accès à Internet.

Graphique 1. Source du trafic Internet de 2009 à 2016



Source : StatCounter, 2016.

Graphique 2. Utilisation des mobiles et de l'ordinateur. Comparaison par pays, octobre 2016



Source : StatCounter, 2016.

Outre la baisse des prix des téléphones mobiles, notamment des Smartphones (moins coûteux que les ordinateurs), le développement des usages de l'Internet mobile en Afrique est stimulé par le déploiement rapide des réseaux 3G et 4G, un peu partout sur le continent. Ces réseaux viennent compenser l'inexistence d'une véritable infrastructure filaire de haut débit fixe. Ainsi, à la mi-

2016, on comptait 72 réseaux de 4G²¹ dans une trentaine de pays.

Grâce à ces progrès, le taux de pénétration d'Internet en Afrique qui tournait autour de 2% dans les années 2000 avoisine aujourd'hui les 20% et devrait même doubler d'ici 2020, pour atteindre près de 40% selon les estimations de la GSMA. Le nombre de connexions via les smartphones a lui aussi presque doublé lors des deux dernières années sur le continent, pour atteindre 226 millions, soit un quart des connexions de toute la région²².

3. Quelles opportunités et potentialités de l'Internet mobile pour l'accès et la consommation des contenus culturels africains?

Dans les pays en développement et en Afrique en particulier la culture et sa transmission sont en pleine transformation. Si traditionnellement les histoires se transmettaient oralement sous « l'Arbre à Palabres »²³ aujourd'hui les histoires sont diffusées via les smartphones, les tablettes et les ordinateurs portables. Si pendant des décennies l'Afrique a été pénalisée par son

²¹ « *The roll-out of high-speed mobile connectivity in Africa (.) is demonstrating yet again how emerging economies can leapfrog traditional developmental stages to accelerate their economic growth. Governments in these countries are betting that faster 4G internet connections over the airwaves, rather than down expensive wired infrastructures, will give businesses a welcome productivity boost* » Gabriella Mulligan, 15 septembre 2015, « High-speed mobile puts Africa and India on fast track », *BBC News*.

²² GSMA, 2016, « Connected Society : Consumer barriers to mobile Internet adoption in Africa ».

²³ Tonjé Bakang, 29 juin 2016, « De l'Arbre à Palabres au streaming : la révolution culturelle Made in Africa », *Le Huffington Post*.

manque d'infrastructures aujourd'hui, grâce aux technologies sans fil elle entre de plain-pied dans le 21^e siècle.

En tant qu'outil privilégié d'accès à l'Internet, le téléphone mobile constitue un canal ou un terminal pouvant efficacement contribuer à la distribution, l'accès, la consommation et le partage de contenus culturels africains sur Internet. L'accès à Internet via le mobile constitue en soi un élément catalyseur de la culture de partage instantané de contenus entre les individus (partage de vidéos, de musiques, de photos, etc.). De nouvelles formes de créativité numérique ont conduit au développement de nombreuses plateformes et applications mobiles qui favorisent tant l'émergence et la circulation de nouvelles cultures numériques expressives²⁴ que la convergence diversifiée et la mise en réseaux d'expressions culturelles locales numérisées. Les processus de dématérialisation, de désintermédiation et de déterritorialisation²⁵ qui affectent les secteurs des industries culturelles tels que la musique, le cinéma, l'audiovisuel, ou encore le livre contribuent à accélérer la diffusion et l'accès en ligne, via des appareils mobiles, à des contenus culturels africains de tout genre. En effet l'accès banalisé aux smartphones et aux téléphones équipés d'un appareil photo/caméra et dotés d'espace ou de mémoire de stockage conséquent de fichiers multimédias, permet aux Africains de produire et/ou de partager leurs propres contenus (*User Generated Contents*), généralement des vidéos, des photos et d'autres types de contenus auxquels ils s'identifient. Grâce aux

²⁴ Laurence Allard, 2007, « Blogs, podcast, tags, mashups, cartographies, locative medias : le tournant expressiviste du web », 21 *Médiamorphoses* 57-62.

²⁵ Michèle Rioux et al., 2015, *Société de l'information et institutions*, Montréal, Éditions IEIM.

nombreuses applications mobiles et aux outils numériques, les créateurs africains développent des pratiques d'autoproduction et d'autopromotion. À l'évidence, cela contribue à augmenter la disponibilité, l'accessibilité et la mise en visibilité de l'offre de contenus culturels *Made in Africa* dans l'environnement numérique.

Par ailleurs, de plus en plus d'artistes africains, notamment les musiciens, utilisent leurs téléphones mobiles pour mettre en ligne ou partager à partir d'un clic sur les médias et réseaux sociaux leurs nouveaux titres musicaux ou des extraits de leur album, dans le but de tester la réceptivité de leurs communautés d'admirateurs, d'attirer des producteurs ou encore dans la perspective de se faire repérer et de décrocher des contrats de diffusion auprès des chaînes de télévision ou de radio. Il faut aussi souligner que l'écoute de musique sur YouTube a particulièrement explosé sur le continent et les plateformes légales de téléchargement ou de streaming ne cessent de se multiplier. Une étude du Balancing Act de novembre 2014 dénombreait d'ailleurs plus d'une centaine de plateformes africaines dédiées à la musique en ligne. L'Afrique du Sud est l'un des pays africains où le marché de la musique sur support numérique est en plein essor, avec 107 % de croissance entre 2012 et 2013. Parmi les plateformes internationales offrant des services de musique à la demande ou sur abonnement en Afrique, on retient iTunes et Deezer²⁶ qui sont présents dans de

²⁶ « Deezer, annonçait un partenariat avec l'opérateur mobile Tigo, pour que celui-ci distribue son catalogue de 35 millions de titres au Ghana, au Tchad, en Tanzanie, en République Démocratique du Congo et au Rwanda. Ce partenariat s'avère mutuellement bénéfique, puisque Deezer a ainsi accès à la base d'utilisateurs de l'opérateur s'élevant à 20 millions de personnes, tandis que l'intégration de Deezer permet à Tigo de construire sa base d'utilisateurs 3G et d'accroître ses revenus en dehors des forfaits téléphoniques ».

nombreux pays. Pour l'instant, le géant suédois Spotify ne s'est positionné qu'en Afrique du Sud. Outre les plateformes internationales, il y a des start-ups locales comme iRoking, Spinlet (Nigéria), Mdundo (Kenya), Mkito (Tanzanie) ou encore Muzik Bi au Sénégal, qui sont déjà bien implantées. Concernant Muzik Bi, la plateforme a innové en devenant la première à proposer le téléchargement de musique via un système de paiement par SMS.

Soulignons que nombreux sont les opérateurs de téléphonie qui ont compris le potentiel relié aux applications mobiles adaptées aux intérêts locaux et aux cultures locales ou nationales et qui commencent à proposer des forfaits d'abonnement mobile intégrant l'accès à des sites de réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, SnapChat, etc.) ou à des plateformes de téléchargement ou de streaming de musique ou de vidéos tels que Youtube. On constate aussi l'émergence d'une nouvelle génération de producteurs ou de réalisateurs africains, notamment ceux de l'industrie de films nigériens encore connue sous le nom de Nollywood, mais aussi des jeunes Youtubeurs qui développent maintenant des offres de films de court métrage ou de mini séries Web (ivoirienne, camerounaise, béninoise, etc.), bien compressés et de qualité relativement bonne, dans des formats spécialement adaptés au visionnement à partir des téléphones mobiles.

Le secteur de l'audiovisuel africain est donc particulièrement prometteur, notamment en ce qui concerne le développement d'offre de vidéos et de films africains sur mobile. C'est certainement ce que le groupe

Virginie Berger, 3 septembre 2015, « Le marché africain du streaming musical en pleine ébullition », *Don't believe the hype*.

audiovisuel Canal+ a compris en s'alliant en fin 2015 à l'un des plus importants distributeurs de films africains, Iroko TV. En effet, les deux partenaires ont lancé une application mobile permettant de visionner des films, des séries et des émissions, sous-titrés en français. Selon Jacques du Puy, président de Canal+ Overseas, division internationale du groupe : « Avec près de 2 millions de foyers africains aujourd'hui équipés des offres de TV payante de Canal+, notre ambition est d'élargir notre public à ceux dont le smartphone constitue le seul moyen d'accès au divertissement »²⁷.

On note également que l'essor de l'Internet mobile en Afrique contribue au développement de l'e-commerce sur le continent, en particulier à la vente et la consommation de produits culturels africains en ligne via des plateformes telles que Jumia. En réponse au problème de faible bancarisation qui touche la majorité des populations africaines, les systèmes et services de paiement mobile tels que M-Pesa ou de transferts d'argent par téléphone portable tels que Mobile Money sont très développés dans certains pays (comme le Kenya²⁸, la Tanzanie, le Rwanda, l'Afrique du Sud, le Nigéria ou le Sénégal). Le cabinet Deloitte estime qu'en 2014, près de 12% des consommateurs africains ont déjà acheté via leur mobile et que l'Afrique représente 52% des transactions mondiales effectuées à travers des paiements mobiles. Il ne faudrait pas non plus sous-estimer l'énorme marché que constitue la diaspora africaine qui est prête à payer pour consommer en ligne des contenus culturels africains de qualité.

²⁷ Jeune Afrique, 9 décembre 2015, « Canal+ s'allie à Iroko pour offrir des films africains sur mobile », *Jeune Afrique*.

²⁸ Au premier trimestre 2016, le paiement par mobile représentait au Kenya 36,6 millions d'abonnés et 343,9 millions de transactions pour un montant de 6,9 milliards d'euros. Arte, « Kenya : la Savannah Valley », 2 juillet 2016, *Arte Reportage*.

4. Les limites et obstacles à l'accessibilité des contenus culturels africains via l'Internet mobile

Bien que la prolifération des câbles sous-marins de fibre optique reliant l'Europe à l'Afrique ait contribué à l'augmentation de la bande passante dans les pays africains, le déploiement de l'Internet haut débit reste assez inégal d'un pays à l'autre. Les dernières statistiques publiées par l'Union internationale des télécommunications (UIT) en 2016, dans son rapport annuel sur la mesure de la société de l'information, révèlent que 75 % de l'Afrique n'est toujours pas couverte par le réseau Internet haut débit. À titre de comparaison, alors que 84 % des ménages sont connectés en Europe, seulement 15,4 % le sont en Afrique. Toujours selon l'UIT, les dix pays ayant le taux de connectivité le plus bas sont tous africains (l'Érythrée, la Somalie et le Niger étant les pays les moins connectés avec un taux d'accès à Internet inférieur à 2,5 %). Le fossé numérique reste en effet particulièrement important entre les pays côtiers qui profitent de l'arrivée des câbles sous-marins et les pays plus enclavés qui dépendent encore des satellites. La bande passante relativement faible et les forfaits de données mobiles limités ou très coûteux ne permettent pas par exemple aux utilisateurs de téléphone mobile de regarder en ligne des quantités de films ou de vidéos en haute définition. Par ailleurs, les coûts liés au déploiement des infrastructures de haut débit et le coût de l'accès à l'Internet (surtout l'abonnement à un forfait Internet mobile) restent très élevés par rapport au niveau de vie et aux revenus moyens par habitant.

Un autre obstacle à la consommation en ligne des contenus culturels africains est lié au fait que la majorité des Africains ne sont pas prêts à dépenser de l'argent pour

écouter de la musique en ligne. Le fléau du piratage persiste et se manifeste dorénavant par des téléchargements et des copies illicites de playlists de morceaux de musique, de films, de séries, ou de vidéoclips. À Bamako par exemple, il y a toute une nouvelle filière qui se développe autour des activités des marchands d'un genre nouveau que faisant appeler « les téléchargeurs » et opérant comme des versions hors-ligne des plateformes et applications telles qu'iTunes, Spotify. Les morceaux téléchargés sont revendus parfois à l'unité à quelques centimes de dollars à peine par chanson. Les téléchargeurs transfèrent ensuite les titres achetés directement sur le téléphone du client ou sur une clé USB. Une fois une playlist ou un album achetés, les utilisateurs peuvent échanger ou partager ces titres avec des amis à proximité, notamment via Bluetooth.

En dehors des problèmes inhérents à la piraterie et malgré les améliorations notables de l'infrastructure d'Internet (notamment sur le plan des réseaux mobiles), l'insuffisante disponibilité ou présence en ligne de contenus africains de qualité constitue toujours un obstacle majeur pour la diversité des expressions culturelles dans l'environnement numérique. En effet, selon une étude de l'Internet Society (ISOC) publiée en 2016, il est démontré que les contenus et services sont les principaux facteurs qui alimentent l'attrait d'Internet, surtout ceux-ci sont pertinents et produits dans une langue que les utilisateurs comprennent. D'après les auteurs du rapport, le manque de contenus et de services locaux affecte le nombre de nouveaux utilisateurs en Afrique : « En Afrique subsaharienne en particulier, le développement de contenu en langue locale est crucial pour inciter de nouveaux utilisateurs à se connecter, car beaucoup ne se sentent pas à l'aise avec l'anglais ou le

français »²⁹. Rappelons que bien que dans certains pays africains, environ 90% de la population vivent dans le rayon d'un signal Internet mobile, l'utilisation est parfois de 20% ou moins au sein de la population. Cette corrélation entre l'adoption de l'Internet et la production en ligne de contenus locaux originaux et de qualité est également confirmée par un autre rapport, celui de la GSMA Intelligence Consumer Survey 2016, qui conclut que le manque de contenus locaux pertinents constitue l'obstacle le plus important (devant le manque de compétences numériques et l'accessibilité financière) qui freine l'adoption de l'Internet mobile dans les pays africains³⁰.

Conclusion

Ce texte a montré comment l'Afrique s'est servie de plusieurs « sauts technologiques » successifs liés à l'adoption rapide de la téléphonie mobile, des smartphones et aux usages liés à l'Internet mobile (dans l'intervalle d'à peine une décennie) pour faire son entrée à pieds joints dans la société mondiale de l'information.

Nous avons ensuite montré que les technologies numériques peuvent être utilisées comme levier pour accroître les capacités de production et de consommation de contenus culturels des pays africains en ligne, tout en contribuant à la promotion et à la protection de la diversité des expressions culturelles locales. En effet, si elle est bien maîtrisée la révolution numérique que connaît l'Afrique actuellement peut déclencher une véritable « révolution culturelle 2.0 », d'autant plus que l'Internet

²⁹ Internet Society (ISOC), 2016, « Susciter l'intérêt pour les données en Afrique ».

³⁰ GSMA, *supra* note 22.

mobile, comme nous l'avons vu, offre la perspective d'un accès plus large et plus ouvert à la culture tant pour les créateurs que pour les consommateurs africains. Mais si l'on peut se réjouir de la généralisation des appareils connectés tels que les smartphones et du développement de plateformes et d'applications liées au commerce électronique de biens et services culturels sur le continent, de nombreux défis restent à relever en matière d'amélioration de la connectivité, de baisse des coûts d'accès à l'Internet mobile, de production de contenus locaux de qualité pour prétendre véritablement au développement d'une nouvelle économie africaine qui serait basée sur l'entrepreneuriat culturel dans le domaine du numérique, avec de nouveaux modèles économiques et de nouvelles niches de marché.

Par ailleurs, considérant la rapidité de diffusion et la capacité d'absorption de ces technologies numériques par les pays africains, il serait temps que ces pays puissent amorcer un processus d'adaptation ou de renouvellement de leur politique et de leur stratégie culturelle en intégrant les enjeux, défis et opportunités du numérique pour le développement et le rayonnement de leurs industries culturelles tant à l'échelle locale/nationale qu'à l'international.

Bibliographie

- Agbobli, Christian et Magda Fusaro. 2015. « ICTs, mobile telephony and politics in Africa: the end of the 'communication for development' paradigm? » 9:1 *Global Media Journal - African Edition* 80-104.
- Aker, Jenny C. et Isaac Mbiti. 2010. « Mobile Phones and Economic development in Africa » 24:3 *Journal of Economic Perspectives* 207-32.

- Allard, Laurence. 2007. « Blogs, podcast, tags, mashups, cartographies, locative medias : le tournant expressiviste du web » 21 *Médiamorphoses* 57-62.
- Alzouma, Gado. 2005. « Myths of Digital Technology in Africa: Leapfrogging Development? » 1:3 *Global Media and Communication* 339-56.
- Alzouma, Gado. 2008. « Téléphone mobile, Internet et développement : l'Afrique dans la société de l'information? » 2:2 *Tic & Société*. En ligne : <<http://ticketsociete.revues.org/448>>.
- Alzouma, Gado. 2005. « Myths of Digital Technology in Africa: Leapfrogging Development? » 1:3 *Global Media and Communication* 339-56.
- Alzouma, Gado. 2014. « Faire de nécessité vertu : inégalités sociales et modes d'appropriation innovants du téléphone mobile en Afrique » 4 *Revue française des sciences de l'information et de la communication*. En ligne : <<https://rfsic.revues.org/691>>.
- Arte. « Kenya : la Savannah Valley » 2 juillet 2016, *Arte Reportage*. En ligne : <<http://info.arte.tv/fr/kenya-la-savannah-valley>>.
- Bakang, Tonjé. 29 juin 2016. « De l'Arbre à Palabres au streaming : la révolution culturelle Made in Africa » *Le Huffington Post*. En ligne : <<http://www.huffingtonpost.fr/tonje-bakang/de-larbre-a-palabres-au-streaming-la-revolution-culturelle-ma/>>.
- Le Belzic, Sébastien. 29 septembre 2015. « La Chine veut devenir le leader des smartphones en Afrique » *Le Monde Afrique*. En ligne : <http://www.lemonde.fr/afrique/article/2015/09/29/la-chine-veut-devenir-le-leader-des-smartphones-en-afrique_4776329_3212.html>.
- Benghozi, Pierre-Jean et Françoise Benhamou. 2010. « The Long Tail: Myth or Reality? » 12:3 *International Journal of Arts Management* 43-53.
- Berger, Virgine. 3 septembre 2015. « Le marché africain du streaming musical en pleine ébullition » *Don't believe*

- the hype*. En ligne : <http://www.dontbelievethethehype.fr/2015/09/le-marche-africain-du-streaming-musical-en-pleine-ebullition/>.
- de Bruijn Mirjam, Francis Nyamnjoh et Inge Brinkman, dir. 2009. *Mobile phones : The New Talking Drum of Everyday Africa*, Leiden, Langaa.
- Chéneau-Loquay, Annie. 2001. « Les territoires de la téléphonie mobile en Afrique » 15:1-2 *Network and Communication Studies* 121–32.
- Chéneau-Loquay, Annie. 2010. « L'Afrique au seuil de la révolution des télécommunications. Les grandes tendances de la diffusion des TIC » 234:2 *Afrique contemporaine* 93-112.
- Chéneau-Loquay, Annie. 2010. *Modes d'appropriation innovants du téléphone mobile en Afrique*, Paris, Ministère des Affaires étrangères et européennes français, Union internationale des télécommunications. En ligne : <http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/itu-maee-mobile-innovation-afrique-f-2.pdf>.
- CNUCED. 2003. *Rapport sur le commerce électronique et le développement*, New-York, Genève Nations-Unies.
- Dahmani, Ahmed et Jean-Michel Ledjou. 2012. « Le développement des télécommunications dans les Suds. Retour sur une décennie de diffusion des TIC en Afrique de l'Ouest et au Maghreb » 5 2-3 *Tic & Société*. En ligne : <http://ticetsociete.revues.org/1057>.
- Do-Nascimento, Jose. 2005. « Le développement du téléphone portable en Afrique » in François Xavier Verschave, Djilali Benamrane, Bruno Jaffre, dir., *Télécommunications entre biens publics et marchandises*, Paris, Éditions Charles Leopold Mayer.
- Dupuy, Gabriel. 2002. *Internet, géographie d'un réseau*, Paris, Ellipses, Coll. Carrefours.
- Dupuy, Gabriel. 2007. *La fracture numérique*, Paris, Ellipses Marketing.

- Fulssack, Jean-Louis, Alain Kiyindou et Michel Mathien. 2005. « Fracture numérique » dans Commission française pour l'UNESCO, *La Société de l'information. Glossaire Critique*, Paris, La Documentation française, p. 75.
- Gabas, Jean-Jacques, dir. 2005. *Société numérique et développement en Afrique*, Paris, Khartala.
- GSMA. 2016. « Connected Society : Consumer barriers to mobile Internet adoption in Africa ». En ligne : <<https://www.gsmainelligence.com/research/?file=8170bf058e42cdb8c186c6c75fb2b30e&download>>.
- Haski, Pierre. 4 juin 2015. « Bientôt 100% de téléphones mobiles en Afrique » *Le Nouvel Obs*. En ligne : <<http://tempsreel.nouvelobs.com/rue89/rue89-afrique/20150604.RUE9327/bientot-100-de-telephones-mobiles-en-afrique.html>>.
- Internet Society (ISOC). 2016. « Susciter l'intérêt pour les données en Afrique ». En ligne : <<https://www.internetsociety.org/fr/doc/susciter-l%E2%80%99int%C3%A9r%C3%AAt-pour-les-donn%C3%A9es-en-afrique>>.
- Jeune Afrique. 9 décembre 2015. « Canal+ s'allie à Iroko pour offrir des films africains sur mobile » *Jeune Afrique*.
- Jeune Afrique. 17 février 2015. « Afrique : 350 millions de smartphones connectés d'ici à 2017 » *Jeune Afrique*.
- Kibora, Ludovic. 2009. « Téléphonie mobile, l'appropriation du SMS par une "société de l'oralité" » dans Mirjam de Bruijn, Francis Nyamnjoh et Inge Brinkman *Mobile phones : The New Talking Drum of Everyday Africa*, Leiden, Langaa, p. 110-24.
- McLuhan, Marshall. 1967. *La Galaxie Gutenberg : La Genèse de l'homme typographique*, Paris, Gallimard.
- PNUD. 2001. *Mettre les nouvelles technologies au service du développement humain*, Bruxelles, De Boeck.
- Rioux, Michèle et al. 2015. *Société de l'information et institutions*, Montréal, Éditions IEIM.

- Severino, Jean-Michel et Olivier Ray. 2011. *Le Temps de l'Afrique*, Paris, Odile Jacob.
- Steinmueller, Edward. 2001. « Les TIC et les possibilités pour les pays en développement de brûler les étapes » 140:2 *Revue internationale du travail* 239-58.
- UNESCO. 1999. *Rapport mondial sur l'information et la communication 1999-2000*, Paris, UNESCO.
- Tcheng, Henri, Jean-Michel Huet, Isabelle Viennois et Marina Rhomdane. 2008. « Les télécoms, facteur de développement en Afrique » 129:2 *L'Expansion Management Review* 110-20.
- Tremblay Gaëtan. 2008. « Industries culturelles, économie créative et société de l'information » 1:1 *Global Media Journal* 65-68.
- Utsumi Yoshio. 2005. « L'après-Tunis : ce que nous attendons » 9 *Nouvelles de l'UIT* 5.

Développement et Culture à l'ère du « tout numérique » : Une problématique à repenser ou à renouveler?

Ndiaga Loum¹

Introduction

La culture est-elle la base du développement? Faudrait-il intégrer les différentes dimensions de la communication dans une définition globale de la culture? Si la communication et surtout les nouvelles technologies de la communication devaient être mises au service du développement, leur intégration dans les sociétés en voie de développement devrait-elle se faire en tenant absolument compte des particularismes culturels propres à chaque pays²? Poser les questions de cette manière aurait supposé qu'il existe une définition consensuelle de ces

¹ Ndiaga Loum est juriste, politologue et professeur au département des sciences sociales de l'Université du Québec en Outaouais (UQO). Ses publications récentes couvrent les champs d'expertise suivants : régulation éthique, juridique et politique en communication; communication et développement international; droit humanitaire et relations internationales; et communication politique.

² Jean-Baptiste Onana, 1997, « De la relation entre la culture et développement : leçons asiatiques pour l'Afrique» 63 *Politique Africaine* 96-111.

termes. Or, leur usage fréquent, voire abusif, n'augure guère une définition consensuelle. C'est cela qui explique que les différentes disciplines qui se sont penchées sur l'étude de ces concepts devenus objets l'aient abordé plus en termes de construction de modèles. Avant de revenir sur les modèles dans les études en développement et voir où on peut situer la pertinence d'une étude qui combine le développement, la culture entendue comme diversité et la communication, nous allons nous arrêter un peu sur la polysémie du concept de culture. La réflexion se termine avec la proposition théorique d'un paradigme qui associe développement et diversité culturelle, en explorant un certain nombre de questions qui devraient lui donner corps.

1. Polysémie ou la multitude de sens

Y a-t-il une définition de la culture qui fasse unanimité? Si l'on ne peut répondre de façon catégorique à cette question, force est de reconnaître les efforts de définition faits par l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO).

1.1 La culture

La définition que donne l'UNESCO de la culture est la suivante :

Dans son sens le plus large, la culture [...est] considérée comme l'ensemble des traits distinctifs, spirituels et matériels, intellectuels et affectifs, qui caractérisent une société ou un groupe social. Elle englobe, outre les arts et les lettres, les modes de vie, les droits fondamentaux de

l'être humain, les systèmes de valeurs, les traditions et les croyances.

- Au plan individuel, la culture est l'ensemble des connaissances acquises, l'instruction, le savoir d'un être humain.

- Au plan collectif, la culture représente également l'ensemble des structures sociales, religieuses, etc., et les comportements collectifs tels que les manifestations intellectuelles, artistiques, etc., qui caractérisent une société³.

La conséquence pratique d'une définition si complexe est que le mot va recevoir des définitions différentes selon le contexte auquel on se réfère, d'où le glissement vers les concepts d'identité culturelle, d'exception culturelle, et finalement de diversité culturelle qui va devenir en quelque sorte le concept réconciliateur.

L'UNESCO a très tôt pris au sérieux la question de la diversité culturelle, la *Convention pour la promotion et la protection de la diversité des expressions culturelles*⁴ étant en fait l'aboutissement d'un très long processus. L'organisation onusienne s'est évertuée à apporter des définitions souvent détaillées au concept de culture, sans doute pour réduire les possibilités de controverse intellectuelle autour de ce concept. Lors de la Conférence de Mexico sur les politiques culturelles tenue en 1982,

³ UNESCO, 6 août 1982. *Déclaration de Mexico sur les politiques culturelles*, Conférence mondiale sur les politiques culturelles, Mexico Conférence mondiale sur les politiques culturelles du 26 juillet au 6 août 1982.

⁴ *Convention pour la promotion et la protection de la diversité des expressions culturelles*, 2005, 2440 RTNU 311 [CDEC].

l'UNESCO rappelait la nécessité d'élargir la signification et la portée de la culture tout en soulignant sa prise en compte pour réaliser un authentique développement de l'individu et de la société. L'association faite entre culture et développement procédait d'un diagnostic lucide sur les inégalités entre les pays et sur les multiples conflits et tensions qui menaçaient la paix et l'équilibre du monde. Il en résultait l'importance d'user des mécanismes qu'offrent l'éducation, la science et la culture pour développer « une culture de la paix » chez les individus et les sociétés.

Le rapprochement des peuples et des hommes passait donc par une forme de tolérance qui laissait des possibilités d'expression à l'ensemble des cultures du monde. La jonction avec la communication est très vite faite. Par conséquent, cette dernière devant être le canal qui assure le dialogue au terme duquel se construit un développement respectueux de la diversité culturelle des peuples et des sociétés du monde entier :

La culture donne à l'homme la capacité de réflexion sur lui-même. C'est elle qui fait de nous des êtres spécifiquement humains, rationnels, critiques et éthiquement engagés. C'est par elle que nous discernons des valeurs et effectuons des choix. C'est par elle que l'homme s'exprime, prend conscience de lui-même, se reconnaît comme un projet inachévé, remet en question ses propres réalisations, recherche inlassablement de nouvelles significations et crée des œuvres qui le transcendent⁵.

