

Cahiers du CRICIS

Numéro spécial

2017-1

[Méta]morphoses numériques de la culture et des médias : quelques pistes de réflexion

Coordonné par

Éric George

et

Lena Hübner

avec la collaboration de

Karelle Arsenault

Ce numéro spécial des Cahiers du CRICIS fait suite au colloque international
« [Méta]morphoses numériques de la culture et des médias :
quelques pistes de réflexion », tenu dans le cadre du
85^e Congrès de l'Association francophone pour le savoir (ACFAS)
à l'Université du Québec à Montréal, les 10 et 11 mai 2016.

CRiCIS

CENTRE DE RECHERCHE
INTERUNIVERSITAIRE | COMMUNICATION
INFORMATION
SOCIÉTÉ

Pour nous joindre
Faculté de communication – CRICIS
Université du Québec à Montréal
Case Postale 8888 Succursale Centre ville
Montréal, QC H3C 3P8

<http://cricis.ca>
cricis@uqam.ca

ISBN 978-2-920752-17-7

Dépôt légal – Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2017

Dépôt légal – Bibliothèque et Archives Canada, 2017

Remerciements

Pour l'organisation du colloque :

- Anouk Bélanger, professeure, Département de communication sociale et publique, UQAM et membre du Comité de direction du CRICIS
- Michel Sénécal, professeur, Département Sciences humaines, Lettres et Communication, Université TÉLUQ
- Sylvain Rocheleau, coordinateur du CRICIS
- Lena Hübner, étudiante au doctorat en communication, UQAM et adjointe de recherche au CRICIS
- Bachir Sirois-Moumni, étudiant au doctorat en communication, UQAM et adjoint de recherche au CRICIS

Pour la relecture et l'édition des textes :

- Karelle Arsenault, étudiante au doctorat en communication, UQAM

Pour la mise en page et le graphisme :

- Philippe-Antoine Lupien, étudiant au doctorat en communication, UQAM et adjoint de recherche au CRICIS

Nos remerciements vont aussi au Fonds de recherche du Québec — Société et Culture (FRQSC), Programme de soutien aux équipes de recherche.

Table des matières

Introduction. [Méta]morphoses numériques de la culture et des médias : quelques pistes de réflexion	1
<i>Éric George et Lena A. Hübner</i>	
Première partie	
De quelques enjeux sociopolitiques du numériques	
<hr/>	
Le numérique. À nouveau le grand projet reconduit?	14
<i>Dominique Carré</i>	
Cybernétique et contrôle social : prolégomènes au concept de <i>Big Data</i>	26
<i>Maxime Ouellet, André Mondoux et Marc Ménard</i>	
Où en est le débat sur le potentiel démocratique des TNIC? Regards croisés sur la participation citoyenne en ligne	36
<i>Lena A. Hübner</i>	
Analyse de l'influence de l'opération d'identification des usagers des technologies numériques en Côte d'Ivoire sur les activités des internautes ivoiriens dans le cyberspace	46
<i>Jean-Jacques Maomra Bogui</i>	
Enjeux sociopolitiques d'un nouvel ordre de discours autour des dispositifs de participation en lien avec la loi pour une « République numérique »	56
<i>Lucie Alexis, Christine Chevret-Castellani et Sarah Labelle</i>	
Deuxième partie	
Médias et journalisme : des changements potentiels à l'ère numérique?	
<hr/>	
Les crises numériques du journalisme. Injonctions au changement, mobilisations du numérique et encadrement discursif des transformations de l'économie du journalisme	69
<i>Arnaud Anciaux</i>	
La légitimation des médias de service public à l'ère numérique	78
<i>Francisco Rui Cádima</i>	
Médias localisés et mobilités partagées, création et activation dans trois dispositifs artistiques contemporains	88
<i>Bernard Guelton</i>	
Troisième partie	
Industries culturelles : un virage numérique	
<hr/>	
Révolution numérique et industries culturelles : la fin d'un cycle d'innovations?	100
<i>Philippe Chantepie</i>	
« Crise » ou « mutation » du public en salle? Le cas du cinéma au Québec	115
<i>Sophie Dubois-Paradis, Martin Têtu et Ariane Fillion</i>	