⁵ UNESCO, *supra* note 3.

On y perçoit un rejet de l'impérialisme culturel qui laisserait la place à une conception asymétrique qui admettrait que l'affirmation de l'identité culturelle contribuerait donc à la libération des peuples. Inversement, toute forme de domination nie ou compromet cette identité. Voilà comment, de la culture appréhendée au sens large, on passe à l'identité culturelle.

1.2 Identité culturelle

On doit encore à l'UNESCO une définition complexe, certes, mais aussi dynamique de l'identité culturelle. L'idée est que chaque culture représente un ensemble de valeurs singulières qui s'appuient sur des traditions spécifiques à chaque peuple. Cette identité ne doit pas être vécue comme un obstacle, mais plutôt comme une richesse qui accroît les possibilités d'épanouissement de l'espèce. La singularité, l'exotisme et tout ce qui peut paraître étrange chez l'autre ne doivent pas susciter de rejet. Pour qu'il n'en soit pas ainsi, l'UNESCO se donne la mission de contribuer à conserver ces identités spécifiques et remarquables parmi le patrimoine mondial de l'humanité. Ainsi protégées, les différentes identités entrent plus rapidement en contact sans risquer d'être dévalorisées. Ce dialogue fécond entre les cultures spécifiques de chaque peuple débouche sur ce que Léopold Sédar Senghor nomma « la civilisation de l'universel »⁶.

Mais, il faut préciser ici le sens que lui donnait l'académicien africain dont on pourrait rapidement

⁶ Léopold Sédar Senghor, 1964, *Liberté I : Négritude et humanisme*, Paris, Éditions du Seuil; 1971, *Liberté II : Nation et voie africaine du socialisme*, Paris, Éditions du Seuil; 1977, *Liberté III : Négritude et civilisation de l'universel*, Paris, Éditions du Seuil.

travestir la pensée en la confondant avec le mouvement actuel de la mondialisation libérale. Le penseur sénégalais « faisait en effet une nette distinction entre civilisation de l'universel conçue comme le carrefour du donner et du recevoir et civilisation universelle perçue comme la modélisation d'une certaine culture, en l'occurrence la culture occidentale »⁷. La civilisation de l'universel chez Senghor était une proposition théorique qui ne se conjugait pas au singulier. Elle est l'antithèse du mouvement unificateur capitaliste que porte le processus actuel de la mondialisation. Elle serait plus en accord avec l'esprit et la lettre de la CDEC.

La diversité comme concept émancipateur, inclusif, progressiste et positif serait le point d'ancrage d'un débat théorique qui réunit dans une même problématique le développement (comme ambition), la culture (comme soubassement idéologique).

1.3 Diversité culturelle et développement

Bien avant l'adoption de la CDEC, l'UNESCO a toujours prôné une conception du développement adossé à la promotion et à la protection des valeurs culturelles de tous les peuples. Cette préoccupation rejoignant celle des dirigeants des pays développés qui ont utilisé la tribune démocratique de cette instance des Nations Unies pour dénoncer la volonté d'imposition d'un modèle de développement qui serait inadapté aux cultures locales. Ces revendications trouveront écho déjà lors de la

⁷ Richard Laurent Omgba, 2003, « Identité culturelle, civilisation de l'universel et mondialisation » dans Marcelin Vounda Etoa, dir., *Le siècle de Senghor. Actes du colloque sur Senghor*, Yaoundé, Presses Universitaires de Yaoundé.

conférence mondiale sur les politiques culturelles à Mexico en 1982 dont les conclusions étaient claires :

La culture constitue une dimension fondamentale du processus de développement et contribue à renforcer l'indépendance, la souveraineté et l'identité des nations. La croissance a souvent été conçue en termes quantitatifs, sans que soit prise en compte sa nécessaire dimension qualitative, c'est-à-dire la satisfaction des aspirations spirituelles et culturelles de l'être humain. Le développement authentique a pour but le bien-être et la satisfaction constante de tous et de chacun. Il est indispensable d'humaniser le développement, qui doit avoir pour finalité ultime la personne considérée dans sa dignité individuelle et sa responsabilité sociale. Le développement suppose que chaque individu et chaque peuple aient la possibilité de s'informer, d'apprendre et de communiquer son expérience. Pour donner à tous les hommes l'occasion de se forger un meilleur destin, il convient d'adapter en permanence le rythme du développement⁸.

Le moment fort de ces résolutions est l'affirmation que « L'homme est à l'origine du développement » et que « toute politique culturelle doit retrouver le sens profond et humain du développement »⁹. Il en résultait déjà à cette époque, que des modèles nouveaux s'imposaient. Et

⁸ UNESCO, *supra* note 3, « Principes 10-12 ».

⁹ *Ibid.*, « Principes 13-15 ».

l'UNESCO proposait d'aller trouver ces nouveaux modèles dans le domaine de la culture et de l'éducation.

La position constante de l'UNESCO est assimilable à une idéologie de la préservation des valeurs symboliques des biens immatériels face à une conception résolument matérialiste, orientée par la société de consommation capitaliste qui s'adresse moins à des citoyens qu'à des consommateurs. L'idée que les biens culturels ne sont pas des marchandises comme les autres et devraient donc être extraits du processus de marchandisation libérale, très présente dans la *Déclaration universelle sur la diversité culturelle* puis dans la CDEC, n'est donc pas nouvelle. Elle est le produit d'une longue maturation qui prend en compte le fait que la bataille sémantique, les problèmes de définition des mots et concepts, participent des rapports de forces à l'échelle mondiale. Il est utile de le rappeler aujourd'hui que beaucoup de concepts sont galvaudés, ou font l'objet de confusions volontaires, visant par exemple à confondre le libre échangisme économique et le libre échangisme culturel qui ne peut que reproduire en termes d'inégalité les conséquences fâcheuses d'un impérialisme culturel où le dominé subit la vision du dominateur. Si les biens culturels étaient inclus dans le processus d'échange libre capitaliste, ils donneraient forcément lieu, dans un contexte d'inégalité économique, à ce que Freire nommait l'invasion culturelle et qui selon l'auteur, servirait les fins de la conquête et de la continuité de l'oppression. Cette invasion culturelle implique toujours une vue étroite de la réalité, une perception statique des choses, et l'imposition à un autre d'une conception du monde. L'invasion culturelle, d'après Freire, c'est la « supériorité » de

l'envahisseur et « l'infériorité » de l'envahi, en même temps que l'imposition des valeurs par le premier¹⁰.

C'est pour avoir compris cela que l'UNESCO a très tôt jugé nécessaire, non seulement d'inclure dans sa mission la protection du patrimoine culturel, mais de lui donner une définition qui ne souffre d'aucune ambiguïté dans un contexte de rapports de forces très défavorable aux pays sous-développés :

Le patrimoine culturel d'un peuple s'étend aux œuvres de ses artistes, de ses architectes, de ses musiciens, de ses écrivains, de ses savants, aussi bien qu'aux créations anonymes, surgies de l'âme populaire, et à l'ensemble des valeurs qui donnent un sens à la vie. Il comprend les œuvres matérielles et non matérielles qui expriment la créativité de ce peuple : langue, rites, croyances, lieux et monuments historiques, littérature, œuvres d'art, archives et bibliothèques.

Tout peuple a le droit et le devoir de défendre et de préserver son patrimoine culturel, puisque les sociétés trouvent leur identité dans les valeurs qui sont pour elles une source d'inspiration créatrice¹¹.

¹⁰ UNESCO, Commission internationale d'étude des problèmes de la communication. 1980. *Voix multiples, un seul monde, Communication et société, aujourd'hui et demain*, Rapport sous la présidence de Sean MacBride, Paris, La Documentation Française, UNESCO/Dakar, Nouvelles éditions africaines, p. 142.

¹¹ UNESCO, *supra* note 3, « Principes 23 ».

L'affirmation centrale qui s'adapterait facilement à une analyse partant du postulat théorique des relations de domination est celle-ci :

Le patrimoine culturel a été souvent endommagé ou détruit par négligence ainsi que par les processus d'urbanisation, d'industrialisation et de pénétration technologique. Mais plus inacceptables encore sont les atteintes portées au patrimoine culturel par le colonialisme, les conflits armés, l'occupation étrangère et les valeurs imposées de l'extérieur. Toutes ces actions contribuent à rompre les liens unissant les peuples à leur passé et à effacer celui-ci de leur mémoire. Ce sont la préservation et l'appréciation de leur patrimoine culturel qui permettent donc aux peuples de défendre leur souveraineté et leur indépendance et, par là même, d'affirmer et de promouvoir leur identité culturelle¹².

Si la problématique culture et développement devait être résumée, elle pourrait se poser ainsi : comment réaliser un développement équilibré et durable sans s'assurer de l'intégration des données culturelles dans les stratégies et modèles qui visent à le réaliser? Comment s'assurer de l'efficacité et de l'efficience des modèles de développement s'ils ne prenaient pas en compte le contexte historique, social et culturel spécifique de chaque société? À analyser les différents modèles de développement¹³ proposés au cours de l'histoire

¹² *Ibid.*, « Principes 25 ».

¹³ Immanuel Wallerstein, 1982, « Le développement du concept de développement » 14:2 *Sociologie et sociétés* 133-42.

contemporaine, il n'apparaît pas que ces préoccupations d'ordre culturel aient toujours été prises en compte¹⁴.

2. Le développement : une multitude de modèles

Le concept de développement est aussi l'un de ces termes à usage régulier mais aux définitions multiples¹⁵. Jean Ronald Legouté parle à propos du développement d'un concept « plurivoque »¹⁶. Nous résumerons ici rapidement les grandes lignes de certains modèles de développement.

2.1 Le modèle de la modernisation

Ce modèle perçoit les causes du non développement dans la persistance de mentalités traditionnelles. Elle conçoit donc le développement comme un processus constitué de plusieurs étapes qui part de la tradition vers la modernité¹⁷. La théorie la plus répandue dans cette perspective théorique portée par plusieurs auteurs est celle de Rostow¹⁸. Elle aura une influence pratique en inspirant aussi bien des pays du tiers-monde¹⁹ que des organisations

¹⁴ Louis Favreau, 2004, *Théories et stratégies de développement au Sud : itinéraire de 1960 à aujourd'hui*, Gatineau, Université du Québec en Outaouais.

¹⁵ Alain Touraine, 1992, « Qu'est-ce que le développement? » 42 *L'Année sociologique* 47-83.

¹⁶ Jean Ronald Legouté, 2001, « Définir le Développement : historique et dimensions d'un concept plurivoque » 1:1 *Économie politique internationale. Cahier de recherche du GRIC*.

¹⁷ Henry Bernstein, 1971, « Modernization Theory and the Sociological Study of Development » 7:2 *Journal of Development Studies* 141-60.

¹⁸ Walt Whitman Rostow, 1962, *Les étapes de la croissance économique*, Paris, Éditions du Seuil.

¹⁹ Carlo Trigilia, 2002, *Sociologie économique. État, marché et*

non gouvernementales. Rostow conçoit le développement en cinq étapes :

- La société traditionnelle. Ce type de société serait caractérisé par l'usage de technologies primitives, une économie essentiellement orientée vers l'agriculture, une production agricole entre les mains d'une poignée de propriétaires terriens et limitée à la consommation. Cette société traditionnelle favoriserait le statut quo (donc une absence de mobilité sociale) qui s'explique par des croyances fatalistes. L'on comprend que dans l'esprit de l'auteur, une telle société n'a pas encore réuni les conditions préalables à son décollage économique. Ces conditions seront donc la deuxième étape à construire.
- Les préconditions au décollage économique. Rostow donne ici l'exemple de certains pays aujourd'hui développés, comme par exemple l'Angleterre, qui, au XVIIe siècle, se caractérisait par l'usage de technologies plus innovatrices, le développement du commerce, l'avènement d'une bourgeoisie économique et l'ouverture vers des marchés extérieurs. Dans cette société, il y a forcément une transformation des valeurs. À la solidarité mécanique et au fatalisme se substituent progressivement les idées de profit et de positivisme. Mais, ce ne sont là que les bases préalables d'un décollage économique²⁰, une telle société étant encore considérée dans la thèse de Rostow comme une société traditionnelle, car elle

société dans le capitalisme moderne, Paris, Armand Colin.

²⁰ Jan Nederveen Pieterse, 1991, « Dilemmas of Development Discourse: The Crisis of Developmentalism and the Comparative Method » 22:1 *Development and Change* 5-29.

- n'a pas encore intégré l'idée de croissance économique qui serait donc la troisième étape.
- Le décollage économique. Cette étape est décrite comme celle de la croissance économique, de l'essor et de l'usage de technologies modernes à même d'aider à transformer les ressources agricoles en produits finis industrialisables. La croissance économique s'accompagne aussi de la transformation de la société où règnent de moins en moins les croyances issues de la tradition.
 - Une fois réalisée la croissance, la prochaine étape dans le schéma de Rostow est celle de son accélération. De la croissance accélérée à la phase de la maturité. Il est ici question de production à l'échelle industrielle impliquant un plus grand nombre de propriétaires, de consommateurs aux revenus nettement revus à la hausse, d'accélération du développement. Cette phase prépare celle de la consommation de masse.
 - L'étape de la consommation en masse. La fabrication de produits standardisés destinés à la consommation de masse et le développement de l'économie de service, débouchent naturellement sur un mieux être social. Cette phase consacre l'entrée dans la société moderne.

En opposition à ce modèle, va se développer celui dit de la révolution et de la dépendance.

2.2 Modèle de la révolution et de la dépendance

Considéré comme l'antithèse du modèle de la modernisation, le schéma théorique prévu par les chercheurs de ce courant est très largement fondé sur la dénonciation du système capitaliste qui a vocation à s'internationaliser. Ici, l'on va situer les causes du sous-développement ou du non développement dans ce que l'on

nomme l'impérialisme et ses complices. Les grands pays capitalistes et, notamment, les États-Unis vont constituer le centre qui considère le reste, principalement le tiers-monde, comme une périphérie destinée à recevoir des biens de consommations fabriqués, tout en étant un lieu d'exploitation et d'extraction des ressources naturelles dont elle dispose. Il est clair alors dans cette perspective qu'il ne pourrait y avoir de développement sans révolution, pour reprendre le pouvoir et réorganiser l'économie au profit du peuple. En suivant le modèle de productivité proposé par le monde occidental, on aboutit non pas au développement mais au « développement du sous-développement »²¹. Ce courant de pensée regroupe plusieurs chercheurs qu'on aurait tort de considérer comme un tout homogène, tant une analyse plus approfondie et plus fine de leurs productions intellectuelles laisserait percer des nuances²². S'ils partagent une sorte de rattachement idéologique marxiste-léniniste et posent généralement le même diagnostic, les solutions pratiques qu'ils envisagent peuvent diverger, au-delà d'une simple « déconnexion » (notion avancée par Samir Amin) des économies du Sud avec le centre capitaliste²³.

C'est cette diversité à l'intérieur d'un même courant que souligne Pierre Baudet qui estime que la théorie de la dépendance se répartit entre plusieurs « écoles »²⁴ :

²¹ André Gunder Frank, 1972, *Le développement du sous-développement. L'Amérique latine*, Paris, Maspéro.

²² Daniel Pécault, 1985, « Sur la Théorie de la Dépendance » 4 *Cahiers des Amériques Latines* 55-67.

²³ Parmi les auteurs les plus connus de ce courant, on note : Samir Amin, Sergio Bagú, André Gunder Frank, Fernando Henrique Cardoso, Celso Furtado et Christian Palloix.

²⁴ Voir aussi les travaux d'Herrera.

L'école brésilienne autour de Furtado et de Cardoso constatent l'échange inégal, mais ils estiment que la croissance économique est quand même possible au sud, en dépit des liens de dépendance. La thèse opposée est proposée par André Gunder Frank qui estime que rien n'est possible dans le contexte de la dépendance. Le système n'est pas réformable, d'où la seule conclusion logique : il faut briser ce système ou au moins s'en sortir. L'intégration du Sud dans un système mondial dominé par le capitalisme du Nord ne peut briser le cercle vicieux de la dépendance et de la pauvreté²⁵.

L'auteur parle de « formes radicales » et de formes « modérées » de ce modèle de la dépendance qui aura dominé le débat politique et intellectuel au cours des années 70.

Il apparaît qu'historiquement, ce modèle a petit à petit perdu de son attrait, desservi probablement par l'expérience douloureuse des régimes dits socialistes ou communistes dans les pays du tiers-monde. Une expérience caractérisée par la centralisation de l'économie entre les mains d'États qui briment les libertés.

Sur les marges de ces modèles, émergent d'autres qui n'ont pas eu le même retentissement et ont moins suscité de controverses et de polémiques dans le monde académique ou scientifique.

²⁵ Pierre Beaudet, 2013, « Les théories de la dépendance », p. 3 [Non publié].

2.3 Autres modèles de développement : l'adaptation à des conjonctures

Le début des années 1980 va donc consacrer l'emprise des institutions financières internationales sur les économies du tiers-monde, notamment, celle des pays africains où la nouvelle formule expérimentée est celle dite des ajustements structurels. L'on comprend qu'il est surtout ici de favoriser et d'encourager la compétitivité.

Le modèle dit de la compétition

Dans cette perspective théorique, l'on situe les causes du sous-développement ou du non-développement dans la logique politique et bureaucratique des États. Naturellement, pour inverser cette tendance, l'on définit le développement comme un processus de démocratisation de la vie politique et sociale qui va se concrétiser par une plus grande ouverture de l'économie à l'initiative privée, à la rationalisation des dépenses (favoriser les investissements rentables et réduire les dépenses sociales, réduire les budgets affectés à des secteurs non immédiatement porteurs comme l'éducation, la santé et bien sûr de la culture). L'objectif est de consolider les bases macro-étatiques pour permettre aux États de faire face au lourd fardeau de la dette et déléguer certaines de ses prérogatives à l'initiative privée. Une économie ouverte à la concurrence suppose un rôle moindre de l'État. Telle est la conception des politiques d'ajustement structurel dont le respect obligatoire a coupé les États africains de leurs bases sociologiques de légitimation habituellement entretenues par de gros investissements dans les secteurs sociaux. Les économies des pays sous-développés et principalement de l'Afrique étaient donc, durant ces années 80, sous perfusion des Institutions financières internationales (Banque Mondiale et Fonds monétaire international). Ces institutions ont dépossédé

les dirigeants africains de leur souveraineté économique et ont dicté leur desiderata²⁶. Les pays de la zone CFA ont subi la plus grande dévaluation de leur monnaie (50%) au milieu des années 90.

Les conséquences socialement désastreuses de ces ajustements structurels vont déséquilibrer beaucoup de pays qui connaissent des vagues de contestation sociale contribuant à délégitimer les pouvoirs en place. C'est dans ce contexte que se tiendra le sommet de la Baule (rencontre entre la France et les pays africains) en 1989, au cours duquel le président français, François Mitterrand somme les États africains de s'engager dans des processus de démocratisation, à l'instar des anciens pays communistes de l'Est européen. Cela, bien sûr, après la chute du mur de Berlin en 1989 qui consacre selon le mot du philosophe américain d'origine japonaise, Francis Fukuyama²⁷, la fin du monde, autrement dit, la fin définitive du communisme et la victoire définitive du capitalisme dans ses déclinaisons économique et politique. Un optimisme fondé sur une croyance aveugle au processus d'homogénéisation culturelle qui accompagne la mondialisation économique libérale²⁸. Fukuyama avait réellement sous-estimé les capacités de résistance culturelle de pays et de populations peu préparées à accepter le modèle de l'*American way of life*, et prêtes à rejeter toute entreprise d'homogénéisation culturelle, parfois même avec violence. Son optimisme tranchait avec le pessimisme froid d'un autre américain, Samuel

²⁶ Voir Béatrice Hibou, 1998, « Banque Mondiale : les méfaits du catéchisme économique. L'exemple de l'Afrique subsaharienne » 71 *Politique Africaine* 58-74.

²⁷ Francis Fukuyama, 2009, *La fin de l'histoire et le dernier homme*, Paris, Flammarion.

²⁸ Voir Jean-Marie Guéhenno, 1999, « Américanisation du monde ou mondialisation de l'Amérique » 64:1 *Politique étrangère* 7-20.

Huntington, qui préféra parler de « choc des civilisations », en opposant de façon irréductible, par exemple, la culture judéo-chrétienne occidentale à celle arabo-musulmane²⁹. Pour ce dernier, les peuples se regroupent par affinités culturelles et les nouvelles barrières sont de nature culturelle (religieuses, ethniques, intellectuelles). L'expression de ces différences est plus violente que celle que laissait craindre l'opposition idéologique de la période de guerre froide entre les camps capitaliste et communiste. Entre ces deux conceptions opposées, il faut souligner l'apport d'un autre auteur américain, Joseph Nye, qui estime qu'on est passé, après la chute du mur de Berlin et la dislocation de l'empire soviétique, au temps du « *soft power* » qui serait une sorte d'« attrait » culturel exercé par le camp occidental, notamment les États-Unis, sur le reste du monde, en faisant moins usage de la force (« *hard power* »), mais en comptant sur le potentiel de diffusion et de séduction des techniques de communication et des produits culturels qui promeuvent l'« *American way of life* »³⁰.

C'est en poursuivant cette logique de bouillonnement des idées après les ruptures historiques induites par l'échec des expériences communistes, qu'apparaît le modèle dit de la démocratie au début des années 90.

Le modèle de la démocratie

Si les politiques libérales strictement économiques n'ont pas produit les résultats escomptés, c'est parce qu'elles n'ont pas connu la même résonance au plan politique, semblent dire les tenants de ce modèle. On redéfinit donc

²⁹ Samuel Huntington, 2000, *Le choc des civilisations*, Paris, Odile Jacob.

³⁰ Joseph S. Jr. Nye, 1993, « Le leadership américain. Quand les règles du jeu changent » 58:2 *Politique Étrangère* 477-78.

le développement comme un processus de réarticulation avec les cultures, les traditions locales. Le modèle se saisit de la critique de l'imposition de schémas importés et décalés avec les réalités culturelles et encourage une ouverture démocratique qui tienne compte des spécificités, qui suit le rythme adapté à des logiques locales. Autrement dit, on tropicalise la démocratie. C'est ainsi que s'ouvre l'ère des conférences nationales qui impliquaient tous les secteurs représentatifs de la société (politiques, organisations de la société civile, autorités religieuses) afin de poser les bases d'un État de droit. Ces conférences se sont tenues au courant des années 90 dans plusieurs pays africains, avec des succès dans certains États présentés par la suite comme des modèles de transition démocratique (Bénin, Mali). Les élections qui en découlèrent permirent l'émergence d'autorités à la légitimité plus renforcée. L'aide internationale était désormais conditionnée à ces ouvertures démocratiques. On a semblé alors trouver la jonction « magique » entre l'économie libérale et la démocratie institutionnalisée qui permet autant la croissance économique que l'émergence de contradictions, de conflits, désormais vidés dans les instances de délibération démocratiques et par le biais des mouvements sociaux renforcés dans leur capacité de mobilisation et d'expression.

À l'analyse, il apparaît que les attentes furent très élevées par rapport aux résultats attendus. Il est venu s'ajouter aux attentes déçues, un nouveau phénomène marquant la fin des années 90 et le début des années 2000 : la mondialisation (un grand marché ouvert au monde et favorisé par la dérégulation et la déréglementation). La mondialisation libérale semble de plus en plus traduire une vision uniforme du monde caractérisée par l'isolement des cultures locales menacées de disparition. Les opinions et analyses divergent sur les conséquences de la mondialisation. Toujours est-il, qu'elle a eu le don de

réveiller les vieilles revendications de justice, d'égalité dans le contexte de développement³¹, auxquelles il fallait désormais ajouter celles de pluralisme culturel, d'exception culturelle puis de diversité culturelle. L'UNESCO va encore se distinguer dans ce combat historique dont l'aboutissement final sera la convention sur la diversité culturelle.

À l'heure où l'on parle des principes quasi révolutionnaires contenus dans la CDEC, il nous semble important, dans une approche diachronique, de s'arrêter sur des résolutions fortes de l'UNESCO exprimées dans le passé et qui sont toutes aussi actuelles et symboliques à l'ère de la mondialisation libérale, et dans un contexte de développement exponentiel des technologies de l'information et de la communication. Déjà, en 1982, l'UNESCO rappelait que :

Les progrès technologiques de ces dernières années ont entraîné l'essor des industries culturelles. Quelle que soit leur organisation, celles-ci jouent un rôle important dans la diffusion des biens culturels. Dans leurs activités internationales, cependant, elles méconnaissent souvent les valeurs traditionnelles de la société, et suscitent des espoirs et des aspirations qui ne correspondent pas aux besoins réels de son développement. D'autre part, l'absence, surtout dans les pays en développement, d'industries culturelles nationales peut

³¹ Amartya Sen, 2000, *Un Nouveau modèle économique : développement, justice, liberté*, Paris, Éditions Odile Jacob.

entraîner dépendance culturelle et aliénation³².

Il résultait de cette conception la nécessité de corrélérer l'adoption des technologies nouvelles avec les besoins réels de développement de chaque pays : c'est-à-dire, implanter des industries culturelles dans les pays où elles font défaut, mais en veillant dans tous les cas à ce que la production et la diffusion des biens culturels répondent aux besoins du développement global de chaque société. L'UNESCO rappelait ainsi, bien avant les travaux de la Commission McBride³³ sur le déséquilibre mondial de l'information, que les techniques nouvelles de production et de communication devaient être utilisées « de façon à les mettre au service d'un authentique développement individuel et collectif et à favoriser l'indépendance des nations en préservant leur souveraineté »³⁴.

Avec ce rappel du combat historique mené par l'UNESCO sur le plan culturel, il convient de retenir que l'adoption de la CDEC est le fruit d'un long combat au soubassement idéologique. Il s'est toujours agi, en fait, pour l'organisation onusienne dédiée à la promotion de l'éducation, de la science et de la culture, d'opposer à la mondialisation libérale capitaliste, une alternative à dimension « humaine » qui vise à extraire du processus de marchandisation économique, les biens culturels, afin de préserver les identités et la diversité culturelle des peuples du monde entier.

Ces questions ont ressurgi avec beaucoup d'aplomb au courant des années 2000 dans un contexte marqué, comme nous le disions supra, au niveau politique, par

³² UNESCO, *supra* note 3, « Principe 38 ».

³³ UNESCO, MacBride, *supra* note 10.

³⁴ UNESCO, *supra* note 3, « Principe 40 ».

l'effondrement du communisme et le triomphe de la démocratie libérale, au niveau technologique, par l'avènement d'Internet et le développement exponentiel des technologies de l'information (l'entrée dans une ère dite numérique ou la société en réseaux³⁵), et au niveau économique par la mondialisation libérale avec l'accroissement des inégalités entre un Nord de plus en plus riche et un Sud de plus en plus pauvre³⁶.

C'est donc dans ce contexte de très fortes revendications sur fond d'égalité économique, de justice sociale, de respect des spécificités culturelles, que nous avons voulu situer une étude cas réalisée sur le Fonds de solidarité numérique (FSN). Le Fonds de solidarité numérique est donc une proposition concrète issue du Sommet mondial sur la société de l'information (SMSI) dans ses deux phases tenues à Genève en 2003 et à Tunis en 2005. Le constat de départ, c'est que les porteurs du projet de fonds de solidarité numérique (les chefs d'État africains, avec à leur tête l'ancien président sénégalais, Abdoulay), présentaient celui-ci comme un mécanisme en rupture avec la conception de l'aide publique au développement telle que prônée par les institutions financières internationales (Banque Mondiale et Fonds monétaire international). Il s'agissait donc, pour eux, d'un nouveau paradigme dans le champ du développement international. Cela, d'autant plus que pour une fois, l'initiative venait du Sud lui-même. Au problème qu'était donc la fracture numérique, ils proposaient une thérapeutique nommée « solidarité numérique ».

³⁵ Voir Manuel Castells, 1998, *La société en réseaux, Tome 1. L'ère de l'information*, Paris, Fayard.

³⁶ Voir Joseph E. Stiglitz, 2002, « Chapitre 3. Liberté de choisir? », dans Joseph Stiglitz, *La grande désillusion*, Paris, Fayard, p. 85-126.

3. Vers un nouveau paradigme qui associe développement, communication et identité culturelle

Construire un nouveau paradigme qui associe développement, communication et identité culturelle suppose quelques hypothèses que nous déclinons ici une à une:

- C'est admettre d'abord le rôle supposé primordial de la culture dans le développement;
- C'est admettre ensuite que l'appropriation d'un modèle culturel à des fins de développement n'est jamais neutre;
- C'est admettre aussi que le débat entre développement endogène et développement exporté est réactualisé par la question de l'association entre développement et identité culturelle;
- C'est souligner, par ailleurs, que l'importation des technologies de communication à des fins de développement devrait se faire en fonction des besoins spécifiques exprimés par les pays du Sud;
- C'est admettre enfin que les différences de perception culturelle se reproduisent. Donc, *in fine* un débat idéologique.

Mais, a-t-on conscience dans les pays sous-développés du soubassement idéologique des combats culturels? Ce sont ces questions qui étaient le soubassement théorique du programme de recherche que nous avons développé sur l'initiative du Fonds de solidarité numérique. Il s'agissait pour nous d'analyser le processus de légitimation historique de la solidarité numérique dans les champs du

développement et de la communication³⁷. En faisant la genèse de ce processus, nous voulions aussi voir a posteriori quels projets étaient financés par le FSN et de créer nous-même des instruments de mesure de leur potentiel de développement. Paradoxalement, de toutes les hypothèses que posait cette étude, celle à laquelle nous croyions le plus était la plus funeste. Elle envisageait dans un horizon de 4 ans, la disparition du FSN. Nous postulions que le FSN portait les germes de sa disparition, parce qu'il y avait sinon quelque chose d'antinomique, du moins quelque chose de dissonant entre un Fonds privé porté par des États du Sud et présenté comme une rupture dans le champ du développement international, et la volonté de ses promoteurs de solliciter ces mêmes instruments de financements internationaux pourtant présentés comme des « ennemis » du développement au terme de 40 ans de politiques d'aide publique au développement?³⁸.

³⁷ Ndiaga Loum, 2009, « Les discours sur les NTIC et le développement dans les pays du Sud : le piège récurrent de l'émancipation par le haut », dans Gaëtan Tremblay, dir., *L'émancipation hier et aujourd'hui, perspectives françaises et québécoises*, Québec, Presses de l'Université du Québec, p. 213-24; 2009, « Questionner la solidarité numérique : une tentative de construction théorique », dans Christian Agbobli, dir., *Quelle communication pour quel changement : les dessous du changement social*, Québec, Presses de l'Université du Québec, p. 127-42; 2008, « La participation africaine à la société de l'information : pour une théorie critique », dans Éric George et Fabien Granjon, dir., *Critiques de la société de l'information*, Paris, L'Harmattan, p. 89-103.

³⁸ Ndiaga Loum, 2011, « Du droit à la communication à la solidarité numérique: questions récurrentes dans des contextes idéologique, politique, économique, technique différents », dans Alain Kiyiundu et Rocio Amador Bautista, dir., *Nouveaux espaces de partage des savoirs. Dynamiques des réseaux et politiques publiques*, Paris, L'Harmattan, p. 165-80; 2010, « La solidarité numérique analysée sous le double prisme de la communication et du développement

Le FSN a disparu avant la fin de notre étude en 2011. Mais, les questions autour d'un paradigme qui associe développement et culture dans un contexte d'évolution accélérée des technologies de l'information et de la communication portée par la mondialisation libérale, demeurent.

Comment, donc, les problèmes se posent-ils dans le contexte du « tout numérique »? Les nouvelles plateformes techniques d'expressions culturelles renouvèlent-elles les questionnements anciens des critiques de la culture de masse comme celles des théories sur les industries culturelles, ou les rendent-elles caduques? Est-ce que la technique apaise les oppositions idéologiques sur les thèmes de l'impérialisme culturel, de la diffusion latente des valeurs d'une classe dominante, de l'homogénéisation, etc.?

Si l'on est dans une perspective résolument critique comme Mattelart³⁹, la question serait de savoir si ce que l'on nomme la mondialisation de la culture n'est pas le symbole du processus général de dépersonnalisation et de dénationalisation? Et on se demanderait, en filigrane, si les technologies de l'information et de la communication, malgré leur potentiel de diffusion et de dissémination des cultures et les discours qui les accompagnent, ne sont pas finalement l'idéologie propre à un processus de déculturation des dominés⁴⁰?

international », *Actes du XVIIe Congrès de la Société française des sciences de l'information et de la communication (SFSIC)*, p. 130-37.

³⁹ Armand Mattelart, 2006, *Diversité culturelle et mondialisation*, Paris, La Découverte.

⁴⁰ Voir aussi Armand Mattelart, 2008, *La mondialisation de la communication*, Paris, Presses Universitaires de France, Collection Que sais-je?

Si l'on est dans une perspective, disons pas optimiste mais relativiste ou modérée, comme celle de Warnier⁴¹, par exemple, on se demanderait si l'humanité, aujourd'hui comme autrefois, ne reste pas une machine à fabriquer de la différence, des clivages, du quant à soi, de la distinction des clans, de parlers, de résidences, de pays, de fractions politiques, de régions, d'idéologies, de religions?

Entre ces deux questionnements extrêmes, on grefferait un questionnement intermédiaire, comme celui de Paul Rasse, par exemple, qui consisterait à voir concrètement si la diversité apparente des arbres ne cache pas une forêt où quelques essences au développement hégémonique réduisent dangereusement la biodiversité culturelle⁴²?

Une fois dépassé le questionnement théorique, dans quelle perspective épistémique et avec quelle démarche méthodologique devrait-on aborder les problématiques qui associent développement et culture à l'ère du tout numérique? Il nous semble qu'une telle étude ne peut se faire sans s'appuyer sur ce que nous nommons le paradigme de l'interdisciplinarité⁴³. En marge de ces questions, reste celle de la régulation⁴⁴. À qui appartient le pouvoir souverain de réguler à l'ère du numérique? Si c'est encore l'État, comment peut-il le faire dans un environnement qui ignore les frontières? Si chaque État a

⁴¹ Jean-Pierre Warnier, 2008, *La mondialisation de la culture*, Paris, La Découverte.

⁴² Paul Rasse, Midol, Nancy et Fathi Triki, dir., 2002, *Unité-Diversité, Les identités culturelles dans le jeu de la mondialisation*, Paris, L'Harmattan.

⁴³ Ndiaga Loum, 2014, « Paradigme de l'interdisciplinarité, communication et développement international » 4 *Revue Française des sciences de l'information et de la communication* 1-14.

⁴⁴ Ndiaga Loum, 2015, « Repenser la régulation de l'information en ligne : nouveaux défis et nouvelles approches théoriques » 2 *Revue Africaine de communication* 157-68.

le pouvoir souverain de réguler, comment en assurer l'efficacité dans un environnement où les véritables souverains sont les gestionnaires de réseaux et les usagers?

Bibliographie

- Atladotir, Kristin, Martin Kretschmer et Ruth Towse. 2014. « Artists, authors' rights and copyrights » dans Ruth Towse et Christian Handke, dir., *Handbook on the Digital Creative Economy*, Cheltenham, Edward Elgar, 274-83.
- Beaudet, Pierre. 2013. « Les théories de la dépendance ». En ligne : http://www.defisdvm.com/uploads/3/0/7/7/30773905/les_theories_de_la_dependance.pdf.
- Bernstein, Henry. 1971. « Modernization Theory and the Sociological Study of Development » *7:2 Journal of Development Studies* 141-60.
- Castells, Manuel. 1998. *La société en réseaux, Tome 1. L'ère de l'information*, Paris, Fayard.
- Convention pour la promotion et la protection de la diversité des expressions culturelles*. 2005. 2440 RTNU 311.
- Favreau, Louis. 2004. *Théories et stratégies de développement au Sud : itinéraire de 1960 à aujourd'hui*, Gatineau, Université du Québec en Outaouais.
- Fukuyama, Francis. 2009. *La fin de l'histoire et le dernier homme*, Paris, Flammarion.
- Guéhenno, Jean-Marie. 1999. « Américanisation du monde ou mondialisation de l'Amérique » *64:1 Politique étrangère* 7-20.
- Gunder Frank, André. 1972. *Le développement du sous-développement. L'Amérique latine*, Paris, Maspéro.
- Herrera, Rémy. 2001. « Les théories du système mondial capitaliste » dans Jacques Bidet et Eustache Kouvelakis,

- dir., *Dictionnaire Marx Contemporain*, Paris, Presses Universitaires de France, p. 201-221.
- Hibou, Béatrice. 1998. « Banque Mondiale : les méfaits du catéchisme économique. L'exemple de l'Afrique subsaharienne » 71 *Politique Africaine* 58-74.
- Huntington, Samuel. 2000. *Le choc des civilisations*, Paris, Odile Jacob.
- Legouté, Jean Ronald. 2001. « Définir le Développement : historique et dimensions d'un concept plurivoque » 1:1 *Économie politique international. Cahier de recherche du GRIC*. En ligne : <<http://www.er.uqam.ca/nobel/ceim/gricpdf/legoute%5B1%5D.pdf>>.
- Loum, Ndiaga. 2015. « Repenser la régulation de l'information en ligne : nouveaux défis et nouvelles approches théoriques » 2 *Revue Africaine de communication* 157-68.
- Loum, Ndiaga. 2014. « Paradigme de l'interdisciplinarité, communication et développement international » 4 *Revue Française des sciences de l'information et de la communication*. En ligne : <<http://rfsic.revues.org/961>>.
- Loum, Ndiaga. 2011. « Du droit à la communication à la solidarité numérique : questions récurrentes dans des contextes idéologique, politique, économique, technique différents » dans Alain Kiyiundu et Rocio Amador Bautista, dir., *Nouveaux espaces de partage des savoirs. Dynamiques des réseaux et politiques publiques*, Paris, L'Harmattan, p. 165-80.
- Loum, Ndiaga. 2010. « La solidarité numérique analysée sous le double prisme de la communication et du développement international » *Actes du XVIIe Congrès de la Société française des sciences de l'information et de la communication (SFSIC)*, p. 130-37. En ligne : <<http://www.sfsic.org/index.php/services-190/telechargements/17eme-congres/292-actes-du-17eme-congres-de-la-sfsic-2010-dijon/file>>.

- Loum, Ndiaga. 2009. « Les discours sur les NTIC et le développement dans les pays du Sud : le piège récurrent de l'émancipation par le haut » dans Gaëtan Tremblay, dir., *L'émancipation hier et aujourd'hui, perspectives françaises et québécoises*, Québec, Presses de l'Université du Québec, p. 213-24.
- Loum, Ndiaga. 2009. « Questionner la solidarité numérique : une tentative de construction théorique » dans Christian Agbobli, dir., *Quelle communication pour quel changement : les dessous du changement social*, Québec, Presses de l'Université du Québec, p. 127-42.
- Loum, Ndiaga. 2008. « La participation africaine à la société de l'information : pour une théorie critique » dans Éric George et Fabien Granjon, dir., *Critiques de la société de l'information*, Paris, L'Harmattan, p. 89-103.
- Mattelart, Armand. 2008. *La mondialisation de la communication*, Paris, Presses Universitaires de France, Collection Que sais-je?
- Mattelart, Armand. 2006. *Diversité culturelle et mondialisation*, Paris, La Découverte.
- Nye, Joseph S. Jr. 1993. « Le leadership américain. Quand les règles du jeu changent » 58:2 *Politique Étrangère* 477-78.
- Ongba, Richard Laurent. 2002. « Identité culturelle, civilisation de l'universel et mondialisation » dans Marcelin Vounda Etoa, dir., *Le siècle de Senghor. Actes du colloque sur Senghor*, Yaoundé, Presses Universitaires de Yaoundé. En ligne : <http://biblio.critaoui.auf.org/104/01/Microsoft_Word_-_Richard_Laurent_Omga.pdf>.
- Onana, Jean-Baptiste. 1997. « De la relation entre la culture et développement : leçons asiatiques pour l'Afrique » 63 *Politique Africaine* 96-111. En ligne : <<http://www.politique-africaine.com/numeros/pdf/068096.pdf>>.
- Pécault, Daniel. 1985. « Sur la Théorie de la Dépendance » 4 *Cahiers des Amériques Latines* 55-67. En ligne :

- <http://www.iheal.univ-paris3.fr/sites/www.iheal.univ-paris3.fr/files/Cal_004.pdf>.
- Pieterse, Jan Nederveen. 1991. « Dilemmas of Development Discourse: The Crisis of Developmentalism and the Comparative Method » 22:1 *Development and Change* 5-29. En ligne : <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-7660.1991.tb00401.x/pdf>>.
- Rasse, Paul, Nancy Midol et Fathi Triki, dir. 2002. *Unité-Diversité, Les identités culturelles dans le jeu de la mondialisation*, Paris, L'Harmattan.
- Rostow, Walt Whitman. 1962. *Les étapes de la croissance économique*, Paris, Éditions du Seuil.
- Sen, Amartya. 2000. *Un Nouveau modèle économique : développement, justice, liberté*, Paris, Éditions Odile Jacob.
- Senghor, Léopold Sédar. 1964. *Liberté I : Négritude et humanisme*, Paris, Éditions du Seuil.
- Senghor, Léopold Sédar. 1971. *Liberté II : Nation et voie africaine du socialisme*, Paris, Éditions du Seuil.
- Senghor, Léopold Sédar. 1977. *Liberté III : Négritude et civilisation de l'universel*, Paris, Éditions du Seuil.
- Stiglitz, Joseph E. 2002. « Chapitre 3. Liberté de choisir? » dans Joseph Stiglitz, *La grande désillusion*, Paris, Fayard, p. 85-126.
- Touraine, Alain. 1992. « Qu'est-ce que le développement? » 42 *L'Année sociologique* 47-83.
- Trigilia, Carlo. 2002. *Sociologie économique. État, marché et société dans le capitalisme moderne*, Paris, Armand Colin.
- UNESCO, Commission internationale d'étude des problèmes de la communication. 1980. *Voix multiples, un seul monde, Communication et société, aujourd'hui et demain*, Rapport sous la présidence de Sean MacBride, Paris, La Documentation Française, UNESCO / Dakar, Nouvelles éditions africaines.

UNESCO. 6 août 1982. *Déclaration de Mexico sur les politiques culturelles*, Conférence mondiale sur les politiques culturelles, Mexico du 26 juillet au 6 août 1982.

Wallerstein, Immanuel. 1982. « Le développement du concept de développement » 14:2 *Sociologie et sociétés* 133-42.

Warnier, Jean-Pierre. 2008. *La mondialisation de la culture*, Paris, La Découverte.

Diversité culturelle à l'ère du numérique : De la diversité à la fracture créative

Alain Kiyindou¹

Introduction

L'article se structure autour de trois concepts qui interpellent à savoir la diversité culturelle, le numérique et la fracture créative. Il s'agit donc de croiser la réflexion sur la diversité culturelle et la nouvelle donne de diffusion et de production culturelles que représente l'avènement du numérique tout en faisant ressortir ce qui pourrait être comme une fracture entre les différents acteurs, mais aussi dans les contenus voire les dispositifs utilisés.

¹ Alain Kiyindou est professeur en sciences de l'information et de la communication à l'Université Bordeaux-Montaigne et titulaire de la chaire UNESCO Pratiques émergentes des technologies et communication pour le développement. Responsable de l'axe Média du laboratoire Médiation, information, communication et art (MICA) de l'Université Bordeaux-Montaigne et directeur de publication de la revue Technologies, communication et développement, M. Kiyindou a assumé, jusqu'en 2012 la présidence de la société française des sciences de l'information et de la communication, dont il est actuellement le président d'honneur. Également expert permanent à la Commission nationale française pour l'UNESCO, ses domaines de recherche portent sur les TIC et le développement, la culture et la mondialisation, les médias africains, ainsi que la diversité culturelle et le numérique.

Sur un plan institutionnel, cette réflexion s'appuie à la fois sur les discours qui accompagnent la *Convention de l'UNESCO pour la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles*² et le Sommet mondial sur la société de l'information (SMSI).

La Conférence générale de l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO), réunie à Paris du 3 au 21 octobre 2005 pour sa 33e session, a affirmé que la diversité culturelle est une caractéristique inhérente à l'humanité, qu'elle constitue un patrimoine commun de l'humanité et qu'elle devrait être célébrée et préservée au profit de tous. Un lien est d'ailleurs établi entre la diversité culturelle, la démocratie, la tolérance, la justice sociale et le respect mutuel entre les peuples et les cultures. Le SMSI a intégré dans ses grandes orientations la diversité culturelle et linguistique, qui, selon le Plan d'action élaboré à cet effet, constitue un facteur important du développement durable.

Il est donc question ici d'élaborer des politiques qui encouragent le respect, la préservation, la promotion et le renforcement de la diversité culturelle et linguistique et du patrimoine culturel dans le contexte de la société de l'information ; de soutenir les efforts visant à développer et à utiliser les technologies de l'information et de la communication (TIC) pour la préservation de notre patrimoine naturel et culturel ; de fournir des contenus adaptés à la culture et à la langue de chacun ; de développer, au niveau local, les capacités de création et de diffusion, d'une part de logiciels dans les langues locales, d'autre part de contenus adaptés aux différentes catégories de la population, y compris les analphabètes, les

² *Convention pour la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles*, 2005, 2440 RTNU 311.

handicapés, les catégories défavorisées ou vulnérables, en particulier dans les pays en développement et dans les pays à économie en transition.

Sur le plan théorique, la question de la culture à l'ère du numérique réactualise les travaux de l'école de Francfort (notamment sur les industries culturelles) et les *Cultural Studies*. Mais l'article se situe plutôt dans la série des travaux sur la question de la fracture numérique, qui sont à approcher dans la perspective de la communication pour le développement tel que développé par Nora Québral, puisqu'il s'agit avant tout ici de penser l'expression, l'épanouissement des populations.

Plusieurs points peuvent donc être abordés à savoir : l'expression des identités singulières, la construction de soi et les stratégies mobiles de personnalisation, l'exposition et surexposition de soi, la fracture expressive, la promotion et protection des cultures, la diversité culturelle, la fracture culturelle, la fracture générationnelle, la culture de paix ou de violence, de responsabilité, de citoyenneté, et du vivre ensemble. Ces différentes entrées peuvent être notamment dans le champ des Sciences de l'information et de la communication observées à travers le rapport offre et besoin d'information, effets des médias, échange inégal des flux.

Si jusque là nos travaux ont traité de la fracture numérique, le passage à la notion de fracture créative tend à souligner la place de la créativité, donc de l'innovation et de l'imaginaire, dans la nouvelle donne, avec les incidences économiques et sociales que cela suppose. En gros, la réflexion s'articule autour de la question de savoir comment cette nouvelle donne bouleverse l'espace social et creuse ou annihile les écarts dans l'expression des cultures. Cette réflexion est importante pour deux raisons particulières. La première est que nous nous situons

actuellement dans la société dite créative. La deuxième est liée au terrain que nous explorons, le terrain africain.

1. L'Afrique est un terrain particulier pour le numérique

Les acteurs des technologies de l'information et de la communication ont bien mesuré l'enjeu que constitue le continent africain, un espace qui connaît une évolution démographique rapide (qui pourrait atteindre 2,5 milliards d'habitants d'ici 2030), avec des institutions politiques qui se stabilisent peu à peu et une croissance économique annuelle de plus de 5 % (pour 0,3 % en France). Sur le plan des technologies de l'information et de la communication, les chiffres sont aussi alléchants : le taux de pénétration du mobile dépasse les 80 % et la fibre optique est en cours de déploiement. Ces opportunités attirent de nouveaux opérateurs comme l'Inde et la Chine (deuxième partenaire commercial du continent après les États-Unis avec 10,6 % des échanges globaux). De nombreux opérateurs télécoms et équipementiers locaux ou internationaux (MTN, Orascom Télécom, Orange, Vodaphone, Barthelemy Airtel, Alcatel-Lucent) ont investi en Afrique, à commencer par les câbles sous-marins et la fibre optique. Ils sont aussi très présents sur les réseaux mobiles où la concurrence est parfois rude.

2. L'Afrique est une terre de culture

Sur le plan culturel, les pays du Sud ont largement subi l'influence des pays dits « occidentaux ». En effet, « pendant quatre cents ans, les relations entre cultures se sont très largement résumées à la domination de l'occident sur les autres sociétés. Pour le monde entier, la culture occidentale allait devenir la référence tant au plan matériel

qu'au plan intellectuel »³. Les industries culturelles, qui se sont fortement développées ces dernières années, « visent à fabriquer des comportements de consommation. Leur objectif principal n'est pas lié à la culture, au sens traditionnel du terme, mais au développement de la consommation d'objets à durée limitée »⁴. Cette domination comme le souligne Bourdieu, s'explique aussi par la « bonne volonté culturelle » des populations dominées, leur habitus aurait incorporé la supériorité de l'Occident; d'où un aveuglement structurel de ces populations par rapport à leur propre situation de dominées⁵. Produit de l'histoire, l'habitus assure la présence active des expériences passées, ce « passé qui survit dans l'actuel et qui tend à se perpétuer dans l'avenir en s'actualisant dans des pratiques structurées selon ses principes »⁶.

Les stratégies des grands groupes de communication, constate García Canclini :

rendent possible, grâce à leur expansion mondiale, la mise en rapport du plus grand nombre avec les répertoires multiculturels. Mais les technologies d'enregistrement et de reproduction qui nous rendent proche des styles lointains, nous les font trop facilement accessibles parce que soumis à un goût normalisé : la percussion d'une

³ Pierre Dupriez et Solange Simons, 2000, *La résistance culturelle : fondements, applications et implications du management culturel*, Bruxelles, De Boeck Université, p. 263.

⁴ Bruno Olivier, 2007 *Les sciences de la communication : théories et acquis*, Paris, Armand Colin, p. 147.

⁵ Pierre Bourdieu, 1979, *La Distinction : Critique sociale du jugement*, Paris, Éditions de Minuit.

⁶ Pierre Bourdieu, 1980, *Le sens pratique*, Paris, Éditions de minuit, p. 91.

batterie d'école de Samba ou d'un orchestre de Salsa produit un son chaque jour davantage semblable à celui des timbales d'un orchestre symphonique et à celui des tambours d'un groupe de musique religieuse africaine ou indonésienne⁷.

Mais au-delà de ces malheurs, les pays du Sud ont réussi un développement culturel dont la reconnaissance a été tardive. Les villes de Gao, Djenné, les statuettes Loubas, les épopées mandingues, le jazz ou le reggae en sont des exemples.

Hortense Volle met en exergue les liens naturels entre Technologies de l'information et de la communication et artisanat en montrant que : « L'Afrique, dans son identité profonde, est principalement immatérielle. Elle ne fixe pas sa mémoire par des textes. Elle met l'accent sur le visuel, l'audiovisuel, le plastique. Ainsi, contrairement à ce qui a été développé, l'Afrique n'est ni orale, ni écrite. Elle est plastique »⁸.

Tout comme la religion et la langue, l'art reste une des expressions les plus hautes de la culture d'un peuple. Il exprime la vie du peuple, sa manière d'être, sa vision du monde. Quand on évoque l'art africain, on pense aux créations esthétiques comme la danse, la musique, la sculpture, la peinture, le théâtre. Dans l'ancienne Afrique, l'art servait de lien entre le sacré et le profane, entre les vivants et les ancêtres, entre l'homme et le Transcendant.

⁷ Nestor Garcías Canclini, 2000, « Cultures hybrides et stratégies communicationnelles » 28 *Hermès* 71-81, p. 79.

⁸ Hortense Volle, 2004, *La promotion de l'art africain contemporain et les N.T.I.C.*, Paris, L'Harmattan, p. 164.

Bien avant l'arrivée d'Internet, en Afrique Noire, va se développer une véritable littérature noire africaine qui, tout en s'enracinant dans la culture africaine, utilise une langue souvent différente de celle de Molière. Sony Labou Tansi, Amadou Hampaté Bâ et bien d'autres n'hésiteront pas à bousculer les conventions et à adopter des formes d'expression inédites. On peut aussi citer ces écrivains égyptiens, tels Georges Henein (1914-1973), Ahmed Rassim (1895-1958).

3. Approche conceptuelle

Trois termes sont au cœur de cet article à savoir : diversité culturelle, numérique et fracture créative.

3.1 Diversité culturelle

Si l'on veut aborder de manière distanciée la question de la diversité culturelle, la méthode la plus simple consiste à s'arrêter sur les notions de diversité et de culture.

La diversité est souvent comprise comme une disparité, une variation, une pluralité, c'est-à-dire, le contraire de l'uniformité et de l'homogénéité. Mais cette vision est aujourd'hui dépassée, puisque pour de nombreux experts, la « diversité » ne se définit pas tant par opposition à « homogénéité » que par opposition à « disparité ». Elle est synonyme de dialogue et de valeurs partagées⁹.

Cette notion nous ramène à la diversité des identités culturelles, à la promotion des expressions culturelles des minorités, à l'exception culturelle. En lien avec le

⁹ Alain Kiyindou, 2005, « Diversité culturelle », dans Alain Ambrosi, Daniel Pimienta et Valérie Peugeot, dir., *Enjeux de mots*, Paris, C&F éditions, p. 119-33.

numérique, elle peut être envisagée en termes de risques ou d'opportunités : les risques d'uniformisation, d'exclusion, de monologue d'une part, les opportunités de diversification, de partage, de dialogue d'autre part.

Concernant la culture, la définition la plus largement répandue semble être celle adoptée à la conférence Mondiacult et qui définit la culture comme cet « ensemble des traits distinctifs, spirituels et matériels, intellectuels et affectifs, qui caractérisent une société ou un groupe social »¹⁰. Dans notre discipline (Sciences de l'Information et de la Communication), cette question a été abordée sous plusieurs angles à savoir : le rapport entre offre et besoin d'information, les effets des médias, l'échange inégal des flux avec notamment la question du Nouvel Ordre Mondial de l'Information et de la Communication (NOMIC), mais aussi au travers de nouvelles problématiques telles que la gouvernance, la question des normes et standards, de plus en plus présentes dans nos réflexions.

En tous cas, la plupart des observateurs reconnaissent l'interdépendance entre la culture et la communication dans la mesure où celle-ci joue le rôle de vecteur fondamental de la culture. Les technologies de l'information et de la communication portent donc l'immense responsabilité d'une influence qui peut être bonne ou déplorable. Les débats initiés dans le cadre du NOMIC ont mis l'accent sur le fait que l'information est aussi source d'aliénation et de dépendance qui peut intervenir quand une population donnée est subordonnée à de l'information exogène¹¹. En effet, le 4^e sommet des

¹⁰ UNESCO, 6 août 1982, *Déclaration de Mexico sur les politiques culturelles*, Conférence mondiale sur les politiques culturelles (Mondiacult), Mexico du 26 juillet au 6 août 1982.