Les « pratiques inédites » du sport-spectacle : MLB Advanced Media (MLBAM) et le tournant numérique de la Ligue nationale de hockey (LNH)	127
<i>Philippe-Antoine Lupien</i>	
La modernisation du droit d’auteur tournée vers l’accès : illustration de la transformation des rapports de force au sein des industries de la culture et de la communication?	138
<i>Simon Claus</i>	
Le compromis social du droit de l’auteur au temps du numérique	152
<i>France Aubin</i>	
En guise de conclusion – Le droit à l’information : un colosse au pied d’argile avant et après le numérique	160
<i>Raymond Corriveau</i>	
<hr/>	
Biographies des auteurs	175

Introduction

[Méta]morphoses numériques de la culture et des médias : quelques pistes de réflexion

Éric George
Professeur à l'École des médias
Université du Québec à Montréal
Directeur, CRICIS
george.eric@uqam.ca

Lena A. Hübner
Doctorante en communication
Université du Québec à Montréal
Coordonnatrice des activités scientifiques, CRICIS
hubner.lena_alexandra@courrier.uqam.ca

La tenue du colloque organisé les 9 et 10 mai 2016 dans le cadre du 84^e Congrès annuel de l'Association francophone pour le savoir (ACFAS) par le Centre de recherche interuniversitaire sur la communication, l'information et la société (CRICIS) a coïncidé avec l'annonce faite quelques jours auparavant du renouvellement de sa reconnaissance comme centre de recherche institutionnel par l'Université du Québec à Montréal (UQAM), justement organisatrice du congrès. C'est évidemment une excellente nouvelle pour nous toutes et tous. Fondé en 2011, le CRICIS s'est fixé pour principal objectif l'analyse des transformations sociales et des rôles qu'y jouent la communication, la culture et l'information dans un contexte marqué par les quatre dimensions suivantes : 1) *économique*, en faisant principalement référence aux formes du capitalisme caractérisées par sa globalisation et sa financiarisation; 2) *politique*, ce qui renvoie aux transformations des rôles des États et des autres institutions publiques; 3) *culturelle*, en référence, ici, à la diversification de la composition de nos sociétés, à l'augmentation et à la spécialisation du niveau général d'éducation, ainsi qu'à l'essor d'une culture participative; et 4) *technique*, concrétisée notamment par la place croissante des technologies de l'information et de la communication (TIC) dans les sociétés, en particulier avec les réseaux numériques.

Entre 2010 et 2015, notamment grâce à l'obtention d'une subvention de soutien aux équipes de recherche du FRQSC, nous avons travaillé sur le thème de la gouvernance des systèmes de communication entendus selon les recherches qui ont été effectuées sur les médias, les technologies de l'information et de la communication ou encore sur les industries culturelles. En a résulté la formation de trois équipes distinctes, chacune à l'origine d'un axe de recherche, *Mutations de la culture et des médias*, *Big Data et surveillance*, *Production et circulation de l'information d'actualité*, trois axes auxquels il faut ajouter un quatrième et dernier axe, transversal, *Épistémologies critiques de la culture et de la communication*. Dans le cadre de ces *Cahiers du CRICIS*, vous

trouvez une sélection de textes correspondant à plusieurs des interventions ayant eu lieu au cours de ces deux journées.

À propos du terme *numérique*

Dorénavant, la nouvelle programmation inter-axes est consacrée au thème du « numérique ». Évidemment, le terme même de *numérique* s'avère difficile à manier. On a tôt fait d'y voir une dimension avant tout technique. En effet, les informations circulent de plus en plus sous la forme d'un codage informatique binaire. Les supports, écrans de toutes sortes (ordinateurs, téléviseurs, tablettes, consoles de jeux vidéo, téléphones multifonctionnels) et les réseaux (filaire, satellites, micro-ondes, etc.) sont omniprésents dans nos vies quotidiennes, tant dans les sphères professionnelles que privées et publiques. L'expression « ère numérique » est d'ailleurs maintenant présente partout et s'applique à presque toutes les activités de nos sociétés modernes (Bravo, 2009; Cohen-Tanugi, 1999; Doukidis *et al.*, 2004; Rushkoff, 2012). Il est question de numérique à propos d'économie (Canada, 2010; Illing et Peitz, 2006), de sécurité et de surveillance (Kessous, 2012; Lévy, 2010; Matthias, 2008) et de bien d'autres domaines (fracture, solidarité, amitié, innovation, capitalisme, démocratie, etc.). On parle même de « révolution numérique » (Collin et Verdier, 2012; Esprit, 2006) en ce qui concerne le secteur des industries culturelles en général (Chantepie et Le Diberder, 2010; Farchy, 2011; Flichy, 2010; Greffe et Sonnac, 2008), ou de certaines de ses composantes en particulier, comme le cinéma (Farchy, 2011), le jeu vidéo (Genvo, 2009), ou la musique, fortement touchée par la numérisation des contenus (Janowska, 2011). Les gouvernements du Canada (Industrie Canada, 2014) et du Québec (Québec, 2014) ont d'ailleurs adopté en 2014 une « stratégie culturelle numérique ». Or, à force de mettre l'accent sur la dimension technique, nous pourrions être accusés d'adopter une démarche déterministe technique, ce qui n'est évidemment pas le cas. Il nous apparaît au contraire bien plus riche d'aborder le « numérique » en tenant compte à la fois et simultanément des facteurs d'ordre économique, politique, culturel et technique, et de ce fait de déterminations multiples. C'est dans ce sens qu'il nous est apparu pertinent de traiter de la thématique des *[Méta]morphoses numériques de la culture et des médias*.