¹¹ De nombreux pays comme la Chine et la Tunisie utilisent les

pays non alignés tenu à Alger en 1973 a dénoncé l'impérialisme culturel et le monopole exercé par les pays occidentaux dans le domaine de la communication. Après avoir été saisie, l'UNESCO a confié au sénateur Sean MacBride la mission de mener une étude à ce sujet, d'où le rapport MacBride¹² qui posera ouvertement la question du déséquilibre des flux d'information. En France, de nombreux spécialistes de la communication vont se pencher sur la question, notamment Bernard Voyenne qui déclare à ce titre : « si l'information circule sur toute la planète, elle est loin de circuler équitablement dans tous les sens »¹³. La question de l'inégalité des flux d'information ressort également dans les travaux d'Armand Mattelart, notamment dans *La mondialisation de la Communication*¹⁴ où l'auteur décrit la globalisation en termes de prêt-à-porter idéologique, ainsi que dans les travaux de Bernard Miège sur les industries culturelles¹⁵. On peut également, sur le plan international, les rapprocher des travaux de Dallas Smyrthe sur la communication, le capitalisme et la voie de la dépendance au Canada¹⁶, des travaux d'Hamid Mowlana sur la

possibilités techniques dont ils disposent pour exclure certains contenus du réseau.

¹² UNESCO, Commission internationale d'étude des problèmes de la communication, 1980, *Voix multiples, un seul monde, Communication et société, aujourd'hui et demain*, Rapport sous la présidence de Sean MacBride, Paris, La Documentation Française, UNESCO/Dakar, Nouvelles éditions africaines.

¹³ Bernard Voyenne, 1979, *L'information aujourd'hui*, Paris, Armand Colin, p. 16.

¹⁴ Armand Mattelart, 1996, *La mondialisation de la Communication*, Paris, Presses universitaires de France.

¹⁵ Bernard Miège, 2012, « La théorie des industries culturelles (et informationnelles), composante des SIC » 1 *Revue française des sciences de l'information et de la communication*. [En ligne].

¹⁶ Voir notamment Dallas Smyrthe, 1977, « Communications: Blindspot of Western Marxism » 1:3 *Canadian Journal of Political and Social Theory* 1-27.

circulation internationale de l'information¹⁷, des travaux de Kaarle Nordenstreng et Tapio Varis sur la circulation internationale des programmes de télévision¹⁸.

En effet, l'observation des sites Internet affichant la balise « *keyword* = site francophone » fait apparaître des usages inédits, des contenus métissés, sorte de localisation et de francisation de l'Internet¹⁹, des organisations, des formes, des symboles, des conventions qui rappellent fortement l'appartenance à la communauté africaine et des éléments rappelant l'appartenance à la communauté francophone. Ces conventions et codes devenus structures sociales intériorisées fonctionnent dans les psychismes comme des contraintes sociales dont la pression n'est plus ressentie individuellement comme telle parce qu'intégrée à l'existence et reconvertie en habitus par le truchement de différents canaux de socialisation formelle (école, armée, procès de production organisée) et informelle (mythes, symboles, contes, légendes, lieux de mémoires)²⁰.

Cela s'explique par le fait que, à cause de la double appartenance, l'Africain exprime à travers sa production, son désir d'être rattaché à sa tradition, à ses ancêtres, mais aussi sa nouvelle appartenance, voire l'opposition à l'égard de ces groupes²¹. En effet, comme l'affirme Erik

¹⁷ Hamid Mowlana, 1979, « Technology versus tradition: Communication in the Iranian revolution » 29:3 *Journal of communication* 107-12.

¹⁸ Kaarle Nordenstreng et Tapio Varis, 1974, *La Télévision circule-t-elle à sens unique? Revue et analyse de la circulation des programmes de télévision dans le monde*, Paris, UNESCO.

¹⁹ Francité, terme utilisé par Léopold Sédar Senghor (1988, *Ce que je crois : Négritude, francité et civilisation de l'universel*, Paris, Grasset).

²⁰ Francis Farrugia, 1997, « Exclusion: mode d'emploi » 102 *Cahiers Internationaux de sociologie* 29-57.

²¹ Alain Kiyindou et Theodora Pelage, 2012, « Réseaux virtuels,

Homburger Erickson²², l'identité n'est jamais installée, jamais achevée puisque l'environnement du moi est mouvant. À travers leurs usages et leurs publications, les Africains francophones revendiquent leur appartenance aux deux communautés. Cette revendication, comme le précise Habermas²³, est la condition pour que ces derniers soient identifiés génériquement et numériquement.

3.2 Le Numérique

Le numérique dont il est question ici dépasse la simple opposition technique avec l'analogique et prend en compte l'accélération et l'amplification du phénomène depuis 2005. C'est une vague de fond qui bouleverse les pratiques d'écriture, de lecture et de calcul ainsi que les modes de faire, voir et être à cause de la spécificité de l'informatique, à savoir le fait que tout contenu peut-être détaché de son support d'origine. Cette spécificité ouvre la voie à toutes sortes de formes d'expression, de modes de partage des informations et d'opportunités de création et d'innovation.

Sur Internet, l'observation des sites africains de langue française montre la résurgence d'un certain nombre d'éléments issus de l'histoire des populations africaines, du référentiel de sens²⁴ que constitue la culture de leurs ancêtres. Ce référentiel est constitué de marques

reconstruction du lien social et de l'identité dans la diaspora noire »
38 *Etudes de communication* 189-201.

²² Erik Homburger Erickson, 1972, *Adolescence et crise : la quête de l'identité*, Paris, Flammarion.

²³ Jürgen Habermas, 1987, *Théorie de l'agir communicationnel Tome 1*, Paris, Fayard.

²⁴ Philippe d'Iribarne, 1992, « Contre l'anti-culturalisme primaire »
91 *Revue française de gestion* 132-38.

identitaires, c'est-à-dire, d'éléments mystiques, de personnages mythiques, de parlers spécifiques.

Les marques identitaires africaines sur Internet sont un ensemble de codes graphiques et/ou linguistiques en relation avec leur société d'origine. En effet, on trouve sur les sites de ces communautés un ensemble d'éléments iconiques parmi lesquels : des éléments mystiques, et d'autres symboles comme la carte de l'Afrique, la case, l'arbre à palabre. On y trouve également des proverbes africains francophones, des contes, des citations de personnages historiques.

La plupart des chercheurs insistent sur le caractère religieux de la culture africaine. Le mysticisme²⁵, élément fondamental de la société africaine, apparaît souvent dans les usages et dans les productions de contenus africains : ce sont ces croyances qui expliquent le sens donné aux objets, symboles que l'on peut voir sur les sites africains. Parmi ces symboles, il y a les fétiches²⁶, les totems²⁷, etc.

En dehors de l'aspect mythique, il y a des végétaux, des animaux qui ont une signification très profonde en Afrique et qui sont utilisés pour affirmer l'identité africaine des

²⁵ Ce terme renvoie à l'école sociologique de E. Durkheim, aux travaux de S. Freud et surtout aux célèbres théories de L. Lévy-Bruhl sur la mentalité primitive.

²⁶ Le fétiche se présente sous forme de statuette, amulette,alebasses utilisées par les guérisseurs pour répondre aux multiples besoins de leurs patients. Laalebasse est aussi le récipient par excellence pour les offrandes aux Vodun.

²⁷ Un totem est une catégorie d'objets matériels que l'on considère avec un respect superstitieux, c'est en quelque sorte une parenté extra-humaine établie entre un groupe social et une espèce naturelle particulière qui est le symbole de l'ancêtre.

sites. Parmi ces objets se trouvent le palmier,²⁸ le lion, le léopard, laalebasse, le baobab, etc.

Ces objets affichés dès la page d'accueil permettent à la fois d'orienter et de rassurer l'internaute en définissant et en délimitant le territoire. L'internaute sait donc où il se trouve et les rencontres qu'il est susceptible d'y faire, ainsi que le type d'information qui lui seront fournies.

En dehors de la femme et l'enfant qui occupent une place prépondérante dans ces sites, il y a un certain nombre de personnages mythiques : le roi, la reine, le chef spirituel (Cheikh Ahmadou Bamba²⁹, Kimbangou, Matsoua³⁰, etc.), les guides politiques.

On peut noter parmi ces guides, des personnages extérieurs à l'Afrique, mais adoptés dans ce continent.

²⁸ Le palmier est le symbole de la vie. Jadis, lorsqu'un enfant venait au monde, ses parents plantaient un palmier pour immortaliser la vie qui venait de naître. Les vicissitudes de la vie sont l'image des branches du palmier qui se balancent de gauche (ce sont les bas) à droite (les hauts) au gré du vent (le cours du Temps).

²⁹ Cheikh Ahmadou Bamba est une des grandes figures de l'Islam apparu au cours du siècle dernier. Il a eu notamment à défendre l'Islam en Afrique de l'Ouest (Sénégal), contre l'évangélisation et le colonialisme et ce, de façon pacifique. Il est à l'origine du Mouridisme.

³⁰ Résistant anticolonial, André Grénard Matsoua fonde à Paris, en 1926, l'Amicale, une association mutualiste des originaires de l'Afrique centrale. En 1935, il est incarcéré à la prison du Tchad sous une fausse identité d'où il s'échappe. En 1941, il est condamné à la prison à perpétuité et incarcéré à Mayama une localité de la région du Pool au sud Congo, d'où il meurt en 1942. Inhumé clandestinement par l'administration coloniale, les adeptes de Matsoua croient encore aujourd'hui que leur leader (prophète) est encore vivant. Ils attendent son retour.

C'est le cas de Albert Schweitzer³¹, le général De Gaulle, etc.

En ce qui concerne les rois et les reines, de nombreux sites font référence à la reine Pokou³², Modibo Keita, au roi Makoko. Mais en dehors de ces personnalités politiques, une grande place est accordée aux écrivains francophones dont les citations sont reprises dans la plupart des sites : Léopold Sédar Senghor, Camara Laye, Amadou Hampaté Bâ, Birago Diop, Sembène Ousmane, Sony Labou Tansi, Henri Lopes, Tchikaya U Tamsi, Seydou Badian, etc.

En dehors de ces personnages, on peut noter sur les sites africains francophones un brassage des parlars locaux et du français. On pourrait d'ailleurs dire que c'est dans la manière dont la frontière entre le français et les langues locales, l'écrit et l'oralité est transgressée que se situe l'originalité des sites Internet africains. Un exemple de va et vient entre l'attachement à l'Afrique et l'espace francophone est la multiplication de ces sites sur les proverbes africains où on trouve des correspondances entre la langue de Molière et les langues africaines. On peut voir également la prolifération de sites sur les prénoms Africains, à la fois désir d'un recours à l'authenticité, et désir de francisation puisque certains de ces prénoms sont revus et corrigés pour correspondre aux

³¹ Théologien, philosophe, musicologue et médecin missionnaire français, Albert Schweitzer est l'une des figures les plus marquantes de cette fin de millénaire et, pour beaucoup d'Africains, un modèle à suivre.

³² Ce personnage mythique est au cœur du système de représentations et des pratiques du groupe ethnique baoulé en Côte d'Ivoire. Selon la légende, la migration des ancêtres en provenance du Ghana originel et la mise en place de la civilisation et du groupement humain désignés aujourd'hui sous l'appellation générique de Baoulé, sont dues à la bravoure, à la puissance et à l'influence de cette femme d'exception. Aussi a-t-elle été érigée en figure emblématique et référent collectif.

sonorités courantes dans la langue française. Il s'agit pour les producteurs de ces sites de promouvoir les valeurs et la culture africaine tout en respectant les codes francophones ou jugés comme tel.

Tous ces référents collectifs communs jouent un rôle important dans les mécanismes de construction du lien social puisqu'ils constituent ce que nous désignons sous le terme du « même ». Les écrivains, les guides spirituels, politiques, les éléments mystiques sont, dans ce processus, perçus comme les principaux vecteurs de construction et de consolidation de l'identité de soi. C'est par ce construit social que les africains francophones et/ou leurs homologues de la francophonie sont des êtres semblables; ce qui fait qu'il y a « eux et les autres », c'est à dire ce qui à la fois les lie et les distingue des autres. Cette proximité avec les lieux, les sujets, les autres est importante parce que comme l'affirme Lipiansky, grâce à la similitude, « le sujet trouve une confirmation et un renfort de ce qu'il est, et donc une réassurance de son identité »³³. Mais une identité acceptée ou rejetée doit être exprimée à travers un certain nombre de dispositifs socio-techniques. Sur Internet, se trouvent par exemple des forums qui jouent un rôle de défouloir. Ces défouloirs sont des sites qui, en donnant la parole à tous, permettent aux internautes francophones de se mobiliser sur un sujet concernant la communauté, mais surtout d'exprimer leur désaccord, de crier leur colère. Sur grioo.com, par exemple, un espace a été créé après la mort du footballeur camerounais Marc Vivien Foé, avec un forum permettant au public d'exprimer sa douleur. Sur le site blackdefrance.com, on peut lire une série de réactions suite à l'expulsion d'un

³³ Edmond Marc Lipiansky, 1992, *Identité et communication*, Paris, Presses Universitaires de France.

malien ou à la publication de l'ouvrage de Gaston Kelman *Je suis noir et je n'aime pas le manioc*³⁴.

L'évolution du numérique nous a, par ailleurs, précipité dans une sorte de société créative. En effet, ce qui caractérise la société actuelle n'est pas tant la circulation des informations, mais le développement du secteur de la création qui, en s'appuyant sur le développement des TIC, a donné lieu à une sorte de société créative, substitut de la société de l'information ou du savoir.

La société créative est à considérer comme une société où les citoyens, à travers leur créativité et leur diversité, reprennent la main sur la technique et les industries culturelles. Chaque communauté a développé un capital créatif qui s'articule autour de son identité et de ses valeurs. Les produits créatifs sont devenus de véritables repères sociaux, des espaces d'échange communautaires, des outils identitaires favorisant le raffermissement des liens sociaux. D'une manière générale, on s'accorde à penser que les espérances de prospérité et de bien-être au XXI^e siècle dépendront de la manière dont il sera possible de capitaliser sur la diversité sociale pour encourager le dynamisme technologique, économique et social³⁵. Cela suppose donc de se départir de l'emprise des industries culturelles et créatives et les réseaux sans y parvenir totalement, y participent. C'est donc dans ce contexte que s'inscrit la notion de fracture créative, la troisième de la série.

³⁴ Gaston Kelman, 2003, *Je suis noir et je n'aime pas le manioc*, Paris, Max Milo éditions.

³⁵ OCDE, 2001, *La société créative du XXI^e siècle*, Paris, Les éditions de l'OCDE.

3.3 Fracture créative

3.3.1 Définition de la créativité

Les outils technologiques se caractérisent à la fois par une obésité informationnelle, mais aussi par l'inutilité des informations diffusées. En effet, très peu d'informations correspondent à nos besoins et cela est encore plus grave pour des populations fonctionnant sur des modèles différents du nôtre. Il y a trop souvent inadéquation entre les informations diffusées et les croyances des populations. Cela est d'autant plus important que, comme l'explique Sven Ove Hansson, « le savoir est d'abord une espèce de croyance [puisque] ce que l'on ne croit pas ne saurait être du savoir »³⁶. Au-delà de l'assimilation cognitive, on pourrait s'interroger sur le crédit à accorder à un système de communication à dominance textuelle dans des civilisations caractérisées par la prépondérance de l'oralité. Le décalage avec les cultures locales est caractéristique de bon nombre d'informations diffusées sur Internet. Ce décalage se situe à la fois au niveau de la forme et au niveau du type de contenus diffusés.

En ce qui concerne la forme, on pourrait évoquer le multilinguisme à travers ses diverses variantes que sont les logiciels multilingues, les contenus multilingues, les jeux de caractères, les noms de domaine, les mots clés. Du point de vue du contenu, la question des savoirs locaux illustre parfaitement la prépondérance sur Internet d'un certain mode de pensée et d'un certain nombre de valeurs. Le terme « créativité » désigne la formulation d'idées nouvelles et l'application de ces idées à la production d'œuvres d'art et produits culturels originaux, de créations

³⁶ Sven Ove Hansson, 2002, « Les incertitudes de la société du savoir » 171 *Revue internationale des sciences sociales* 43-51, p. 43.

fonctionnelles, d'inventions scientifiques et d'innovations technologiques³⁷.

La créativité constitue l'un des secteurs les plus dynamiques de l'économie et du commerce mondial, offrant aux pays en développement des perspectives commerciales nouvelles. La diversité créative est donc à comprendre comme la multiplicité d'idées, d'innovations, de pratiques artistiques, technologiques, entrepreneuriales inscrite dans un processus dialogique.

On peut désormais parler de croissance créative ou de développement créatif, ce qui nous laisse penser à un sous-développement créatif ou une pauvreté créative à l'instar de la notion de pauvreté informationnelle (*information poverty*) telle qu'envisagée par Elfreda Chatman dans les années 1990³⁸.

La créativité ou la recherche des solutions collectives s'apparente ainsi à la relocalisation technologique. Mais cette relocalisation nécessitent de prêter la plus grande attention aux connaissances et au savoir-faire que chaque culture a apportés au patrimoine intellectuel de l'humanité.

En Afrique, la créativité prend place quand, confrontées à ces inadaptations, les populations concernées, loin de s'accomoder, développent, de par leur débrouillardise, des solutions de rechange, plus adaptées à leur contexte culturel, matériel et économique. C'est d'ailleurs ces arts de faire qui expliquent la création un peu partout en

³⁷ CNUCED et PNUD, 2008, « Résumé. Rapport sur l'économie créative 2008 », New York, Organisation des Nations Unies, p. 35.

³⁸ Elfreda Chatman, 1996, « The impoverished life-world of outsiders », 47 *Journal of the American Society for information Science* 193- 206.

Afrique des cabines téléphoniques d'un genre nouveau, le développement des pratiques de radiosurf, de *happy snapping*, de piratage audiovisuel, de *crowd funding*, de maraboutage à distance, etc.

3.3.2 Notion de fracture créative

La *Déclaration universelle sur la diversité culturelle* de l'UNESCO, adoptée à Paris en 2001, stipule dans son article 6 que « tout en assurant la libre circulation des idées par le mot et par l'image, il faut veiller à ce que toutes les cultures puissent s'exprimer et se faire connaître »³⁹. Cela suppose de repenser la société de l'information en terme de multilinguisme, d'égalité d'accès au savoir scientifique et technologique, de s'interroger sur la possibilité pour toutes les cultures, d'être présentes dans les moyens d'expression et de diffusion technologiques. Cette préoccupation apparaît d'ailleurs dans la *Déclaration des principes* du SMSI chapitre 8 alinéa 52 qui affirme que :

la société de l'information devrait être fondée sur le respect de l'identité culturelle, de la diversité culturelle et linguistique, des traditions et des religions ; elle devrait promouvoir ce respect et favoriser le dialogue entre les cultures et les civilisations. La promotion, l'affirmation et la préservation des différentes identités culturelles et des différentes langues, qui font l'objet de textes pertinents approuvés par les Nations Unies et notamment de la Déclaration universelle de l'UNESCO sur la

³⁹ UNESCO, 2 novembre 2001, *Déclaration universelle sur la diversité culturelle*.

diversité culturelle, enrichiront davantage la société de l'information⁴⁰.

Cette déclaration pose les bases d'une société de l'information équilibrée, une vision qui malheureusement reste en décalage avec la société actuelle. Ce qui est en cause ici, c'est l'hégémonie de certaines cultures notamment celle américaine. C'est aussi un modèle de société qui inscrit parmi ses valeurs, la marchandisation de la culture subséquente au phénomène de globalisation. Comment peut-il en être autrement dans une société fortement marquée par la technologie qui, on le sait, est le fruit d'une évolution sociale particulière?

Les technologies de l'information et de la communication sont à jamais marquées par leur lieu de naissance, mais aussi par l'idéologie capitaliste, la politique militariste, la rationalité scientifique dont elles découlent.

Au-delà du non-respect de l'identité culturelle, il y a un véritable risque, celui d'une inégalité d'expression des cultures qui apparaît d'ailleurs dans la *Déclaration de la conférence des ministres francophones de la culture*, celui de la marginalisation de la majeure partie de la population du globe.

La Conférence de Cotonou abordait la question en ces termes :

si les progrès des technologies de l'information constituent une chance de participation à la vie sociale, culturelle et

⁴⁰ Union internationale des télécommunications, Sommet mondial sur la société de l'information, 12 mai 2004, *Déclaration de principes. Construire la société de l'information : un défi mondial pour le nouveau millénaire*, doc. off. WSIS-03/GENEVA/DOC/4-F.

économique pour l'ensemble des cultures et des langues notamment les moins répandues, les disparités d'accès creusent les inégalités d'expression des cultures, au détriment surtout des populations les moins favorisées⁴¹.

Mais l'exclusion qui est évoquée ici va dans les deux sens, comme le maître est l'esclave de son esclave, les « inclus » deviennent à leur tour des exclus. Parlant de la société de l'information, Manuel Castells⁴² va jusqu'à évoquer le fait que nous sommes des autistes en puissance. Ce qui nous est présenté comme forme de dialogue, précise l'auteur, n'est que monologue dans la mesure où, pour s'exprimer dans le cyberspace, il faut d'abord y accéder et si nous sommes les seuls à y accéder, nous ne parlons donc qu'à nous-mêmes. En effet, la liberté d'expression est vide de sens si elle ne s'accompagne pas du droit d'être entendu. Ce qu'il convient de retenir ici, c'est qu'on ne peut parler de liberté d'expression sans parler d'abord de capacité d'expression et aujourd'hui hélas, la plus grande partie du monde est muette, affirmation qui ne devrait étonner personne quand on se souvient des débats sur le NOMIC.

Si les citoyens du monde disposent d'un fort potentiel créatif, la carte mondiale des industries culturelles laisse apparaître un fossé réel entre le Nord et le Sud. L'UNESCO souligne qu'il existe déjà, au Sud, des exemples de réussites, notamment en Amérique latine où l'industrie musicale représente de 4 à 5 % des recettes mondiales. Cependant, beaucoup reste à faire pour

⁴¹ Organisation internationale de la Francophonie, 15 juin 2001, *Déclaration de Cotonou*, III^e Conférence ministérielle de la francophonie sur la culture, Cotonou, Bénin.

⁴² Manuel Castells, 2001, *La galaxie Internet*, Paris, Fayard.

améliorer la participation de la majorité des pays en développement dans ces secteurs à forte valeur ajoutée.

La question essentielle ici est de savoir, comment faire vivre des œuvres originales alors que le processus de diffusion reste aux mains des majors étrangers. Elle se pose avec davantage d'acuité dans la société créative où la visibilité sur le cyberspace a dépassé le seuil de la technicité ou de la scientificité pour devenir une question éminemment économique.

Sans vouloir nier l'existence de quelques réussites, on ne saurait oublier que des déséquilibres subsistent dans l'accès aux ressources numériques, ainsi que dans la quantité et la qualité des contenus en ligne. Les artistes africains sont, en effet, confrontés au fait que les procès de production sont complexes et supposent la mobilisation de différentes compétences. Mais la fracture n'est pas que technique. Elle ne concerne pas non plus la seule « mise en ligne », elle se situe aussi au niveau de la non-prise en compte de la diversité des cultures, des savoirs et de l'« ethno-centralisation » du système international.

Ces nombreux contenus qui circulent sur les réseaux sociaux et ailleurs ne sont pas sans interpeller la réflexion, car très peu d'informations correspondent aux besoins avérés des personnes, l'offre étant souvent découplée de la demande. Cela est encore plus grave pour des populations fonctionnant sur des modèles différents du modèle numérique actuel, piloté par une forme de néolibéralisme mondialisé qui ne s'intéresse que marginalement aux sociétés du savoir partagé. La question des contenus touche donc non seulement à la langue, aux croyances et à la temporalité, mais aussi à l'identité. Les phénomènes de déconnexion ou de *zapping* peuvent ainsi se lire comme des réponses à des stimuli inadapés, voire dissonants.

4. Opportunités

4.1 Des opportunités de diversification, de partage et de dialogue

L'avènement du *Web 2.0* a indéniablement favorisé l'expression identitaire des personnes aussi bien que des communautés. Aux effets d'uniformisation de la communication de masse, ont répondu des formes d'échange et de publication plus aptes à respecter et à valoriser la diversité culturelle.

Un des fleurons de l'art africain est l'école de peinture de Poto-poto, du nom d'un des quartiers populaires de Brazzaville. Les artistes africains, confrontés à la pauvreté ambiante se sont vite intéressés à Internet pour développer leur clientèle et acquérir une renommée internationale qui jusque-là se construisait principalement par le « bouche-à-oreille ». La profusion des réseaux sociaux vient ainsi faciliter leur tâche. La démocratisation de la téléphonie mobile permet notamment aux artistes de photographier (avec le téléphone portable) leurs œuvres et de les diffuser sur leurs pages Facebook ou autres. Rhode Bath-Sheba, avec ses 4 995 amis, utilise régulièrement cet outil pour promouvoir ses tableaux, sans oublier les nombreux événements annoncés sur de sites spécialisés comme Africulture. La page Facebook de l'école de Poto-poto présente une fresque et de nombreuses productions de l'école.

4.2 Le marché de l'art existe, le marché de la technologie aussi

Le marché des télécoms mobiles est l'un des plus lucratifs : on compte en Afrique 456 millions de clients uniques, pour un chiffre d'affaires global de 48,5 milliards

\$ EUR (6 % du marché mondial). L'Afrique compte aujourd'hui près de 180 opérateurs et les investissements dans les télécoms mobiles à la fin de 2011 y étaient supérieurs à 60 milliards \$ US. Le nombre de cartes à puces vendues pour la téléphonie mobile a explosé en Afrique, passant de 16,5 millions en 2000 à plus de 735 millions fin 2012. On estime, en effet, que le nombre de smartphones africains devrait doubler d'ici 2017 pour dépasser les 350 millions. On voit donc là qu'au-delà de l'expression identitaire, on a ici les conditions d'un véritable développement d'industries créatives et cela a déjà commencé.

En Afrique et au Moyen-Orient le réseau de la fibre optique devrait passer de 18 à 32 millions de kilomètres à l'horizon 2018, soit une hausse de 80 %. Il s'agit d'un marché très porteur disputé par les équipementiers (Huawei, Alcatel, Ericson, Sagem, etc.) et les intégrateurs (Orange, liquide, etc.), autour desquels se greffent des cabinets d'études et des entreprises de génie civile. Ici aussi, les entreprises africaines commencent à s'engager dans la bataille, c'est le cas de Maroc Telecom et de la Sonatel. Une solution africaine est proposée pour supplanter la fibre optique : PCWS. Le PCWS est un système de communication générale (téléphone, télévision, Internet) sans-fil, de fabrication africaine. Brevetée depuis 2004 par le Dr. Victor Agbegenou, il autorise des capacités et des débits comparables à ceux de la fibre optique pour un coût jusqu'à dix fois inférieur mais peine à convaincre les décideurs africains. Ce qui est intéressant est qu'on voit apparaître des acteurs africains.

Dans le domaine des applications, on voit de nombreuses solutions africaines, on peut parler de M-pesa au Kenya dont le succès a orienté l'ensemble des opérateurs dans le développement des solutions de monnaie électronique.

C'est le cas d'Orange money ou Airtel money et bien d'autres.

On voit se développer des opérateurs africains. Le groupe sud-africain MTN domine le continent, mais il y a aussi Telkom (Afrique du Sud), Orascom (Egypte), Maroc Telecom (Maroc), Djezzy (Algérie), Mobilis (Algérie), Glo (Nigéria), Libercom (Bénin).

Dans le marché du « hardware », on note des marques africaines avec de nouveaux produits comme Elikia (« espoir » en lingala), le premier smartphone africain. Au Cameroun, Arthur Zang a lancé le cardiopad et Alain Capo-Chichi se fixe comme objectif d'équiper tous les étudiants ouest-africains d'ordinateurs Open Africa.

5. Vers une éthique du numérique

L'éthique de la diversité culturelle et numérique intègre la protection des communs, la création d'un service public du numérique qui ne soit pas que la numérisation du secteur public de l'audiovisuel pré-numérique, la promotion du code source et du logiciel libre de type OpenWeb et Open source, la lutte contre la concentration de la propriété, la réduction de l'effet portail en termes de prix, licences et barrières de prix prohibitives. Des recommandations pour la gouvernance de la diversité culturelle peuvent également se fonder sur les caractéristiques des contenus actuellement en circulation en ligne : création (originalité, partageabilité, etc.), curation (patrimoine, préservation, collection, tri), agrégation (mixage, remixage, etc.). Elles se doivent de prendre en compte cette nouvelle culture médiée, augmentée et connectée.

Bibliographie

- Beltran, Luis Ramiro. 1976. « Alien premises, objects and methods in latin american communication research » 3:2 *Communication Research* 107-35.
- Bourdieu, Pierre. 1979. *La Distinction : Critique sociale du jugement*, Paris, Éditions de Minuit.
- Bourdieu, Pierre. 1980. *Le sens pratique*, Paris, Éditions de minuit.
- Castells, Manuel. 2001. *La galaxie Internet*, Paris, Fayard.
- Chatman, Elfreda. 1996. « The impoverished life-world of outsiders » 47 *Journal of the American Society for information Science* 193- 206.
- CNUCED et PNUD. 2008. « Résumé » dans *Rapport sur l'économie créative 2008*, New York, Organisation des Nations Unies.
- Convention pour la promotion et la protection de la diversité des expressions culturelles*. 2005. 2440 RTNU 311.
- Conseil de l'Europe. 2002. *La diversité linguistique : Défi pour les villes et régions européennes*, Strasbourg, Éditions du Conseil de l'Europe.
- Dupriez, Pierre et Solange Simons. 2000. *La résistance culturelle : fondements, applications et implications du management culturel*, Bruxelles, De Boeck Université.
- Erikson, Erik Homburger. 1972. *Adolescence et crise, la quête de l'identité*, Paris, Flammarion.
- Farrugia, Francis. 1997. « Exclusion: mode d'emploi » 102 *Cahiers Internationaux de sociologie* 29-57.
- France, Commission Nationale Française pour l'UNESCO. 2001. *Actes du colloque international sur le plurilinguisme dans la société de l'information, 9-10 mars 2001*, Paris, UNESCO.
- Fuchs, Catherine. 1997. *Diversité des langues et représentations cognitives*, Paris, Ophyris.
- Garcías Canclini, Nestor. 2000. « Cultures hybrides et stratégies communicationnelles » 28 *Hermès* 71-81.

- Habermas, Jürgen. 1987. *Théorie de l'agir communicationnel Tome 1*, Paris, Fayard.
- Hansson, Sven Ove. 2002. « Les incertitudes de la société du savoir » 171 *Revue internationale des sciences sociales* 43-51.
- d'Iribarne, Philippe. 1992. « Contre l'anti-culturalisme primaire » 91 *Revue française de gestion* 132-38.
- Kiyindou, Alain. 2005. « Diversité culturelle » dans Alain Ambrosi, Daniel Pimienta et Valérie Peugeot, dir., *Enjeux de mots*, Paris, C&F éditions, p. 119-33.
- Kelman, Gaston. 2003. *Je suis noir et je n'aime pas le manioc*, Paris, Max Milo éditions.
- Kiyindou, Alain et Theodora Pelage. 2012. « Réseaux virtuels, reconstruction du lien social et de l'identité dans la diaspora noire » 38 *Etudes de communication* 189-201.
- Lasfargues, Yves. 2003. *Halte aux absurdités technologiques*, Paris, Éditions d'Organisation.
- Lipiansky, Edmond Marc. 1992. *Identité et communication*, Paris, Presses Universitaires de France.
- Mattelart, Armand. 1996. *La mondialisation de la Communication*, Paris, Presses universitaires de France.
- Mathien, Michel, dir. 2005. *La « société de l'information » entre mythes et réalités*, Bruxelles, Éditions Bruylant.
- Miège, Bernard. 2012. « La théorie des industries culturelles (et informationnelles), composante des SIC » 1 *Revue française des sciences de l'information et de la communication*. [En ligne].
- Mowlana, Hamid. 1979. « Technology versus tradition: Communication in the Iranian revolution » 29:3 *Journal of communication* 107-12.
- Nordenstreng, Kaarle et Tapio Varis. 1974. *La Télévision circule-t-elle à sens unique? Revue et analyse de la circulation des programmes de télévision dans le monde*, Paris, UNESCO.

- OCDE. 2001. *La société créative du XXIe siècle*, Paris, Les éditions de l'OCDE.
- Organisation internationale de la Francophonie. 15 juin 2001. *Déclaration de Cotonou*, III^e Conférence ministérielle de la francophonie sur la culture, Cotonou, Bénin. En ligne :
<http://www.francophonie.org/IMG/pdf/Conf_minis_Culture_Cotonou.pdf>.
- Ollivier, Bruno. 2007. *Les sciences de la communication : théories et acquis*, Paris, Armand Colin.
- Senghor, Léopold Sédar. 1988. *Ce que je crois : Négritude, francité et civilisation de l'universel*, Paris, Grasset.
- Smythe, Dallas. 1977. « Communications: Blindspot of Western Marxism » 1:3 *Canadian Journal of Political and Social Theory* 1-27.
- UNESCO. 2004. *Avant-projet de convention sur la protection de la diversité des contenus culturels et des expressions artistiques*, Rapport préliminaire du directeur Général, Paris, UNESCO, Paris.
- UNESCO. 2 novembre 2001. *Déclaration universelle sur la diversité culturelle*.
- UNESCO. 1995. *Notre diversité créatrice, Rapport de la Commission mondiale de la culture et du développement*, Paris, UNESCO.
- UNESCO. 6 août 1982. *Déclaration de Mexico sur les politiques culturelles*, Conférence mondiale sur les politiques culturelles, Mexico du 26 juillet au 6 août 1982.
- Union internationale des télécommunications, Sommet mondial sur la société de l'information. 12 mai 2004. *Déclaration de principes. Construire la société de l'information : un défi mondial pour le nouveau millénaire*, doc. off. WSIS-03/GENEVA/DOC/4-F.
- Verbunt, Gilles. 1984. *Actes du colloque Diversité culturelle, société industrielle, État national*, Paris, l'Harmattan.
- Volle, Hortense. 2004. *La promotion de l'art africain contemporain et les N.T.I.C.*, Paris, L'Harmattan.

Voyenne, Bernard. 1979. *L'information aujourd'hui*, Paris, Armand Colin.

Younes, Carole et Etienne Le Roy. 2002. *Médiation et diversité culturelle. Pour quelle société?*, Paris, Karthala.

III. Bonnes pratiques et indicateurs sur la diversité culturelle à l'ère du numérique

Good Practices for Cultural Diversity in the Digital Audiovisual Media Landscape¹

Luis A. Albornoz²

Introduction

The goal of this article is to present part of the work we have done within the framework of the research project ‘Cultural Diversity and Audiovisual Industry: Good Practices and Indicators’, developed during the 2012-2014

¹ This article draws on research undertaken for the project on ‘Diversity of Audiovisual Industry in the Digital Era’ (reference number: CSO2014-52354-R), funded by the Spanish Scientific and Technical Research and Innovation Plan 2013-2016, Ministry of Economy and Competitiveness.

² Luis Albornoz est chercheur au Conseil national de la recherche scientifique et technique (CONICET) de l’Argentine. Il travaille actuellement au sein de l’Institut de recherche Gino Germani de la Faculté des sciences sociales de l’Université de Buenos Aires (UBA). Professeur titulaire en communication audiovisuelle à l’Université Carlos III de Madrid, ses travaux portent sur le fonctionnement des industries culturelles et les politiques de la culture et de la communication. Membre depuis 2005 du groupe de recherche « Télévision-cinéma : mémoire, représentation et industrie » (TECMERIN), il a dirigé de 2012 à 2014 le projet de recherche « Diversité culturelle et audiovisuelle : indicateurs et bonnes pratiques », financé par le ministère de l’Économie et de la compétitivité de l’Espagne.

period³, followed by the research project ‘Diversity of the Audiovisual Industry in the Digital Era’, which we are currently performing. Both research projects are being carried out by researchers from public universities in Spain – belonging mainly to the Journalism and Audiovisual Communication Department of Charles III University of Madrid – with the funding of the Ministry of Economy and Competitiveness of Spain.

Our main concern has been the analysis of cultural diversity inside cultural industries in general, and the relationship between diversity and audiovisual systems in particular, understanding them as complex systems in which one can identify different sectors – filmmaking, TV, radio, phonographic and videogames – and social actors located in different positions of the audiovisual market. And as part of our work, one of the specific objectives we have set for ourselves is to identify the ‘good practices’ that are capable of protecting and/or promoting the diversity of cultural expressions in the audiovisual field.

In this regard, I would point out that through the *Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions*⁴, the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) seeks to promote the development of practices that allow for the protection and promotion of cultural expressions. Thus, the notion of ‘best practices’ is part of the text of the CDCE. Specifically, article 12, devoted to

³ Luis A. Albornoz and M. Trinidad García Leiva, eds, 2017, *Diversidad e industria audiovisual: el desafío cultural del siglo XXI*, Mexico City, FCE (forthcoming).

⁴ *Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions*, 2440 RTNU 311 [CDCE].

the ‘Promotion of International Cooperation’, stipulates that:

Parties shall endeavour to strengthen their bilateral, regional and international cooperation for the creation of conditions conducive to the promotion of the diversity of cultural expressions, taking particular account of the situations referred to in Articles 8 and 17, notably in order to:

- a) facilitate dialogue among Parties on cultural policy;
- b) enhance public sector strategic and management capacities in cultural public sector institutions, through professional and international cultural exchanges and sharing of **best practices**; [*emphasis mine*]
- c) reinforce partnerships with and among civil society, non-governmental organizations and the private sector in fostering and promoting the diversity of cultural expressions;
- d) promote the use of new technologies, encourage partnerships to enhance information sharing and cultural understanding, and foster the diversity of cultural expressions;
- e) encourage the conclusion of co-production and co-distribution agreements⁵.

For its part, article 19, devoted to the ‘Exchange, Analysis and Dissemination of Information’, states:

⁵ *Ibid.*

1. Parties agree to exchange information and share expertise concerning data collection and statistics on the diversity of cultural expressions as well as on **best practices** for its protection and promotion. [*emphasis mine*]
2. UNESCO shall facilitate, through the use of existing mechanisms within the Secretariat, the collection, analysis and dissemination of all relevant information, statistics and **best practices**. [*emphasis mine*]
3. UNESCO shall also establish and update a data bank on different sectors and governmental, private and non-profit organizations involved in the area of cultural expressions.
4. To facilitate the collection of data, UNESCO shall pay particular attention to capacity-building and the strengthening of expertise for Parties that submit a request for such assistance.
5. The collection of information identified in this Article shall complement the information collected under the provisions of Article 9⁶.

Although the CDCE dedicated to the defence of cultural diversity uses the term ‘best practices’, in our research and results we have chosen to use the term ‘good practices’ because cataloguing an action or process as a ‘good practice’ denotes something that simply works properly in a certain context, while a ‘best practice’ serves to refer to something that works but at the same time is the best

⁶ *Ibid.*

possible action⁷. The context and the history surrounding the production of any practice are inseparable from it, and one can only say that there are practices that are or have been good for someone and perhaps they could be good for others as well.

To accomplish the task of identifying the ‘good practices’ that are capable of protecting and/or promoting the diversity of cultural expressions in the audiovisual field, in the first place, we have inquired about the origin and meaning of the terms ‘good practices’ and reviewed similar notions, such as ‘best practices’, ‘smart practices’, ‘recommended and leading practices’, or ‘contextual practices’.

In the second place, we have drafted our own definition of ‘good practices’ as practices encouraging diversity in (or of) the audiovisual field, and have developed a matrix of analysis to examine the actions detected as potential ‘good practices’.

Finally, we have prepared a catalog of several initiatives designed to protect and/or promote diversity in (or of) the audiovisual field. This catalog, which is in progress, is available online at www.diversidadaudiovisual.org. Two initiatives that are part of this catalog will be presented in the final part of the article.

⁷ Anne Abdoulaye, 2003, "Conceptualisation et dissémination des ‘bonnes pratiques’ en éducation: essai d’une approche internationale à partir d’enseignements tirés d’un projet" [non publié].

1. The concept of good practices

As María Teresa Cabré Castellví points out, the term ‘good practices’ can lead to two interpretations of a general and intuitive type:

- good practices as the right way to act, in the moral and ethical sense, and therefore, opposed to ‘bad practices’ or ‘perverse, misleading or deceitful practices,’ etc;
- good practices as a way of acting by systematically following a set of established and well-known practices accepted by an acknowledged professional or social collective⁸.

Likewise, as Cabré Castellví furthermore mentions, the term has become so mainstream that “there are very few organizations, institutions or companies that would criticize good practices, let alone reject them. Good practices have become synonymous with what an organization should do not only to live up to its corporate social responsibility but also to be considered innovative and modern”⁹. Therefore, it is fundamental to address the concept from a critical perspective, knowing where it comes from and what can be expected from it, so that it does not become a ‘catch-all’ phrase for any self-proclaimed good or best practice.

The origins of the notion of ‘good practices’ go back to the end of the 19th century and the beginning of the 20th century, and are linked to the studies on the scientific method for the organization of work, derived from

⁸ Teresa Cabré Castellví, 2009, "Terminología y buenas prácticas", online: 12 *Publiforum*.

⁹ *Ibid.* p. 3.

Frederick W. Taylor¹⁰, and the programs of agrarian expansion, including the dissemination of research on new agricultural methods and techniques¹¹. The notion was resumed and developed widely in the 1970s, in the industrial sector, with the aim to create tools to improve competitiveness, and in the educational sector, which was concerned with the search for methodological improvements. Finally, it emerged strongly in the 1990s, in the field of public policies and business management.

In that context, approximately two decades ago, UNESCO launched the Program called Management of Social Transformation, known by the acronym MOST, with the goal to transfer relevant findings of Social Science research to decision-makers and policy-makers, as well as to other stakeholders. Through the MOST Program, UNESCO linked good practices to the fight against poverty and social exclusion, and defined good practice as any creative and sustainable practice that generates an effective response based on the use of direct knowledge that can be potentially replicated as a 'guide to follow', and which contributes to policy-making. Additionally, UNESCO lists four features in every good practice: it should be innovative, effective, sustainable and potentially replicable.

¹⁰ Frederick W. Taylor, 1911, *The Principles of Scientific Management*, New York/London, Harper and Brothers Publishers.

¹¹ Teresa González Ramírez, 2007, «El concepto de 'buenas prácticas'. Origen y desarrollo» 222 *Comunicación y pedagogía: Nuevas tecnologías y recursos didácticos* 32-35; Kenneth King, 2007, "Engaging with best practice: History and current priorities" 39 *Norrag News* 9-15; Denise McKeon, 1998, "Best Practice-Hype or Hope?" 32:3 *Tesol Quaterly* 493-501.

Based on this historical research about a notion that has become extremely popular in recent decades, M. Trinidad García Leiva and Ana I. Segovia conclude that:

- The notion of good or best practices is used in an unclear way in a wide range of areas, mainly education, business management, and culture-communication);
- There is an open debate on the meaning of this term, and there are critiques of the notion of good/best practices understood as actions that are definitive /conclusive ('the' answer or solution for a given issue), a-temporal (valid forever once they have been identified) and universal (replicable by others, regardless of the context);
- There is no explicit definition by UNESCO about what best practice means in terms of cultural diversity¹².

Having completed this historical approach, in the research group we discussed what could be understood as a good practice regarding the principle of diversity in the field of audiovisual systems. Therefore, we have formulated the following definition, which has guided the subsequent work of identifying specific actions:

A good practice means any action implemented by one or more social actors with the goal to protect and/or promote diversity in any of the phases of audiovisual industries.

The action should be:

¹² Trinidad García Leiva and Ana I. Segovia, 2014, « Good practices in audiovisual diversity. Hype or hope? », 8:4 *Observatório (OBS*) Journal* 91-103.

- Effective: it must accomplish the goal, showing a tangible impact on the promotion/protection of diversity in the audiovisual industry;
- Sustainable: the objective reached should be sustainable over time under similar circumstances;
- Transformative: it should positively encourage change in the promotion and/or protection conditions of diversity in the audiovisual industry;
- Transparent: the information on formulation, implementation and impact should be publicly available.

Furthermore, it is desirable that the action should be exemplary – serving for other actors and in other contexts, as a source of inspiration – and reflexive – encouraging reflection on the own experience and creating the possibility for further thinking and feedback.

2. The catalog of good practices

Having established a definition of good practice, we proceeded to identify and define – away from any simplistic approach – the practices that meet the abovementioned criteria, by effectively encouraging diversity inside the audiovisual industry. Additionally, the implementation of public policies inspired in and furthering this type of practices has become a keystone to address and correct market behaviors in their trend towards the homogenization and commodification of culture, and thus the erosion of diversity in all its forms.

To identify the ‘good practices’ comprised in the catalog of practices that protect and/or encourage diversity in (or of) an audiovisual system, we have looked through the magnifying glass at different consolidated sources, including:

- The quadrennial reports submitted by signatories of the CDCE¹³;
- The projects financed by the International Fund for Cultural Diversity – IFCD¹⁴;
- The works published with UNESCO support, such as *Investing in Cultural Diversity and Intercultural Dialogue*¹⁵, *Creative Economy Report 2013*¹⁶ and *Mapping Cultural Diversity, Good Practices from around the World*¹⁷.

The selection of good practices was also based on the reports submitted by other institutions, such as *Media4Diversity - Taking the Pulse of Diversity in the Media*, report produced by Internews Europe, International Federation of Journalists and Media Diversity Institute for the European Commission¹⁸; the

¹³ UNESCO, 2013, "Quadrennial periodic reporting: new reports and analytical summary" working document of the seventh ordinary session of the Intergovernmental Committee for the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions, Paris, UNESCO; UNESCO, 2012, "Strategic and action-oriented analytical summary of the quadrennial periodic reports" working document of the sixth ordinary session of the Intergovernmental Committee for the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions, Paris, UNESCO, December 10-14, doc. off. CE/12/6.IGC/.

¹⁴ Luis A. Albornoz, 2016, "The International Fund for Cultural Diversity: a new tool for cooperation in the audiovisual field" 22:4 *International Journal of Cultural Policies* 553-73.

¹⁵ UNESCO, 2010, *Investing in Cultural Diversity and Intercultural Dialogue*, Paris, UNESCO.

¹⁶ UNESCO and UNDP, 2013, *Creative Economy Report 2013*, Paris/New York, UNESCO/UNDP.

¹⁷ Anupama Sekhar and Anna Steinkamp, eds., 2010, *Mapping Cultural Diversity - Good Practices from around the World*, Bonn, German Commission for UNESCO and Asia-Europe Foundation.

¹⁸ European Commission, 2009, *Media4Diversity - Taking the Pulse of Diversity in the Media. A Study on Media and Diversity in EU Members States and 3 EEA countries*, Luxembourg, Office for Official Publications of the European Communities.

monthly newsletter of the Interarts organization from Barcelona called ‘Ciberkaris’¹⁹, and the bulletin prepared by the Centre d’études sur l’intégration et la mondialisation (CEIM) for the Organisation internationale de la Francophonie (OIF) called ‘Culture, commerce et numérique’²⁰. All these sources were considered in addition to the different practices detected by the researchers of the Audiovisual Diversity project during the execution of the above-mentioned projects.

It should be mentioned that UNESCO, through one of the governance bodies of the CDCE, the Conference of the Parties, has supported the creation of a database of experiences and practices, labelled ‘Selection of Innovative Examples’²¹, based on the first quadrennial reports on the application of the treaty sent by the Parties to the Convention Secretariat.

At present, the Catalog of Good Practices for Audiovisual Diversity (Figure 1), in the preparation phase by the researchers of the Audiovisual Diversity group, gathers twelve different initiatives taking place in different countries, encompassing a wide range of sectors, including videogames, radio, television and recorded music.

¹⁹ See Interarts, « Ciberkaris », newsletter.

²⁰ See CEIM, « Culture, commerce et numérique », newsletter.

²¹ The Innovative examples on cultural diversity based on the information contained in the periodic reports submitted by the Parties to the Secretariat of the Convention are classified in the following sections: Culture and Sustainable Development, Cultural Policies, Public Service Broadcasting, Digital Technologies, International Cooperation, and Participation of Civil Society.

Figure 1. Home page of the Catalog of Good Practices for Audiovisual Diversity



Source: Audiovisual Diversity research group website.

At this point, I would like to make two comments. In the first place, I should mention the difficulty in establishing compelling judgments on the sustainability and effectiveness of the analyzed cases, because some of these programs have had little development over time, so the requirement of the sustainability of over time defined above is relativized.

In the second place, in the preparation of the good practices catalog, we have found that most of the actions have their epicenter in the analog environment. In other words, we may state that there are only a few actions that

can be considered good practices in the digital audiovisual landscape: a landscape characterized by high degrees of experimentation and volatility, and unstable business models, which can be hardly generalized to cover the entire group of stakeholders involved in a given sector.

3. Examples of good practices

From the initiatives selected by the Cultural Diversity and the Audiovisual Industry research group, I have chosen two which are very different from each other in their respective offerings, funding modes, intended audiences, etc. However, both initiatives are exploring the possibilities available with digital technologies, and contributing contents for a more diverse audiovisual landscape.

3.1 The Special Broadcasting Service (SBS), Australia

As J. Ignacio Gallego²² pointed out, concern over diversity in the TV industry can be traced back many years, and is one of the concepts that has marked the formulation of TV public policy-making in different countries or the programming of both public and private TV networks. This concern has been reflected on various actions carried out by TV operators, including the British Channel 4 and the British Broadcasting Corporation (BBC), or the Flemish Radio and Television Broadcasting Organization (Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie, VRT), which introduced specific units and initiatives to address the integration and visibility of ethnic minorities and

²² Ignacio J. Gallego, 2017, "Acciones para la diversidad en la industria audiovisual: estudios de caso" in Luis A. Albornoz and M. Trinidad García Leiva, eds., *Diversidad e industria audiovisual: el desafío cultural del siglo XXI*, Mexico City, FCE (forthcoming).

people with disabilities. Furthermore, other organizations, including the French Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) or the European Broadcasting Union (EBU), have rolled out efforts to uphold the principle of diversity.

Following the mandate of the European Council, European public TV services continue to play a key role advocating for diversity. At present, this role is undergoing a transformation, following the switchover to terrestrial digital TV and the adaptation to the Internet through the introduction of online services. These services – for instance, iPlayer available from the BBC, or rtve.es available from Corporación de Radio y Televisión Española (RTVE) – are instrumental in enhancing audiovisual diversity on the Internet, positioning public services as key enablers of the access by citizens to a variety of contents, the audiovisual assets of a country, and new methods of interaction and consumption.

In this context, the first example of a good practice that I would like to introduce is that of the Special Broadcasting Service (SBS), an initiative developed since 1978 by the Australian public broadcasting sector (today Australia is a multicultural country with four million people who speak a language other than English – LOTE – at home). It was the first and only worldwide public service dedicated to multicultural and multilingual programming. SBS is a hybrid-funded Australian public broadcasting radio, online, and television network. The stated purpose of SBS is to inspire all Australians to explore, appreciate and celebrate our diverse world and in doing so, contribute to a cohesive society. The values of the company are creativity, collaboration, diversity, and respect. The Charter of SBS affirms, “The principal function of SBS is to provide multilingual, multicultural and Indigenous radio, television and digital media services that inform,

Good Practices for Cultural Diversity

educate and entertain all Australians and in doing so, reflect Australia's diverse society"²³.

Under the sphere of the Australian Federal Government, in performing its principal function SBS must:

- contribute to meeting the communications needs of Australia's multicultural society, including ethnic, Aboriginal and Torres Strait Islander communities;
- increase awareness of the contribution of a diversity of cultures to the continuing development of Australian society;
- promote understanding and acceptance of the cultural, linguistic and ethnic diversity of the Australian people;
- contribute to the retention and continuing development of language and other cultural skills;
- as far as practicable, inform, educate and entertain Australians in their preferred languages;
- make use of Australia's diverse creative resources;
- contribute to the overall diversity of Australian television and radio services, particularly taking into account the contribution of the Australian Broadcasting Corporation and the community broadcasting sector; and;
- contribute to extending the range of Australian television and radio services, and reflect the changing nature of Australian society, by presenting many points of view and using innovative forms of expression²⁴.

According to its *Annual Report 2014*, SBS operates four TV channels: SBS ONE (news, current affairs,

²³ Australie, Special Broadcasting Service, 2012, *SBS Annual Report 2011/2012*, Artarmon, Special Broadcasting Service Corporation, p. 2.

²⁴ Australie, 1991, *Special Broadcasting Service Act 1991*, p. 3-4.

documentaries, drama, sport, movies and entertainment), SBS TWO (home of emerging culture for a 16-39 year-old Australian audience, combining a unique Australian perspective with the best shows showcasing diversity from around the world), NITV (a national free-to-air Indigenous television channel which brings programming produced predominantly by, for and about Aboriginal and Torres Strait Islander people) and World Movies (showing the best films from across the world in over 70 languages from more than 45 countries on subscription television)²⁵. In 2014, 3 200 hours of television programs were subtitled across SBS's free-to-air television channel, and the content in a language other than English accounted for 45% of the SBS ONE schedule and 65% of the SBS 2 schedule.

Furthermore, SBS comprises SBS Radio and SBS Online. SBS Radio is the world's most linguistically diverse radio network, broadcasting programs in 74 languages. SBS Radio language programs are available on analogue and digital radio, digital television, online, and through the SBS Radio mobile app. Last year, 95% of radio broadcasts were in languages other than English, and SBS Radio produced 2014 FIFA World Cup commentary in 15 languages, "more than any other broadcaster globally has delivered in World Cup history"²⁶.

SBS Online is a web portal for online and mobile content, which adds depth and context to the SBS television and radio offering through cross-platform programming and exclusive online projects. Additionally, SBS Online is home to the SBS ON DEMAND catch-up viewing service, which is available on several platforms and

²⁵ Australie, Special Broadcasting Service, 2015, *SBS Annual Report 2014*, Artarmon, Special Broadcasting Service Corporation, p. 7.

²⁶ *Ibid.*, p. 16.

devices (Figure 2). Content is also available via consumer devices, mobile apps, paid services, and social networks.

According to the 2014 report of the public company:

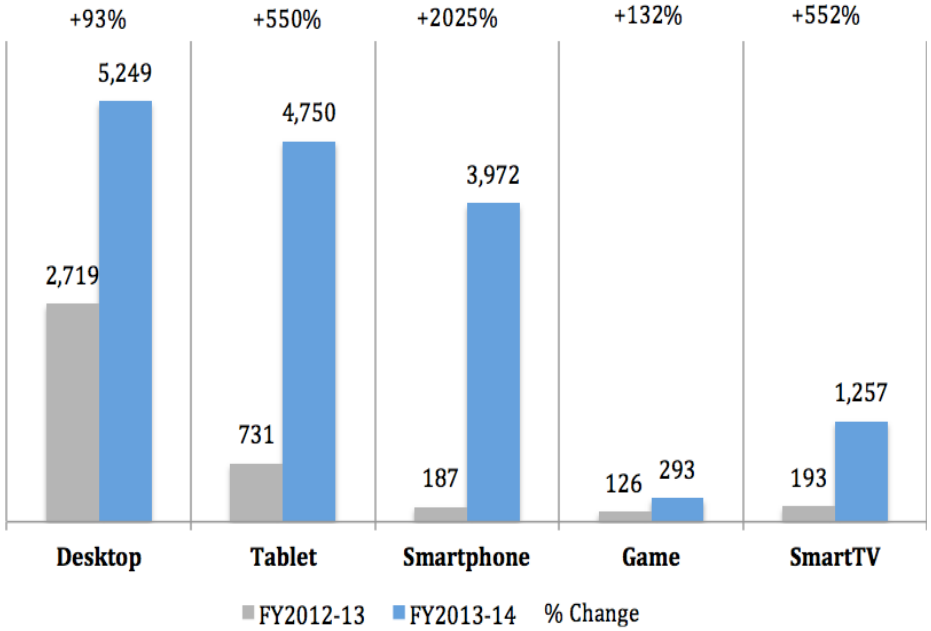
Ongoing development and growth of SBS ON DEMAND catch-up viewing continued, with the app on 18 platforms at June 2014 and retaining its position as Australia's number one Video on Demand (VOD) platform in terms of platform coverage. Its growth was boosted by emerging platforms, particularly tablets and smartphones. SBS ON DEMAND was launched on the Google Play store, Hisence Google TV sets and HbbTV. The app was launched on Xbox ONE and select Kindle devices, and updated on the Samsung App store and devices²⁷.

Likewise, SBS iOS and Android apps (Figure 3) “were downloaded 1 million times in 2013-14. In total, SBS apps have been downloaded 2.5 million times since the first app was launched in May 2011. SBS ON DEMAND became the network's most downloaded app”²⁸.

²⁷ *Ibid.*, p. 33.

²⁸ *Ibid.*, p. 34.

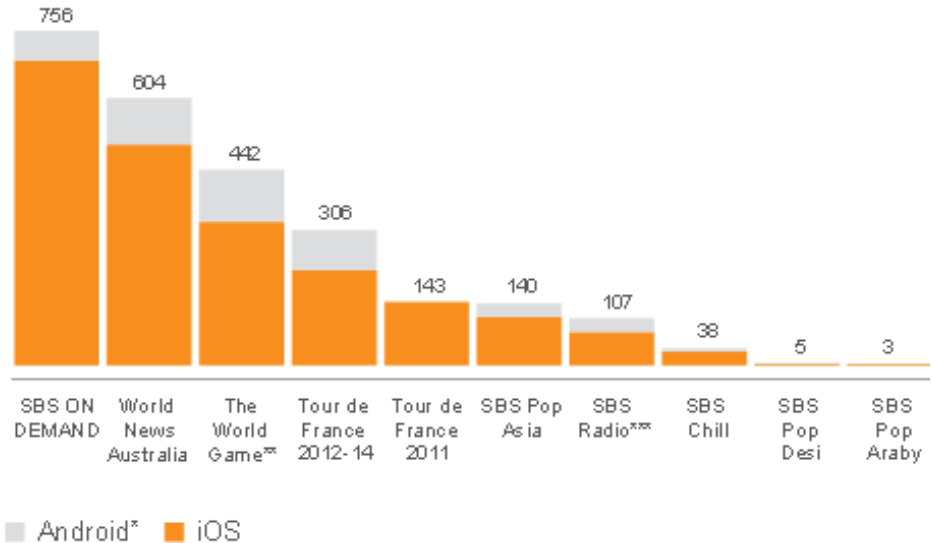
Figure 2. Total Stream Views (000s) by Main Platforms, 2012-13 vs. 2013-14



Source: own elaboration based on SBS data²⁹.

²⁹ *Ibid.*

**Figure 3. SBS app Downloads and Installs (000s)
May 2011-June 2014³⁰**



Source: SBS *Annual Report 2014* (SBS, 2015, p. 34).

As Juan I. Gallego says, in addition to its work on the dissemination and funding of different contents, SBS has played a key role in promoting studies to determine the view that the Australian population has about multiculturalism and diversity³¹. Done by prestigious academics, works such as *Living Diversity: Australia's Multicultural Future*³² and *Connecting Diversity: Paradoxes of Multicultural Australia*³³ have helped SBS to

³⁰ Notes: * Android figures include apps installed via Samsung Apps. ** The World Game includes The World Game Match Tracker and The World Game FIFA World Cup Edition. *** SBS Radio was previously known as SBS Your Language.

³¹ Gallego, *supra* note 22.

³² Ien Ang and *al.*, 2002, *Living Diversity: Australia's Multicultural Future*. Artarmon, Special Broadcasting Services Corporation.

³³ Ien Ang and *al.*, 2006, *Connecting Diversity: Paradoxes of*

adapt its programs to the new realities that are lived in the country.

3.2 The film portal PLAT, Spain

The protection and promotion of the cinema industry has been a common denominator across different countries since the first decades of the last century. The inter-war period gave way to the first set of measures introduced by European nations to preserve their respective cinema productions. In this connection, in the United Kingdom, faced with the invasion of North American films, the government adopted a quota scheme for imported films, the so-called ‘screen quota system’, and in 1933 it established the British Film Institute. In France, the government created a commission in 1946 to modernize the filmmaking industry, and in 1948 legislation was passed to stimulate filmmakers through the introduction of a tax paid by cinemagoers to feed a State-run fund.

As Bernard Gournay points out:

From the late 1940s, public interventions became widespread in the filmmaking sector: first in western nations –except for the USA – and then in other societies, industrialized or not. Most of the times, these were interventions by the central government with the consensus of professional associations, but in certain countries, regional authorities or federated states, as well as cities, launched wide-ranging initiatives. In the last fifteen years, coupled with said initiatives, a number of programs have been introduced,

promoted by European institutions: the European Council and the European Union³⁴.

These measures designed to protect national filmmaking confronting the advances of an industry that has relentlessly pushed its internationalization with Hollywood companies at the lead can be credited with being partially promoters of the principle of diversity.

Today, the new context enabled by digital technologies is transforming the production, screening, distribution and consumption of films, introducing new issues for all agents involved in the sector³⁵. While the expansion of new digital technologies opens up new challenges to face – e.g., the logic and practice of emerging global players (strong concentration, tax optimization, bypassing the systems of support for national productions) that may jeopardize cultural diversity – it also opens up possibilities for enhancing the diversity of cultural expressions, reinforcing their dissemination and broadening access to a vast audience³⁶.

In this new context, I would like to share an experience that comes from civil society in Spain. It is the film portal ‘PLAT – Plataforma de Difusión e Investigación Audiovisual / Archivo Fílmico Online’, developed as open-source software by the nonprofit association Kinora, founded in 2009 by Beatriz Navas and Víctor Berlín.

³⁴ Bernard Gournay, 2002, *Exception culturelle et mondialisation*, Paris, Presses de Science Po, p. 27-28.

³⁵ As an example, see the summary of the discussion day Universidad Carlos III de Madrid, 2014, *Exhibición cinematográfica Digital en España. Amenazas y oportunidades para la diversidad cultural*, Madrid, April 10, 2014.

³⁶ Albornoz and Garcia Leiva, *supra* note 3.

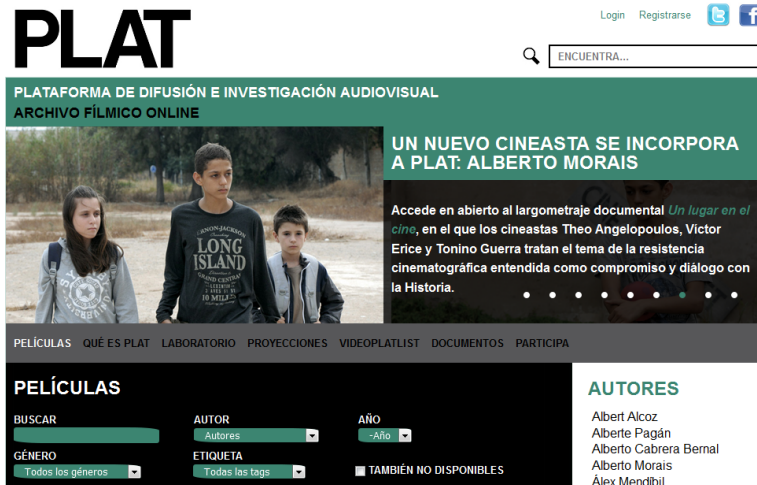
The following are excerpts from the section “What is PLAT”:

- PLAT is an initiative from Kinora, an association for audiovisual literacy, dissemination and research, developed by and for filmmakers, created after two years of meetings of filmmakers, programmers, reviewers, and cinema enthusiasts, to detect common issues, exchange ideas and set in motion possible solutions;
- PLAT is an online film archive designed to take advantage of the Internet potential to give a pluralistic view of Spanish cinema and broaden its audience beyond the specialized circuits: an audience that can demand this type of cinema in the future;
- PLAT is a 100% independent, legal, private and collective, horizontal and nonprofit platform enabling direct contact with authors without need for intermediaries. PLAT’s commitment is self-management and immediate access to contents, with no registration, subscription or payment required. For that reason, PLAT builds on the involvement of members, and its only financing source is donations direct from users;
- PLAT stands for the abbreviated form of platform, and is the Spanish acronym for the “Picto-Luminic-Audio-Tactile” concept, the technical film lab in which filmmaker and inventor from Granada, José Val del Omar, conducted his audiovisual experiences from 1973 until his last breath. His rich thinking and technical work are a source of permanent inspiration to us. Additionally, his film track record is a compelling example of artistic independence that links the first and second filmmaking avant-gardes of Spain, a

mysterious electronic mud that brings light to a new world for us. In Memoriam³⁷.

At present, PLAT (Figure 4) manages a catalog of more than 300 movies, including feature films and short films, which for the most part have been left out of the traditional distribution networks: movie theaters and TV channels. The portal includes both nonfiction and fiction, from experimental to video-art movies, with the goal to “take advantage of the Internet potential to give a plural vision of Spanish cinema and expand its audience beyond the specialized circuits”³⁸.

Figure 4. Home page of the online Spanish cinema platform PLAT



Source: image captured (October 10, 2015) from the PLAT website.

The persons responsible for this initiative that was launched in 2013, when Spain was still going through the

³⁷ PLAT (Plataforma de difusión e investigación audiovisual), 2016, "Qué es PLAT".

³⁸ *Ibid.*

toughest economic crisis of recent times, define it as an independent, legal, private and collective, horizontal, and nonprofit platform to enable direct contact with authors. PLAT differs from the rest of the online movie platforms because it offers open access to its contents (there is no requirement to register, subscribe or pay to view available contents), and there is no advertising in the portal before, during and after playing the movies.

Like the online encyclopedia Wikipedia, PLAT is funded with donations from users, and has no advertising and no public funding. According to Víctor Berlin, one of the coordinators of this platform:

We believe that [PLAT] is something that comes straight from civil society, and civil society should aspire to maintain it through donations. This is in line with one of the premises of the UNESCO Convention [on cultural diversity]: that civil society, through the use of the new technologies, should try to make up for the lack of promotion that certain works have experienced³⁹.

Additionally, this initiative shows a marked educational dimension, which can be recognized in its own production in the section ‘Guías de visionado’, in which filmmakers share the key points to understand their work, and the systematic organization of workshops and seminars on the seventh art.

Finally, it should be noted that the portal developers are working on the English version, to broaden access to new audiences. However, for the time being there is no

³⁹ Víctor Berlín, July 5, 2014, "Interview" campus of Getafe (Spain), Charles III University of Madrid.

intention to develop specific apps for digital devices, such as tablets, next-generation TV or smartphones.

Final Thoughts

Firstly, it should be noted that the notion of good or best practices, a buzzword in the different activities that have men and women as protagonists, is usually used in an unclear way in a wide range of areas. As García Leiva and Segovia⁴⁰ point out, currently, an open debate on the meaning of this term is taking place and there are critiques of the notion understood as actions that are definitive/conclusive – ‘the’ answer –, a-temporal – valid forever – and universal – replicable by others. Moreover, although the wording of the CDCE uses the term ‘best practices’, so far there is no explicit definition by this international organization about what ‘best practice’ means in terms of cultural diversity.

Consequently, before selecting any set of initiatives that might qualify as good practices, a rigorous methodological approach should define the meaning of the term. In this connection, it is imperative to understand for whom a certain action could be considered a good practice, in what social context it takes place, and what its potential impact over time is.

For actions undertaken by various social players with a positive impact on the diversity of the sectors comprised in the audiovisual industry and included in the Catalog of Good Practices for Audiovisual Diversity, good practices are defined as the practices having the following key attributes: effective, sustainable, transformative and

⁴⁰ García Leiva and Segovia, *supra* note 12.

transparent. Additionally, it was discussed whether said actions were exemplary and reflexive or thought-provoking, under the abovementioned circumstances.

For most good practices in the Catalog, it is hard to establish conclusive judgments on their sustainability and effectiveness. As Gallego⁴¹ points out, this is due to the fact that in some cases they refer to programs with a short history. Otherwise, the initiatives aimed at defending the diversity in the digital audiovisual field may come from different fronts, confirming that “good practices” mostly emanate from agents whose action in the cultural field is not primarily guided by the commercial logic in the functioning of the cultural industries.

The cases presented in this article – the Special Broadcasting Service and the film portal PLAT – represent good practices in the audiovisual sector from the production point of view, and particularly for the dissemination of minority contents. Both initiatives embrace digital technologies available to propose alternatives to traditional and commercial audiovisual media.

SBS, with a presence in the Australian landscape since the 1970s, is a clear endeavor to boost linguistic diversity by focusing on the subtitling of contents and the availability of TV, radio and multimedia programs on various platforms and devices.

PLAT is an example of the commitment of a small nonprofit association towards minority cinema contents and new talents from Spain who are not familiar faces for the wider audience. It is an attempt to ensure free access to

⁴¹ Gallego, *supra* note 22.

contents using open-source software and encouraging interactions among filmmakers and the public.

References

- Abdoulaye, Anne. 2003. "Conceptualisation et dissémination des 'bonnes pratiques' en éducation: essai d'une approche internationale à partir d'enseignements tirés d'un projet" [non publié]. Online: <http://portal.unesco.org/education/en/file_download.php/f1685fde2633dd9b3b20fd828d6bfa92abdoulaye.pdf>.
- Albornoz, Luis A. 2016. "The International Fund for Cultural Diversity: a new tool for cooperation in the audiovisual field" 22:4 *International Journal of Cultural Policies* 553-73.
- Albornoz, Luis A. and M. Trinidad García Leiva. 2017. "La diversidad cultural en el paisaje digital: panorámica de un debate en marcha" in Luis A. Albornoz y M. Trinidad García Leiva, eds., *El sector audiovisual en la era digital: políticas y estrategias para la diversidad*, Madrid, Cátedra (forthcoming).
- Albornoz, Luis A. and M. Trinidad García Leiva, eds. 2017. *Diversidad e industria audiovisual: el desafío cultural del siglo XXI*, Mexico City, FCE (forthcoming).
- Ang, Ien and al. 2006. *Connecting Diversity: Paradoxes of Multicultural Australia*. Artarmon, Special Broadcasting Services Corporation.
- Ang, Ien and al. 2002. *Living Diversity: Australia's Multicultural Future*. Artarmon, Special Broadcasting Services Corporation.
- Australie. 1991. *Special Broadcasting Service Act 1991*.
- Australie, Special Broadcasting Service. 2012. *SBS Annual Report 2011/2012*, Artarmon, Special Broadcasting Service Corporation. Online: <http://media.sbs.com.au/home/upload_media

- /site_20_rand_602172661_sbs_annual_report_2011_12.pdf>.
- Australie, Special Broadcasting Service. 2015. *SBS Annual Report 2014*, Artarmon, Special Broadcasting Service Corporation. Online: <http://media.sbs.com.au/home/upload_media/site_20_rand_88490456_sbs001_sbs_ar2014_wefinal.pdf>.
- Berlín, Victor. July 5, 2014. « Interview » campus of Getafe (Spain), Charles III University of Madrid. Online: <<https://www.youtube.com/watch?v=3DTgKIMEcn0>>.
- Cabré Castellví, M. Teresa. 2009. "Terminología y buenas prácticas" online: 12 *Publifarum*.
- CEIM. "Culture, commerce et numérique" newsletter. Online: <[ww.ieim.uqam.ca/spip.php?page=mot-ceim-chro&id_mot=199&mots\[\]=199&lang=fr](http://www.ieim.uqam.ca/spip.php?page=mot-ceim-chro&id_mot=199&mots[]=199&lang=fr)>.
- Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions*. 2005. 2440 RTNU 311.
- Diversidad Audiovisual. "Catálogo de Buenas Prácticas para la Diversidad Audiovisual". Online: <<http://diversidadaudiovisual.org/catalogo/>>.
- European Commission. 2009. *Media4Diversity - Taking the Pulse of Diversity in the Media. A Study on Media and Diversity in EU Members States and 3 EEA countries*, Luxembourg, Office for Official Publications of the European Communities.
- Gallego, J. Ignacio. 2017. "Acciones para la diversidad en la industria audiovisual: estudios de caso" in Luis A. Albornoz and M. Trinidad García Leiva, eds., *Diversidad e industria audiovisual: el desafío cultural del siglo XXI*, Mexico City, FCE (forthcoming).
- García Leiva, M. Trinidad and Ana I. Segovia. 2014. « Good practices in audiovisual diversity. Hype or hope? » 8:4 *Observatório (OBS*) Journal* 91-103.
- González Ramírez, Teresa. 2007. "El concepto de 'buenas prácticas'. Origen y desarrollo" 222 *Comunicación y*

pedagogía: Nuevas tecnologías y recursos didácticos
32-35.

- Gournay, Bernard. 2002. *Exception culturelle et mondialisation*, Paris, Presses de Science Po.
- Interarts. « Ciberkaris » newsletter. Online: <<http://www.interarts.net/es/newsletters.php>>.
- King, Kenneth. 2007. "Engaging with best practice: History and current priorities" 39 *Norrag News* 9-15.
- McKeon, Denise. 1998. "Best Practice-Hype or Hope?" 32:3 *Tesol Quaterly* 493-501.
- PLAT (Plataforma de difusión e investigación audiovisual). 2016. "Qué es PLAT". Online: <<http://plat.tv/que-es-plat>>.
- Sekhar, Anupama and Anna Steinkamp, eds. 2010. *Mapping Cultural Diversity - Good Practices from around the World*, Bonn, German Commission for UNESCO and Asia-Europe Foundation.
- Taylor, Frederick W. 1911. *The Principles of Scientific Management*, New York/London, Harper and Brothers Publishers.
- UNESCO. 2013. "Quadrennial periodic reporting: new reports and analytical summary". Working document of the seventh ordinary session of the Intergovernmental Committee for the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions, Paris, UNESCO. Online: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002248/224826E.pdf>>.
- UNESCO. 2012. "Strategic and action-oriented analytical summary of the quadrennial periodic reports" working document of the sixth ordinary session of the Intergovernmental Committee for the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions, Paris, UNESCO, December 10-14, doc. off. CE/12/6.IGC/4. Online: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002210/221062e.pdf>>.

- UNESCO. 2010. *Investing in Cultural Diversity and Intercultural Dialogue*, Paris, UNESCO.
- UNESCO and UNDP. 2013. *Creative Economy Report 2013*, Paris/New York, UNESCO/UNDP.
- Universidad Carlos III de Madrid. April 10, 2014. *Exhibición cinematográfica Digital en España. Amenazas y oportunidades para la diversidad cultural*, Madrid. Online : <http://diversidadaudiovisual.org/wp-content/uploads/2014/03/Resumen-jornadaexhibiciondigital.pdf>.

Indicateurs de diversité de la consommation culturelle au Québec

Dominique Jutras¹

Introduction

L'Observatoire de la culture et des communications du Québec a 15 ans! Par son travail, l'état de la culture au Québec est de mieux en mieux documenté, car étayé par des analyses quantitatives.

L'Observatoire, c'est une équipe d'experts qui cumule une connaissance pratique du secteur culturel doublée d'une capacité d'analyse et de réflexion théorique, par exemple sur les indicateurs² et les concepts statistiques. Cette

¹ Dominique Jutras est depuis 2007 directeur de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. Il possède plus de 30 années d'expérience dans des postes de responsabilités en culture et communication, notamment dans le champ des industries culturelles. D'abord actif dans le domaine de la diffusion en cinéma et télévision, il travaille par la suite en planification et recherche à la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC). Son parcours est marqué par l'intérêt qu'il porte à la production et au transfert des connaissances et du savoir sur la culture. À ce titre, il s'intéresse à l'étude du rôle et des enjeux sociaux et économiques de la culture.

² Institut de la statistique du Québec, 2007, *Le système d'indicateurs de la culture et des communications au Québec. Première partie : Conceptualisation et élaboration concertée des indicateurs*, Québec,

équipe s'appuie, d'une part, sur la précision scientifique de l'Institut de la statistique et, d'autre part, sur une concertation et une participation active des milieux culturels, sans oublier la contribution de nos partenaires³. C'est qu'à l'Observatoire, la qualité repose sur la concertation, la réflexion, la recherche et l'analyse.

L'Observatoire, c'est aussi la publication récurrente de bulletins statistiques, des analyses ponctuelles, dont par exemple *La balance commerciale québécoise de produits culturels*⁴ ou *l'État des lieux du cinéma et de la télévision au Québec*⁵, et des enquêtes sur les professions artistiques, notamment sur les écrivains⁶, les danseurs et chorégraphes⁷ ainsi que sur les artistes en arts visuels⁸. C'est aussi des milliers de tableaux de données. En une

Gouvernement du Québec; Québec, Institut de la statistique du Québec, 2012, *Le système d'indicateurs de la culture et des communications au Québec. Deuxième partie: les études de faisabilité*, Québec, Gouvernement du Québec.

³ Institut de la statistique du Québec, ministère de la Culture et des Communications, Bibliothèque et Archives nationales du Québec, Conseil des arts et des lettres du Québec, Régie du cinéma, Société de développement des entreprises culturelles.

⁴ Institut de la statistique du Québec, 2010, *La balance commerciale québécoise de produits culturels. Arts de la scène, cinéma et télévision et livre, 2006 et 2007*, Québec, Gouvernement du Québec.

⁵ Institut de la statistique du Québec, 2014, *État des lieux du cinéma et de la télévision au Québec. Cahier 1 – Flux financiers et organisation industrielle*, Québec, Gouvernement du Québec.

⁶ Institut de la statistique du Québec, 2012, *Les danseurs et chorégraphes québécois. Portrait des conditions de pratique de la profession de la danse au Québec, 2010*, Québec, Gouvernement du Québec.

⁷ Institut de la statistique du Québec, 2011, *Les écrivains québécois. Portrait des conditions de pratique de la profession littéraire au Québec, 2010*, Québec, Gouvernement du Québec.

⁸ Institut de la statistique du Québec, 2013, *Les artistes en arts visuels – Portrait statistique des conditions de pratique au Québec, 2010*, Québec, Gouvernement du Québec.

quinzaine d'années, l'équipe a produit plus de 150 publications.

Nos séries statistiques en culture s'enrichissent année après année. Les données sont de plus en plus éloquentes, puisque le corpus permet de décrire de mieux en mieux les tendances. Ainsi, elles constituent l'outil de base pour mesurer l'évolution de la culture au Québec et en connaître la diversité.

Le besoin de statistiques sur le secteur culturel était exprimé dans *La politique culturelle du Québec*⁹, mais il avait été formulé depuis de nombreuses années. Aujourd'hui, l'obtention de statistiques sur les industries culturelles semble aller de soi, car un simple clic sur le site Web de l'Observatoire vous permet d'accéder à une multitude de renseignements selon le domaine culturel de votre choix.

L'un des principaux mandats de l'Observatoire a été la production de statistiques visant à éclairer l'état du marché des produits culturels nationaux et de la répartition de leur consommation sur le territoire québécois. En somme, un indicateur utile pour évaluer la diversité culturelle. Pour réaliser cela, il a fallu mettre en place des systèmes de collecte de renseignements et isoler de l'information sur l'origine des œuvres culturelles appréciées par le public québécois.

Aujourd'hui, nous faisons face à un enjeu paradoxal. À l'ère des entreprises transnationales, comme Google, Amazon, Facebook et Apple (GAFA), qui cumulent, à partir d'Internet, d'importants renseignements sur les internautes et leurs pratiques, et qui ainsi disposent de

⁹ Gouvernement du Québec, 1992, *Politique culturelle du Québec. Notre culture, Notre avenir*, Québec, Agmi Marquis.

données stratégiques, il devient de plus en plus difficile pour les agences statistiques officielles d'accéder à des données sur la consommation de produits culturels pour produire des statistiques publiques.

Tout au long de ce colloque, l'accès et la diversité des contenus culturels numériques ont été au centre des débats. On constate que le modèle d'affaires des entreprises culturelles, surtout centré sur les services plutôt que sur les produits, est un autre facteur qui complique le dénombrement des œuvres consommées sur les multiples plateformes électroniques. Identifier, dans ce flux, la diversité des contenus consommés, notamment les produits québécois, constitue un défi colossal.

Néanmoins, l'Observatoire a développé quelques outils lui permettant de mettre en perspective l'incidence des plateformes numériques sur la consommation des certains contenus culturels. Jusqu'ici, nos observations portent sur la musique enregistrée¹⁰ et sur le livre numérique¹¹. Nous espérons développer des stratégies et des outils pour couvrir d'autres domaines.

1. La musique enregistrée

Ainsi, dans le domaine de la musique enregistrée, l'Observatoire fait l'acquisition de données brutes auprès de Nielsen SoundScan, une firme qui cumule de l'information provenant de la vente de la musique. Après un traitement approprié afin de classer les œuvres selon la provenance des créateurs, il est possible d'observer des

¹⁰ Claude Fortier, 2015, « Les ventes d'enregistrements sonores au Québec en 2014 » 39 *Optique culture* 1-20.

¹¹ Sylvie Marceau, 2015, « Enquête sur les ventes québécoises de livres numériques » 41 *Optique culture* 1-8.

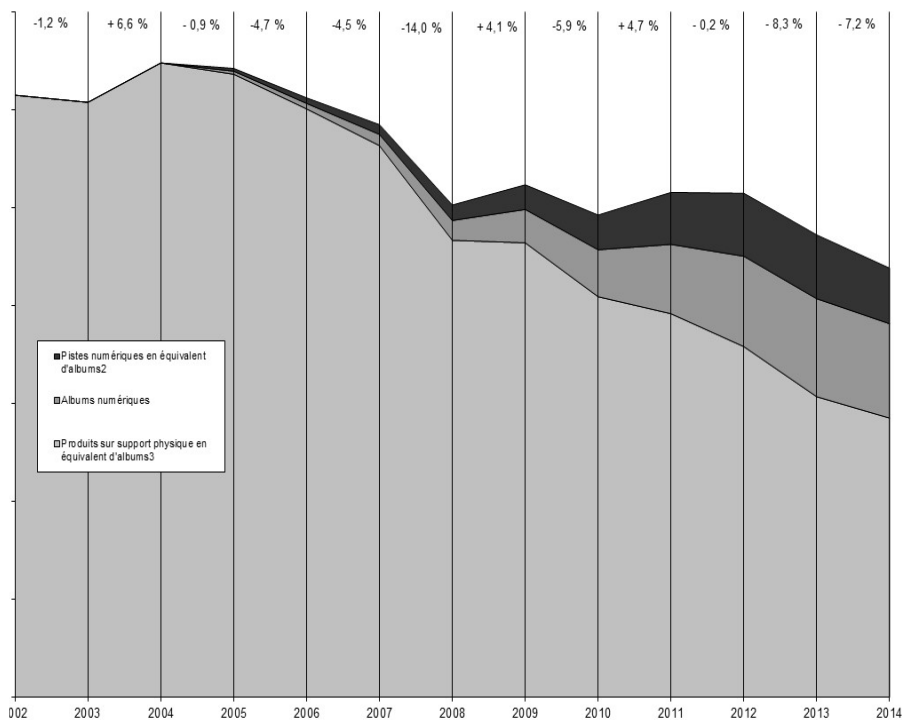
tendances marquées quant à l'évolution des ventes de la musique sur support physique ainsi que celles sur les plateformes numériques¹².

De 2005 à 2014, les ventes d'enregistrements audio en équivalent d'albums¹³ ont chuté de 32 %. Bien sûr, la chute des ventes de CD explique largement ce résultat. Cependant, plusieurs prédisaient que cette baisse serait compensée par la croissance des ventes de produits numériques. Cela s'est avéré exact seulement en 2009 et en 2011. Pour le reste, les ventes globales ont été en recul d'une année à l'autre (Figure 1).

¹² Fortier, *supra* note 10.

¹³ Ce constat est possible en convenant que 13 pistes numériques équivalent à un album. Ce barème a été établi en concertation avec l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ).

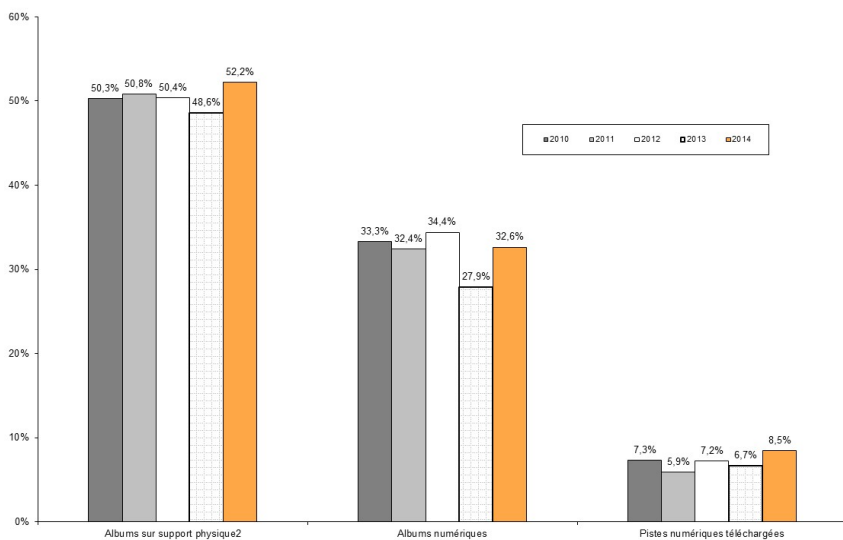
Figure 1. Ventes d'enregistrements audio selon le type de produit et variation annuelle des ventes, Québec, 2002 à 2014



Source: Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001¹⁴.
Tous droits réservés.

¹⁴ Pour 2002 et 2003, les ventes ont été calculées en cumulant 12 listes mensuelles de tous les titres d'enregistrements sonores vendus au Québec, avec le nombre d'unités vendues pour chaque titre. Le nombre des ventes d'albums physiques a été obtenu en soustrayant les vidéos musicales du nombre total d'enregistrements vendus. Ces données de ventes provenaient de Nielsen SoundScan et ont été compilées par Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal, pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. À partir de 2004, les ventes

Figure 2. Part de marché des produits québécois parmi les ventes d'enregistrements audio, selon le type de support, Québec, 2010 à 2014



Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001¹⁵.
Tous droits réservés.

d'albums physiques correspondent aux statistiques compilées par Nielsen SoundScan concernant le Québec. Ces statistiques annuelles sont basées sur le cumulatif des ventes de chaque semaine. Dans les calculs, 13 pistes numériques équivalent à un album. Incluant les albums et les disques monoplages (13 disques monoplages = un album) sur CD, cassettes ou disques vinyles. Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

¹⁵ La part des ventes dévolue aux produits québécois (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 500 titres les plus vendus pour chacun des supports durant l'année incluant les CD, les cassettes et, les disques vinyles. Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

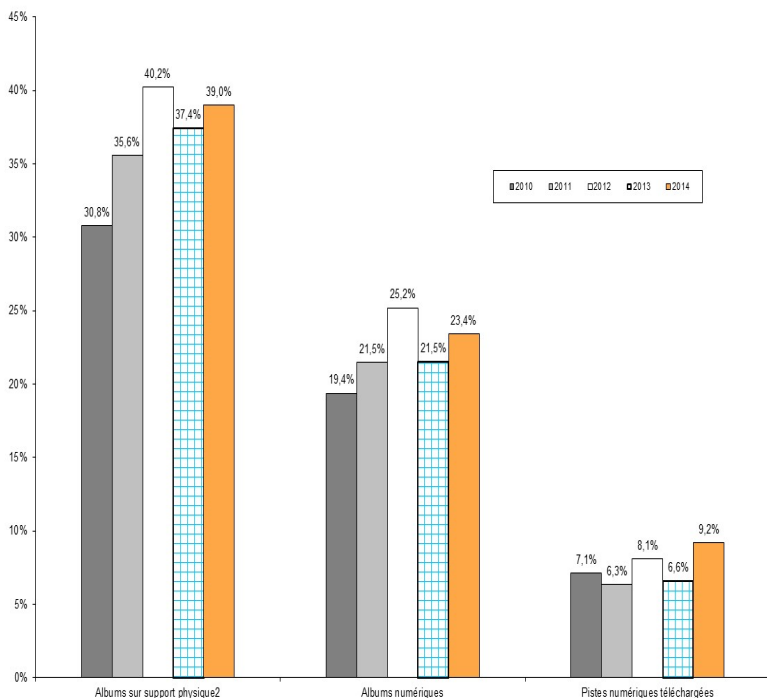
2. La part de marché des produits nationaux

Un traitement plus approfondi des données permet d'établir la part de marché des produits nationaux. On découvre alors que le marché des albums sur supports physiques se divise en deux, c'est-à-dire que 50 % des CD vendus sont des produits québécois. Cependant, pour les enregistrements sur support numérique, les parts de marché se répartissent différemment. En effet, la part des œuvres nationales parmi les ventes d'albums numériques est de 33 %, c'est-à-dire qu'un album numérique vendu sur trois est un produit québécois. Le phénomène est plus prononcé pour les ventes de pistes numériques. Dans ce cas, les produits québécois n'occupent que 7 % de ce marché (Figure 2). Malheureusement, il n'y a pas de renseignements disponibles concernant le marché de la musique en continu (*streaming*).

3. La musique francophone

Des observations similaires peuvent être faites concernant les achats de musique francophone. La part de marché attribuable à ce type de contenu est plus faible lorsqu'il s'agit de la consommation de produits numériques. Ainsi, dans le marché des albums physiques, en 2014, la part des enregistrements francophones était de 39 %, dans le marché des albums numériques, cette part était de 23 %, et dans le marché des pistes numériques, de 9 % (Figure 3).

Figure 3. Part de marché des produits en français parmi les ventes d'enregistrements audio, selon le type de support, Québec, 2010 à 2014



Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001¹⁶.
Tous droits réservés.

¹⁶ La part des ventes dévolue aux enregistrements en français (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 500 titres les plus vendus pour chacun des supports durant l'année. Incluant les CD, les cassettes et les disques vinyles. Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

4. Le livre numérique

Le marché du livre numérique suscite beaucoup d'intérêt et l'Observatoire s'est doté d'une enquête qui, à terme, permettrait de connaître la répartition du marché selon le genre de livres et, bien entendu, selon le pays de la maison d'édition. Pour la première phase du projet, les ressources ont été allouées à la mise en place d'une enquête qui fournit de l'information sur les ventes globales de livres numériques par les entrepôts et librairies numériques du Québec¹⁷. L'information recueillie en 2014 et 2015 indique que ce marché ne connaît pas la croissance que certains analystes prédisaient¹⁸. En 2014, les entrepôts et librairies numériques du Québec ont vendu 506 000 livrels, pour une valeur de 7 millions \$ CAD. Les données partielles de 2015 indiquent une baisse du nombre d'exemplaires vendus, mais une légère hausse des revenus de ventes.

5. Les ventes de vidéogrammes

Tous les observateurs du marché de l'audiovisuel ont constaté la fermeture de nombreux vidéoclubs¹⁹. Le marché de la location de vidéogrammes est remplacé par

¹⁷ Cette enquête recueille les renseignements auprès des entrepôts numériques québécois (agrégateurs ou distributeurs) quant aux transactions effectuées par leur intermédiaire. Cette information est complétée par les renseignements provenant des librairies numériques québécoises quant aux ventes de livrels (livres électroniques) qui ne transitent pas par un entrepôt numérique du Québec. Cela signifie que les résultats ne comprennent pas toutes les ventes de livrels faites auprès des Québécois. Cependant, ils incluent les ventes de livrels entreposés dans un entrepôt québécois qui sont réalisées par une librairie numérique étrangère auprès de consommateurs québécois.

¹⁸ Marceau, *supra* note 11.

¹⁹ Fortier, *supra* note 10, p. 61.

celui des abonnements sur Internet ou par des visionnements à la pièce. Néanmoins, on observe un recul moins rapide qu'annoncé des ventes de DVD. Entre 2010 et 2014, le recul est de 34 %. Toutefois, il est de 13 % sur une période de dix ans, car le sommet des ventes a été atteint en 2009. En somme, le commerce du DVD s'est transformé : parallèlement au déclin de la location, le prix du DVD a chuté ; ainsi, le consommateur qui n'a plus accès à la location peut acheter le DVD. L'effet semble ralentir le déclin de ce marché (Figure 4).

En 2010, la part de marché des DVD québécois était de 6,3 %, alors qu'en 2014, elle est de 4,4 %. Il y a donc là aussi une concentration de l'origine des DVD achetés et potentiellement un effritement de la diversité selon la provenance. En effet, la part de marché des DVD provenant des États-Unis est passée de 77,1 % à 83,6 % pendant cette même période.

Figure 4. Ventes de DVD, 2005 à 2014²⁰



Source : Nielsen VideoScan inc., © Nielsen VideoScan inc., 2001.
Tous droits réservés.

6. La diversité dans la consommation des produits culturels numériques

Ces quelques exemples démontrent, entre autres, que l'enjeu de diversité dans la consommation des produits culturels numériques est bien réel. Il semble y avoir une plus forte concentration de la demande autour de produits *mainstream* que lorsque les produits culturels sont achetés

²⁰ Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

sur supports physiques dans des établissements spécialisés (librairies, disquaires, etc.). La part de marché des produits nationaux semble particulièrement affectée par les nouvelles façons d'accéder aux produits culturels. L'acte de la consommation de ces produits change. Il n'y a pas de doute que l'offre s'est grandement accrue, mais la contrepartie de cette surabondance se trouve peut-être dans la capacité d'accéder aux œuvres nationales. Il devient plus difficile de discriminer les produits devant l'abondance et la stratégie de marketing de certaines entreprises. Incidemment, la promotion des œuvres est au cœur de cet enjeu, les prescripteurs de goûts (critiques, journalistes, blogueurs, etc.) ont changé et sont souvent remplacés par des algorithmes, tant leurs fonctions que leur influence sont bouleversées. Est-ce que la diversité y perd ou y gagne au change ?

Conclusion – Le rôle de l'Observatoire

L'enjeu actuel pour l'Observatoire, à l'instar des agences statistiques officielles, est de disposer de nouveaux outils pour collecter de l'information de qualité sur la consommation des produits culturels numériques permettant de produire des statistiques fiables et pertinentes qui contribuent objectivement à la vie démocratique. Toute politique culturelle mérite d'être éclairée par des données de qualité. Les entreprises culturelles ont également besoin de statistiques pour orienter leur contribution à l'évolution de la création et des cultures nationales.

Afin de poursuivre sa mission, l'Observatoire doit maintenir sa pertinence et adapter ses stratégies de collecte d'information aux réalités de l'ère numérique. Cela repose sur le soutien qu'il reçoit de ses partenaires et de ses usagers. Les statistiques sur la culture permettent à tous

ceux qui croient que la culture a un rôle identitaire et économique de premier plan d'en démontrer la réalité.

Bibliographie

- Fortier, Claude. 2015. « Les ventes d'enregistrements sonores au Québec en 2014 » 39 *Optique culture*.
- Gouvernement du Québec. 1992. *Politique culturelle du Québec. Notre culture, Notre avenir*, Québec, Agmi Marquis.
- Institut de la statistique du Québec. 2015. *Statistiques sur l'industrie du film et de la production télévisuelle indépendante*, t. 2, Québec, Gouvernement du Québec. En ligne : <www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/cinema-audiovisuel/film2015-tome2.pdf>.
- Institut de la statistique du Québec. 2014. *État des lieux du cinéma et de la télévision au Québec. Cahier 1 – Flux financiers et organisation industrielle*, Québec, Gouvernement du Québec. En ligne : <www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/cinema-audiovisuel/etat-lieu-cine-tele.html>.
- Institut de la statistique du Québec. 2013. *Les artistes en arts visuels – Portrait statistique des conditions de pratique au Québec, 2010*, Québec, Gouvernement du Québec. En ligne : <www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/arts-visuels/mono-arts-visuels.pdf>.
- Institut de la statistique du Québec. 2012. *Le système d'indicateurs de la culture et des communications au Québec. Deuxième partie : les études de faisabilité*, Québec, Gouvernement du Québec. En ligne : <www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/systeme-indicateurs-2.html>.
- Institut de la statistique du Québec. 2012. *Les danseurs et chorégraphes québécois. Portrait des conditions de pratique de la profession de la danse au Québec, 2010*,

Québec, Gouvernement du Québec. En ligne : <http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/livre/ecrivains/ecrivains.pdf>.

Institut de la statistique du Québec. 2011. *Les écrivains québécois. Portrait des conditions de pratique de la profession littéraire au Québec, 2010*, Québec, Gouvernement du Québec. En ligne : <http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/arts-scene/danseurs-choregraphes/danseurs-choregraphes.pdf>.

Institut de la statistique du Québec. 2010. *La balance commerciale québécoise de produits culturels. Arts de la scène, cinéma et télévision et livre, 2006 et 2007*, Québec, Gouvernement du Québec. En ligne : www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/economie/balance-commerciale.pdf.

Institut de la statistique du Québec. 2007. *Le système d'indicateurs de la culture et des communications au Québec. Première partie : Conceptualisation et élaboration concertée des indicateurs*, Québec, Gouvernement du Québec. En ligne : www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/systeme-indicateurs-1.html.

Marceau, Sylvie. 2015. « Enquête sur les ventes québécoises de livres numériques » 41 *Optique culture*.

**IV. Enjeux et défis
techniques, linguistiques,
socioculturels et éducatifs
liés à l'appropriation du
numérique et à l'évolution
d'Internet**

Annuaire multiples dans Internet : Des Racines Ouvertes, l'élément qui modifie la donne

Louis Pouzin et Chantal Lebrument¹

1. Internet, Catenet, Réseau de réseaux

C'est l'invention par l'équipe de Cyclades dirigée par un ingénieur français, Louis Pouzin², du protocole

¹ Ayant inventé le « datagramme », première réalisation de commutation de paquets (un modèle adopté ensuite sous le nom de TCP-IP), Louis Pouzin est reconnu pour être un des créateurs d'Internet et du Web. En 2013, il a reçu le prix *Queen Elizabeth Prize for Engineering* pour avoir construit les bases du Web d'aujourd'hui. Expert en communications et réseaux d'ordinateurs, M. Pouzin est actuellement directeur des projets dans EUROLINC, une association pour promouvoir l'usage des langues natives dans l'Internet, et il est également Président de la société *Savoir-Faire* qui diffuse le modèle Open-Root pour la gestion des noms de domaine de 1^{er} niveau.

Active dans les réseaux depuis la fin des années 80, experte dans la gestion technique des Noms de domaine (DNS), Chantal Lebrument est spécialisée dans la gestion de projets industriels liés à Internet. Elle est présidente d'EUROLINC, une association œuvrant pour le multilinguisme et une meilleure gouvernance de l'Internet, et Directrice de *Savoir-Faire*, en collaboration avec Louis Pouzin. Impliquée depuis 2003 dans tous les Sommets sur la Gouvernance de l'Internet, elle possède une connaissance approfondie du milieu international ainsi que de ses enjeux et pressions.

² Louis Pouzin, 2016, « Internet : le libéralisme au service de

Datagramme³ qui a permis de résoudre la difficulté technique de transporter des paquets de données numériques d'un point A à un point B sans établir au préalable un canal de communication, au contraire de l'Arpanet⁴.

Like the small groups that created the ARPANET, the Cyclades team worked with a collaborative and optimistic spirit and a keen sense of purpose that typically accompanies groundbreaking research. Former Cyclades members remember their work as a “conquistadores” and “cowboys” adventure, where they “colluded as thick as thieves” and were constantly “on to something.” And they all remember that Pouzin was uncompromising: he did not make concessions, and he possessed an “instinctive, probably genetic” revulsion toward monopolies and those who made unwise technical decisions based on political motivations⁵.

Si cette invention majeure a été stoppée aux niveaux politiques européens par absence de vision stratégique, ces travaux ont été repris par d'autres et, à part quelques modifications, c'est de ce même Internet

l'impérialisme » 712 *La jaune et la rouge*.

³ Voir Louis Pouzin, 2015, « Lovie Awards Lifetime Achievement Tribute ». [En ligne].

⁴ Pour une histoire de l'Arpanet, voir David Carlson, 2009, « Arpanet ». [En ligne].

⁵ Andrew L. Russel, et Valérie Schafer, 2014, « In the Shadow of ARPANET and Internet - Louis Pouzin and the Cyclades Network in the 1970s » 55:4 *Technology and Culture* 880-907, p. 889.

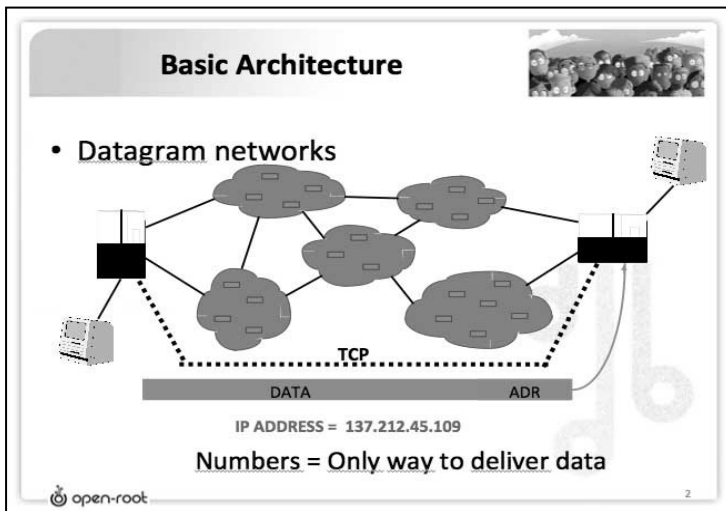
dont nous nous servons tous les jours. Ainsi, il s'agit d'un protocole qui est inchangé depuis les années 1970 et où les notions de souveraineté numérique, de multilinguisme et de sécurité n'existaient pas.

2. Éléments de base

2.1 Comment les paquets d'information sont envoyés

Tout ce que vous écrivez ou envoyez dans un environnement Web est aussitôt transcodé en chiffres pour être envoyé sous forme de paquets (datagramme) aux machines du réseau (Graphique 1).

Graphique 1. Architecture de base du datagramme
« Humans love names, machines use numbers »



Source : © Open-root.

2.2 Comment les paquets sont gérés

Jusqu'en 1982 il n'existait pas de nommage codifié dans les communications au travers du réseau : chaque machine avait son *nickname* qui était aussitôt traduit en chiffres, le n°IP (*Internet Protocol*).

Entre les phénomènes de mode (des centaines de *DarkVador*), d'homonymies et de confusion, des centaines de *directories* locaux virent le jour. Mais, jusqu'en janvier 1998, un seul homme gérait la cohérence du système, Jon Postel, pionnier du réseau⁶. Il distribuait gratuitement les noms de domaine sur simple demande aux internautes du monde entier, essentiellement des chercheurs et des universitaires.

3. Le Domain Name System (DNS)

C'est en 1983 que fut lancé le DNS (serveurs de nom) qui permettait de hiérarchiser les recherches et de mieux identifier les machines connectées à Internet.

3.1 Comment fonctionne le DNS

Les Humains lisent souvent de gauche à droite, le DNS lit toujours les noms de droite à gauche. Le DNS⁷ décode un nom sur l'Internet (Figure 1) :

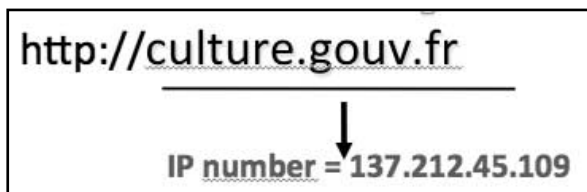
- .fr Nom de domaine de 1^{er} niveau, appelé *Top Level Domain* (TLD);
- .gouv Nom de domaine de 2^e niveau, appelé Nom de domaine;

⁶ Open-root, 2016, « The Innovation Award ».

⁷ L'ensemble des Top Level Domain (TLDs) du DNS est habituellement appelé « Racine ».

- .cultureNom de domaine de 3^e niveau, appelé sous-domaine, souvent www.

Figure 1. Lecture d'un DNS



Source : www.culture.gouv.fr.

4. Un Internet, des *Directories*

Le réseau « unique » reliant le monde entier est une vision philosophique. L'Internet est constitué de réseaux maillés (Catenet) reliant entre eux des serveurs de noms, des serveurs d'application, de courriels, etc. L'ensemble est géré par des ingénieurs réseaux (les SysAdmin) répartis au gré des pays, des centres de recherche, des universités. Il suffit d'avoir accès à un n°IP pour gérer un réseau, en interne (c'est alors un Intranet), privé (un Extranet) ou en liaison avec un ou des Serveurs de noms connectés également avec un n°IP (un Internet).

C'est toujours le Catenet imaginé par l'équipe Cyclades dans les années 70 qui est utilisé (un réseau de réseaux) et le protocole de base est toujours le datagramme.

Au fil des ans le discours dominant a varié : certains parlent d'unicité du réseau, du risque de fragmentation, d'un Internet parallèle. ce qui n'a aucun rapport avec la réalité d'un réseau interconnecté où les échanges d'information sont sous forme numérique et ne naviguent qu'avec des n°IP. Il n'y a qu'un Internet mais de multiples *directories*.

La création d'un *Directory* Internet nécessite : une bonne connexion réseau; un ou deux n°IP; un ensemble de serveurs de nom (ceux qui transcendent en n°IP) répartis de par le monde; un excellent ingénieur réseau pour la gestion (SysAdmin); et des clients.

Une fois ces conditions de base remplies vous avez un « Internet ». Il en existe des dizaines dont certains sont connus et d'autres pas : du navigateur de Google (Chrome) qui a son propre DNS en parallèle de l'ICANN, à des opérateurs commerciaux comme NameSpace en passant par Open-Root, ce sont tous des Internet en Racines Ouvertes. Ce terme est en opposition au développement d'un Internet « fermé », né de la volonté d'un État à imposer sa gouvernance sur ce réseau de réseaux.

Figure 2. L'Internet a de multiples annuaires



Source : © Open-root.

5. Retour historique

5.1 Le développement : 1983 à 1989

Initié dans le cadre de l'International Network Working Group (INWG), devenu par la suite International Federation for Information Processing Working Group 6.1 (IFIP WG-6.1), le développement de l'Internet s'est fait aux États-Unis grâce au développement du TCP/IP par des chercheurs avec lesquels Louis Pouzin avait partagé ses recherches sur le datagramme, Robert Kahn et Vinton

Cerf⁸. Le gouvernement Clinton avec à sa tête Al Gore a vite compris l'intérêt de cette technologie et des fonds très importants ont été libérés pour en faire un réseau américain. Les règles en vigueur dans l'administration des États-Unis se sont appliquées, notamment le codage en ASCII décidé par l'administration Reagan en 1989.

5.2 Le monopole : 1983 -1998

De 1983 à fin 1998, un seul homme gérait la cohérence du système, Jon Postel, pionnier du réseau. Il distribuait gratuitement les noms de domaine sur simple demande.

En 1998 le gouvernement américain a mis en application sa décision de créer un organisme en charge des noms de domaine de 1^{er} et de 2^e niveaux : l'Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN). Une société privée à but non lucratif juridiquement basée en Californie mais dépendant du Département du Commerce (DoC) des États-Unis. La forme juridique de cette création implique qu'il n'y a ni Rapport Annuel ni publication de budget et de dépenses.

Pendant ce temps, les réseaux existants en dehors de celui de l'ICANN sont restés en place, indépendants et interconnectés au réseau de base, le Catenet.

Dès son lancement en 1998 l'ICANN a verrouillé la création des Noms de domaine et la gestion des TLDs en faisant un commerce très lucratif et opaque. Les gouvernements autres que celui des États-Unis n'avaient ni la maîtrise ni le choix de leur TLD, des tarifs ont été imposés et la notion de « renouvellement » pour les noms

⁸ Voir QEPE (Queen Elizabeth Prize for Engineering), 2016, « Winners 2013 ». [En ligne].

de domaine de 2^e niveau est apparue. L'opérateur d'un TLD devenant de fait seul maître à bord et créant un univers concurrentiel avec une règle du premier arrivé, premier servi. L'interdiction des homonymies et un *Directory* unique à un niveau mondial ont largement favorisés l'éclosion d'un marché noir et l'apparition de métiers liés au détournement de noms de domaine convoités.

Le commerce a pris le pas sur la gestion du réseau pour le plus grand profit des entreprises en position de monopole. L'ICANN a pris une importance politique dans le monde de l'Internet et ses dizaines de comités et d'organisations en font une nébuleuse aux sigles incompréhensibles aux non-initiés.

5.3 La contestation : 2003-2005

Dès 1998 des pays s'étaient émus de ne pas avoir le contrôle de leur TLD et d'être exclu de la gestion de l'Internet ICANN. L'Organisation des Nations Unies (ONU) a été saisie de cette question et, du 10 au 12 décembre 2003, à Genève, s'est ouverte la première phase du Sommet mondial sur la société de l'information (SMSI) sous l'égide de l'ONU incluant gouvernements, société civile, technique et business (SMSI, 2015). Cela a été le départ d'une prise de conscience et de contestation de pays qui ne supportaient plus de ne pouvoir gérer eux-mêmes leur Internet. En fait, par gestion il fallait entendre la gestion de leur extension pays, le TLD, qui jusqu'en 2003, était gérée en Californie.

La 2^e phase du SMSI, qui a eu lieu à Tunis du 16 au 18 novembre 2005, a donné lieu à des discussions âpres et même si le gouvernement des États-Unis a semblé céder sur la forme, il n'en n'a rien été sur le fond : la « racine » est toujours unique et toujours gérée par un organisme

californien sous les ordres du Département du Commerce des Etats-Unis.

5.4 De l'utilité des Sommets Onusiens

Si en apparence rien n'a vraiment bougé depuis 10 ans, c'est au cours de ces réunions que s'est forgée une prise de conscience sur le problème du multilinguisme et l'inégalité de traitement des pays en développement face aux pays anglo-saxons.

Le gouvernement des États-Unis ayant fait front face aux critiques, la nécessité d'avancer et de trouver des solutions a prévalu : si le barrage ne se déplace pas, on le contourne. C'est pourquoi dans l'Internet réel de nombreuses avancées ont été observées, dont des solutions aidant au multilinguisme et à l'indépendance.

5.5 L'exemple Chinois

因 特 网

Qu'est-ce ? C'est l'Internet Chinois, lancé en 2006 par le gouvernement suite aux Sommets infructueux du SMSI. Décidé dès 2004, initié en 2005 et lancé en 2006 avec un double répertoire :

- l'un en chinois simplifié (en ASCII), réservé à un petit nombre d'internautes surveillés et nécessitant une autorisation spécifique pour les non-chinois voulant gérer un site web (le ICP Number)⁹. Très

⁹ L'ICP Number est visible en bas de page de tous les sites Internet gérés par des « étrangers », c'est un lien direct vers le Ministère

- peu de serveurs de noms pour les échanges avec l'ICANN, le TLD est le *.CN*;
- l'autre en chinois traditionnel (en Ipv6), avec un répertoire national, sans accès direct aux serveurs de l'ICANN. Accessible par défaut à tous les chinois de la Chine continentale, le TLD est *.COM.CN* mais seul le *.CN* est visible par les internautes.

C'est une Racine Ouverte, gérée à un niveau gouvernemental; un choix politique pour se démarquer du gouvernement des Etats-Unis. Cependant, la raison de ce double index est aussi culturelle et linguistique. La langue traditionnelle est celle de plusieurs millénaires de production littéraire et poétique, également celle de la pharmacopée chinoise, et ces ressources ne sont pas traduites en mandarin.

6. Les Racines Ouvertes, une réalité méconnue

Une Racine Ouverte, c'est lorsqu'un opérateur utilise l'Internet (le Catenet de base) avec des Serveurs de nom différents de ceux du système fermé de l'ICANN. C'est une réalité dans le monde de l'Internet depuis le milieu des années 1990. Les Racines ouvertes sont souvent créées et utilisées pour des marchés de niche. En 2012, on recensait plus de 50 opérateurs de Racines Ouvertes; chacun avec un modèle économique spécifique et des clients industriels, des PME ou associatifs.

Parmi les racines ouvertes existantes, nous ne citerons qu'en exemple les TLDs suivants :

chinois de l'intérieur et de la propagande.

Africa; Age; Agency; Akademie; Antiques; Artists; Auction; Beer; Bicycle; Books; Brasil; Budapest; Capital; Casino; Coffee; Cult; Dictionary; Erotic; Film; Games; Graphics; Guitar; History; Jazz; Kids; Library; Medical; Ngo; Nigeria; Ocean; Privacy; School; Shareware; Skate; Sverige; Theatre; Underground; Wine.

À l'occasion d'un procès intenté en 2012 par un de ces opérateurs (Name Space)¹⁰ contre l'ICANN, on découvre la liste des TLDs gérés dont plus de 189 existent déjà ou vont exister au sein de l'ICANN. Une preuve de plus que les annuaires ne sont pas exhaustifs et peuvent cohabiter sans problème dans le monde numérique du web.

6.1 La Racine Ouverte de Google, une exception

Lorsque vous utilisez le navigateur de Google (Chrome) vous êtes dans une Racine Ouverte, en dehors de la Racine de l'ICANN. De façon masquée, Google prend la main sur votre ordinateur et modifie les informations de connexion (n°IP de type 8.8.8.8. ou 8.8.4.4); vous êtes alors dans la seule sphère de Google qui a accès à toute votre navigation à son seul profit. Un accord passé avec l'ICANN rend cette navigation totalement transparente.

6.2 Naviguer avec une Racine Ouverte

Être dans une Racine Ouverte, c'est utiliser des Serveurs de nom différents de ceux de l'ICANN. C'est un choix de l'internaute qui doit modifier l'inscription DNS de son poste (ordinateur, tablette, smartphone), cela se fait lors de

¹⁰ UNESCO, 2016, *Multilingualism in Cyberspace. Proceedings of the Ugra Global Expert Meeting*, Moscou, Interregional Library Cooperation Centre, p. 124.

la 1^{ère} connexion, en général à l'aide d'un EXE ou d'une APP (IOS - Android).

Mais, une Racine Ouverte peut contenir plusieurs Racines, dont celle de l'ICANN et l'internaute a alors accès aux contenus de plusieurs opérateurs : Open-Root, ICANN, Racine Chinoise, Arabe, etc. Une fois cette modification réalisée dans son poste, l'internaute a accès à l'ensemble de la réalité de l'Internet pour ses navigations immédiates et futures.

7. L'indexation : faux problème, vrai argument

Argument récurrent, la problématique de l'indexation des sites et pages de sites en Racine Ouverte est souvent associée en Europe à l'indexation dans le moteur de recherche de Google. Mais, tout comme les autres moteurs existants, seul 5% et au grand maximum moins de 10% des pages du web sont répertoriées. De plus, Google et les moteurs de recherche n'indexent pas la Racine, qui n'est qu'un n°IP, ni le TLD utilisé, mais le contenu des pages. La toute récente étude du spécialiste de l'indexation MOZ donne la liste des critères pris en compte par Google où le TLD et le Nom de domaine arrivent en 8^e place sur 9¹¹.

Certaines pages de site en Racine Ouverte sont référencées dans Yahoo et d'autres apparaissent dans Yandex ou Bing, sans raison connue. Mais être peu référencé est pour beaucoup un avantage.

8. Les avantages d'une Racine Ouverte

En l'état actuel, seule la Racine de l'ICANN est proposée

¹¹ Moz, 2016, « Search Engine Ranking Factors ».

par les Fournisseurs d'Accès à Internet (FAI) pour atteindre un site. Ne proposer qu'un système « fermé » sous monopole est une anomalie qui enferme les internautes dans un système propriétaire.

Les Racines Ouvertes sont un modèle économique original qui permet de créer des services innovants : liberté de gestion de son nommage avec la création d'homonymes à la manière des Marques qui sont régulées en système de Classes par l'OMPI : sites en langues natives permettant un réel multilinguisme (possible pour tous les scripts possédant une écriture). C'est un modèle qui permet de préserver ses données personnelles et de choisir son niveau de visibilité sur Internet.

En prenant exemple sur la Racine Ouverte Open-Root nous pouvons lister quelques uns de ces avantages :

- Etre protégé des spammeurs et des attaques de phishing (site web détournant les internautes vers des sites pirates), les n°IP n'étant pas listés dans les envois en masse;
- Ne pas dépendre d'un fournisseur unique, en position de monopole;
- Choisir son TLD sans pression, avec des tarifs négociables;
- Avoir la gestion de son nommage car lorsque l'on achète son TLD on peut créer autant de « noms de domaine » de 2^e niveau que de besoin, gratuitement;
- Les « noms de domaine » cessent d'être des enjeux de spéculation et peuvent être créés pour des besoins réels, dans la langue et le script nécessaire. Utilisés pour des événements ponctuels ils peuvent être délaissés sans risque d'être repris par un concurrent;

- Choisir sa zone de clientèle, son degré d'ouverture aux clients de l'ICANN;
- Travailler avec d'autres Racines Ouvertes.

Conclusion

Pour un pays c'est le gage de sa souveraineté numérique, hors du contrôle des monopoles locaux, avec une rapidité et un coût réduit de connexion, à l'abri de la National Security Agency (NSA) et du Federal Bureau of Investigation (FBI). Pour un locuteur non-ASCII c'est la possibilité de communiquer avec d'autres internautes, dans sa langue, en accord avec le clavier utilisé. Pour une association ou une entreprise, c'est un budget prévisible et une ouverture vers l'innovation et la création. Pour un internaute c'est l'assurance d'une navigation éthique, rapide et innovante. L'utilisation de Racines Ouvertes est une rupture culturelle similaire à celle du Logiciel Libre face au monopole de Microsoft.

Bibliographie

- Carlson, David. 2009. « Arpanet ». En ligne : <http://iml.jou.ufl.edu/carlson/History/arpanet.htm>.
- Moz. 2016. « Search Engine Ranking Factors ». En ligne : <https://moz.com/search-ranking-factors>.
- Open-root. 2016. « The Innovation Award ». En ligne : <http://www.open-root.eu/about-open-root/news/the-innovation-award>.
- QEPE (Queen Elizabeth Prize for Engineering). 2016. « Winners 2013 ». En ligne : <http://qeprize.org/winners-2013/>.
- Pouzin, Louis. 2016. « Internet : le libéralisme au service de l'impérialisme » 712 *La jaune et la rouge*. En ligne : <http://www.lajauneetlarouge.com/article/internet-le->

- liberalisme-au-service-de-
limperialisme#.V5DfWDnhD6a>.
- Pouzin, Louis. 2015. « Lovie Awards Lifetime Achievement Tribute ». En ligne : <<https://youtu.be/UmbCcUe6dZk>>.
- Russell, Andrew L. et Valérie Schafer. 2014. « In the Shadow of ARPANET and Internet - Louis Pouzin and the Cyclades Network in the 1970s » 55:4 *Technology and Culture* 880-907.
- SMSI (Sommet mondial sur la société de l'information). 2015. « Page d'accueil ». En ligne : <<http://www.itu.int/net/wsis/index-fr.html>>.
- UNESCO. 2016. *Multilingualism in Cyberspace. Proceedings of the Ugra Global Expert Meeting*, Moscou, Interregional Library Cooperation Centre.

Big data: In search of World-society

Lei Yan¹

Introduction

The World, as an obvious geographical reality, is the most encompassing humanity-inhabited space. It has a capital W and its extension reaches to the planet Earth. This relevant World-scale space has emerged since our ancestor Homo sapiens migrations in the Palaeolithic era. It continues to evolve in the process of globalization, which defines the World as “not only the frame including other spaces but a relevant space in itself”². As the geographer Jacques Lévy argued, there are four principals of the contemporary World: (i) a set of worlds (the physical distance divides the World into separated communities); (ii) power fields (the geopolitical logics

¹ Lei Yan est candidat au doctorat au sein du laboratoire Chôros de l'École Polytechnique Fédérale de Lausanne (EPFL). Après avoir obtenu son master de Philosophie/Sociologie à l'Université Paris-Sorbonne (Paris-IV), il a rejoint l'EPFL où il mène sa recherche doctorale sur l'exploration de la Société-Monde dans l'espace d'Internet. Ses travaux portent essentiellement sur les divers composants du Monde: l'individu, l'espace, les politiques, la mondialisation et les traces numériques.

² Jacques Lévy, 2015, "Exploring Humans' Space: An introduction to geographicity. Session 2: Inventing the World", Online course, Edx.

only focus on territorial boundaries between different states); (iii) hierarchical network (a unified system on the basis of human production and world trade); (iv) World-society (the World is a society which implies a global way of dealing with global problems).

Globalization is not merely an economical term related to international firm and global market. Conversely, it is important to understand it from social and political perspectives. For global citizens, a cosmopolitan vision is continuously formed through an establishing political legitimacy on the global scale. The cosmopolitanism involves global consciousness and experience of individuals in order to cope with boundary-weakening cultural differentiations, and global challenges. As the sociologist Ulrich Beck demonstrated, cosmopolitanization is a worldwide recognition of humanity concerning the development of global movements and the emergence of institutionalized non-state actors. In this article, we aim to study the World and measure an emerging global political society. Facing to such a colossal and complicated research object, how can we approach it by scientific ways?

Today we are producing and using a large amount of data. The economists Viktor Mayer-Schönberger and Kenneth Neil Cukier concluded that the essence of the World pertains to data³. In companies, governments, and universities, big data is pervasively valorised. Its computational approaches permeate through various domains of sciences and humanities. It is interesting to outline new geographical practices under the influence of big data. As the geographers Mark Graham and Taylor

³ Viktor Mayer-Schönberger and Kenneth Cukier, 2013, *Big data, a revolution that will transform how we live, work and think*, Boston, Houghton Mifflin Harcourt.

Shelton illustrated, “The prevalence of the big data meme might lead to a new scientific, positivist, and quantitative turn in the social sciences by reducing the space for critical, qualitative, and post-positivist research”⁴. Nevertheless, big data should be embedded in different contexts generated by specific political and spatial practices. Moreover, it is necessary to put forward relevant questions before considering what kind of available datasets and computational methods can be applied.

In this article, we will argue the relationship between World-society and big data, and specify an initial procedure of exploring an emerging World-society through user-generated-content corpus, Wikipedia in particular. Our text is composed of three main parts: (i) Internet: a global public sphere, (ii) Geographical turn and big data, and (iii) Wikipedia and an emerging World-society. In the conclusion, we discuss the future of big data and World-society.

1. Internet: a global public sphere

Internet favours a public sphere beyond nation-states. As the sociologist Henri Lefebvre distinguished, there are three types of space: conceived space, perceived space, and experienced space. Internet space⁵ presupposes a kind of social production. This is because based on networked computational infrastructures and diverse digital objects, Internet involves multiple social actors and incorporates individual and collective experiences into a transnational

⁴ Mark Graham and Taylor Shelton, 2013, « Geography and the Future of Big Data; Big Data and the Future of Geography » 3:3 *Dialogues in Human Geography* 255-61, p. 257.

⁵ Boris Beaudé, 2012, *Internet, changer l'espace, changer la société*, Paris, Éditions FYP.

public sphere. Internet space helps to (re)construct the legitimacy and efficacy of a networked public sphere⁶ on a global scale.

Theoretically, public sphere is “a key institutional component of national Westphalian democracy”⁷. Empirically, it critiques and identifies the Westphalian democratic deficits. Facing to the limitation of the Westphalian frame, the sociologist Nancy Fraser presupposed a critical theory on the basis of the legitimacy and efficacy of post-Westphalian public spheres. *Legitimacy* refers to the inclusiveness of entire actors (who) and the participatory parity of discussion terms (how). The most important point is to involve people in “a common set of structures and/or institutions that affect their lives”⁸ without reference to political citizenship. *Efficacy* concerns a political force which is capable of reflecting the general will of civil society and making decision-makers accountable to people’s opinion. The Westphalian power of the public sphere becomes irrelevant. This is because diverse issues such as global warming, terrorism, immigration, and human rights are rarely tackled within national borders. It is Internet space that begins to play a vital role in today’s transnational legitimacy and efficacy. The multidirectional connections in the networked environment and the lower cost of speaking lead to more online participations. Specifically, Internet engages a large number of nonmarket and nongovernmental actors in the production of information and culture. Individuals participate themselves in public

⁶ Yochai Benkler, 2006, *The Wealth of Networks, How Social Production Transforms Markets and Freedom*, New Haven, Yale University Press.

⁷ Nancy Fraser, 2009, *Scales of Justice: Reimagining Political Space in a Globalizing World*, New York, Columbia University Press, p. 81.

⁸ *Ibid.*, p. 22.

discourse and political arena, disrupt mass-media power, exchange views on public concerns and organize possible political actions. Indeed, the World Wide Web is a major platform for individuals to communicate on the global scale. It includes static Web pages, blogs, and various social softwares. For instance, blogs make web pages easily writable and allow them to be dynamically updated. They facilitate comments to be posted and thus create weighted conversations⁹ between blog writers and bloggers. Wikipedia demonstrates the production of large-scale collaborative online content. Therefore, beyond the Westphalian framework, global social relations are entirely embodied on the Internet. From this perspective, Internet is a social environment in favour of transnational realities.

However, the democratizing effect of Internet has more or less a sense of naivety. There are four reasons for this. First, the hyper-centralization of Internet is related to a kind of power law referring to the relationship between centrality and periphery of different links. That is to say, a large number of sites have few links whilst a small number have abundant links. Second, there is excessive information on the Internet, which can lead to fragmenting attention and discourse, even polarizing views. By and large, the structure of information flows on the Web is thematically or socially clustered. Third, commercial mass media remains politically powerful. The use of Internet is filtered and monitored in different countries. Fourth, the digital divide makes the accessibility to the Internet unequal between well-off and poor countries. This is why the legal scholar Yochai Benkler argues that instead of “everyone a pamphleteer”, the networked public sphere needs to “provide broader intake, participatory filtering,

⁹ Benkler, *supra* note 6.

and relatively incorruptible platforms for creating public salience”¹⁰. In the networked information environment, legitimacy and efficacy of the public sphere is rather rooted in daily observations of issues and practical experiences of discourses. Internet relevantly demonstrates individuals’ power in an intrinsic global network. In this way, the general will of civil society is put forward into global political arenas.

2. Geographical turn and big data

Internet is more than a virtual space. It involves political engagements on the global scale and becomes a digital ground for research in the social sciences. As we know, the treatment of the web has gone through three phases of online quality debates: in the 1990s, the web was considered as “a breeding ground for conspiracy theory”¹¹; in the mid-2000s, the web focused on the free amateur content which threatened the paid professional; nowadays, the web plays a vital role of reading and diagnosing social and political concerns. The digital methods proposed by Richard Rogers refer to the application of user-generated data in cultural analytics and culturomics. Emphasizing on Internet research with “hyperlinks, tags¹², search engine results, archived websites, social networking sites’ profile, Wikipedia edits, and other digital objects”, Rogers introduced the term “online groundness”¹³. The latter

¹⁰ Benkler, *supra* note 6, p. 242.

¹¹ Richard Rogers, 2013, *Digital Methods*, Cambridge, The MIT Press, p. 203.

¹² The term Hyperlink is defined as a reference to data which permits readers, by clicking, to directly navigate online information. The term Tag refers to non-hierarchical keyword assigned to search or browse information. It is personally created by computer content user.

¹³ Rogers, *supra* note 11, p. 23.

refers to the fact that Internet space makes possible both the massive data collection and the capture and analysis of user's interests or online behaviours. Indeed, Internet is no more merely online culture, rather a platform that helps to diagnose cultural evolution and societal environment. Google Flu Trends is one of remarkable examples. It predicts local outbursts of influenza epidemic by collecting the queries on search engine, such as flu, symptoms, medicine, and other key words, and visualizes the places where the queries are generally made. Google's online prediction of influenza challenges existing methods generated by the Centers for Disease Control and Prevention (CDC).

However, when we take it for granted that the web can be served as data set for social and culture research, we have to confront with various issues about messy data. The webometrician Mike Thelwall pointed out the challenges of web research, "one issue is the messiness of web data and the need for data cleansing heuristics. One response to this is to demonstrate that web data correlate significantly with some non-web data in order to prove that the web data are not wholly random"¹⁴. Moreover, Lazer *et alii*. criticized the issue of anonymization of online user, "Perhaps the thorniest challenges exist on the data side, with respect to access and privacy"¹⁵. To cope with these thorny problems, it seems interesting to focus on the web services, such as search engines, collaboratively authored wikis, and social networking platforms. This is because "web services incorporate social science methods like textual analysis, social network analysis, and geospatial

¹⁴ Mike Thelwall, Liwen Vaughan, and Lennart Björneborn, 2005, "Webometrics" 39:1 *Annual Review of Information Science and Technology* 81-135, p. 81.

¹⁵ David Lazer and *al.*, 2009, "Computational social science" 323:5915 *Science* 721-23, p. 722.

analysis, arguably ordering data for research”¹⁶. We take the same abovementioned example of Google Flu Trends. On the basis of search log data, it aims to “track influenza-like illness in a population [...] accurately estimating the current level of weekly influenza activity in each region of the United States”¹⁷. From this perspective, we need to take into account the three significant indicators: places, times, and intensities of queries so as to improve the quality of web data.

Indeed, the data expert Jeff Jonas advocated that data speak for itself. But without theoretical and hypothetical underpinning, can data really do that? Researchers Danah Boyd and Kate Crawford¹⁸ raised important questions such as “what all this data means, who gets access to it, how it is deployed, and to what ends” and made six provocations for big data. The most essential part of their critics is concerned with the decontextualization of social ground for big data. Thus, it is important to elucidate two points of our research: 1) specific context of data production and 2) research hypothesis to be proved.

1) In the history of geography, positivist and quantitative revolution occurred during the 1950s and 1960s. Nowadays, big data continues to radically renew geographical methods in two aspects: construction of a sample covering the whole population and correlation superior to causality. That’s why Christ Anderson advocated, “With enough data, the numbers speak for themselves”¹⁹. However, data can’t speak for itself. As

¹⁶ Rogers, *supra* note 11, p. 207.

¹⁷ Jeremy Ginsberg and *al.*, 2009, "Detecting influenza epidemics using search engine query data" 457 *Nature* 1012-014.

¹⁸ Danah Boyd and Kate Crawford, 2012, "Critical questions for big data" 155:5 *Information, Communication, & Society* 662-79, p. 664.

¹⁹ Chris Anderson, 2008, "The end of theory, will the data deluge

Berry²⁰ criticized, Big Data produces “destablising amounts of knowledge and information that lack the regulating force of philosophy”²¹. Data is definitely related to political and social practices. As Mark Graham and Taylor Shelton argued, “data and the frameworks through which they are collected and presented are inherently imbued with politics, whether drawn from the creator of a particular tool or the social context in which it is embedded”²². Big data is changing today’s geographical research, which is situated at a turning point. On the one hand, as Danah Boyd and Kate Crawford²³ defined, big data maximizes computation power and algorithmic accuracy with the collection of large data sets. It helps to identify patterns relating to economic, social, and cultural demands. It provokes mythology of intelligence and knowledge with deep insights. On the other hand, big data is considered as an undercurrent with the issues of privacy, declining civil freedom and increasing state control, and lack of scientific theories and hypothesis. We have to deal with data with care.

2) The objective of our research refers to the identification of an emerging World-society by coping with relevant Internet corpus, particularly its political dimension. The hypothesis is composed of two parts: 1) Is World-society a reality? 2) In order to demonstrate that World-society is a reality, we study its institutional actualizations by means of Internet, in particular Wikipedia space. In fact, Internet is deemed as both environment and medium. Two main reasons support this idea. First, Internet helps to develop

makes the scientific method obsolete?” online: *Edge* 1.

²⁰ David Berry, 2011, "The computational turn: thinking about the digital humanities" 12 *Culture Machine*, p. 8.

²¹ *Ibid.*

²² Graham, *supra* note 4, p. 258.

²³ Boyd, *supra* note 18.

dynamic global politics in which individuals share knowledge and express and confront their points of view. Second, Internet makes possible the development of scientific research on the basis of web corpus. Hence, the two colossal spaces (the social and the digital) create a relationship of symbiosis which allows to deeply explore an emerging global political society. When global political challenges can be traced and analysed in the networked Internet space, we can observe different levels of political engagement in civil societies. That's how we induce two kinds of political visions of perceiving the World: global concerns and global issues. The former refers to the treatment of global challenges on the local scale, such as joblessness, food security, disease, etc.; the latter signifies global governmentality organised by the individuals on the global scale, for instance, immigration, environmental protection, and terrorism.

3. Wikipedia and an emerging World-society

Wikipedia is a commons-based peer production²⁴. It provides collaborative efforts of producing and sharing information. As Richard Rogers²⁵ argues, “Wikipedia language versions have provided opportunity for studying cultural specificity”. Wikipedia is a relevant digital object to target our research objective: identification of cosmopolitan vision in World-society. As Ulrich Beck argued, cosmopolitan vision is composed of five elements: (i) “The experience of crisis in world society” (international interdependence in order to prevent global risks); (ii) “The recognition of cosmopolitan differences” (the awareness of differentiations of culture and identity);

²⁴ Benkler, *supra* note 6.

²⁵ Rogers, *supra* note 11 p. 172.

(iii) “Cosmopolitan empathy” (promotion of global emotions promoted by mass media); (iv) “The impossibility of living in a world society” (the persistence of borders); and (v) “The combination of cosmopolitanism and provincialism” (coexistence of local, national and cosmopolitan cultures)²⁶. Based on the idea of cosmopolitan vision, we attempt to prove individuals’ interests on both national and global scale.

There are four reasons for choosing Wikipedia as “online ground”: (i) the data of Wikipedia is feasibly accessible, unlike other studies where data are proprietary; (ii) diverse linguistic versions of Wikipedia demonstrate civil societies (this is because each language tackles with its specific social and cultural context); (iii) Wikipedia is largely used by individuals across the World and it produces user-generated data on a massive scale; and (iv) Wikipedia reveals various global political challenges. Based on large data sets and useful digital methods, the conceptions of World-society can then be measured and demonstrated. We establish a procedure of aggregating and analysing large datasets on Wikipedia. First of all, we make the data dump of the page-view statistic files of 2014. It is the Wikimedia Foundation's Analytics team that processes raw user activity logs with hourly page counts. In this way, we make the data aggregation from per hour to per year. Meanwhile, based on the statistic table Top 10 languages used in the Web in 2010, we choose five languages: English, French, Spanish, Chinese, and Arabic. This aims to identify articles relating to linguistic issues: if an article is ranked in a prior way in all of five languages, it can be considered as global with a general coherence in civil societies. Thus, linguistic

²⁶ Ulrich Beck, 2006, "Living in the world risk society"^{35:3} *Economy and Society* 329-45.

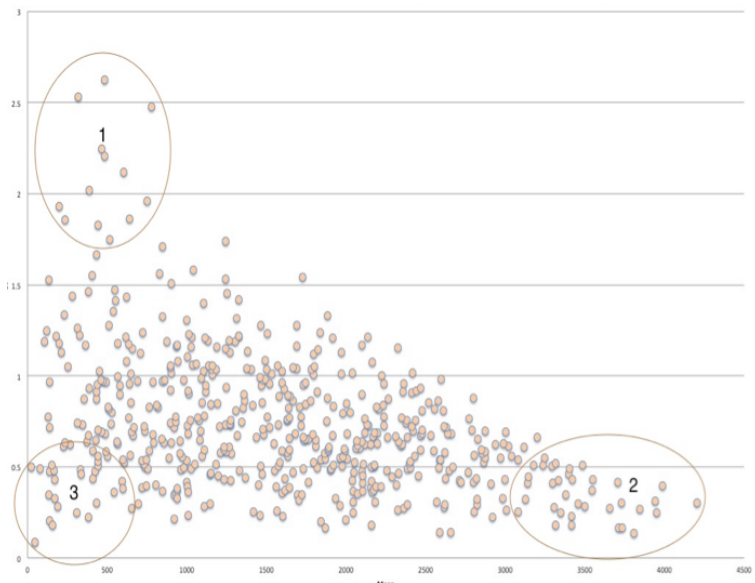
characteristics on Wikipedia make it possible to study global culture.

On the basis of the five languages abovementioned, we focus on the page-view rankings of 5 000 articles (Figure 1). We use the coefficient of variation so as to measure the level of differences between different languages. It divides ratio of stand deviation by mean. We statistically observe that the lower the coefficient of variation is, the more of consensus there is in civil societies (circles 2 and 3 of Figure 1, respectively related to Tables 2 and 3). For instance, the article called ‘United States’ manifests highly neutral in the linguistic comparison. Inversely, the higher coefficient of variation is, the more of disaccord is created in civil societies (circle 1 of Figure 1, related to Table 1). As for the article ‘Google’, it is more frequented in Western societies whereas it has been less visited in Arabic and Chinese societies. Meanwhile, when the coefficient of variation and the mean of ranking are both lower, the articles are important in all civil societies with high intrinsic coherence (circle 3 of Figure 1, related to Table 3). For instance, the event ‘2014 FIFA World Cup’ demonstrates that all of five societies are interested in it with common agreement.

Indeed, after selecting the first 20 and last 20 articles from the first 5 000 English articles of 2014, we observe that individuals have more agreements on materials, toponym, and science, which makes it possible to maintain a global civil society. On the contrary, in terms of the articles such as technology, Internet, historical event, risk, and territory, there are fewer consensuses in civil societies. This demonstrates that World-society does not sideline cultural differentiations and borders; it rather makes coexist global and local cultures.

Figure1. Page-view visualization, based on the first

5000 Wikipedia articles of 2014 in 5 languages



Source: Data extracted from Page-view statistics for Wikimedia project, 2014 and plotted by the team Lévy Jacques, Beaudé Boris, Ogier Maître, and Lei Yan, Laboratory Chôros, EPFL, October 2015.