Le terme *numérique* renvoie donc non seulement à une réalité d'ordre technique, mais également à des considérations d'ordre économique, liées à la concentration et à la convergence des entreprises culturelles et médiatiques, ou bien d'ordre politique, avec la mise en place de nouveaux types d'aides publiques de soutien au secteur, ou bien encore d'ordre culturel, avec l'essor d'une « culture du numérique » en lien avec les dispositifs techniques interactifs. Approfondir la question du « numérique » consiste donc, pour nous, à envisager les relations complexes entre le processus technique de numérisation généralisée et les mutations des médias et de la culture, les pratiques de surveillance, ainsi que la production et la circulation de l'information, thèmes sur lesquels nous sommes revenus dans le cadre de ce colloque. Pour ce faire, le déterminisme a laissé place aux déterminations multiples impliquées par la dynamique complexe des relations entre communication, information, culture et société. Ici, c'est

d'ailleurs la question des liens de causalité en sciences humaines et sociales qui se trouve posée. Ainsi que le dit Jean-Claude Passeron (2006),

les liens mis en lumière, les constats, les théories des sciences sociales sont le produit de données qui restent indissociablement liées à des contextes spatio-temporels (et surtout culturels) aux variables inépuisables auxquelles aucun raisonnement, même au degré le plus élevé d'abstraction, ne pourrait donner la forme logique d'une théorie « toute chose égales par ailleurs » (p. 81).

Il s'avère donc impossible d'isoler tel ou tel ensemble de variables par rapport à d'autres.

Cela dit, afin d'aller plus loin, nous proposons maintenant d'aborder la façon dont le terme *numérique* a été traité dans le cadre de plusieurs écrits au cours des dernières années quant aux éventuelles mutations des médias et de la culture. La première difficulté que l'on constate très vite se rencontre lorsqu'on voit déjà la dimension polysémique de ce terme. C'est d'ailleurs en partie cette dimension polysémique qui en fait le succès. On remarque cette dimension quand on voit que le « numérique » a tout d'abord renvoyé à la construction d'images virtuelles, fabriquées par ordinateur, faisant surgir de nouveaux régimes de visibilité modifiant le processus de création autant que le statut de l'image, la nature ontologique de l'œuvre autant que la dimension cognitive du rapport à cette œuvre. Le terme *numérique* renverrait donc tout d'abord à une image virtuelle qui serait celle de la manipulation et de la duplication sans altération. C'est par la suite que toutes les industries de la culture et de la communication ont été considérées comme étant marquées par le basculement de leur infrastructure technique d'un mode analogique à un mode numérique, un basculement numérique plus ou moins avancé, tout n'étant qu'une question de temps!

D'après certains, justement, cette numérisation et cette dématérialisation de l'information seraient au cœur d'un changement de paradigme. Les progrès considérables de la technologie nous feraient passer de la rareté à l'abondance de ressources en matière de traitement, de stockage et de transmission des données de toutes sortes. Cette abondance des ressources s'avèrerait attribuable à la multiplication des productions amateurs de toutes sortes. Ainsi, sur YouTube, seraient distribuées en 60 jours autant de vidéos que sur les trois principaux réseaux de télévision états-uniens (ABC, CBS et NBC) en soixante ans. On parle d'ailleurs, à propos de création et de production, de remise en cause d'une frontière claire entre production professionnelle et production amateur (Flichy, 2010), bien que demeure des produits à gros budget destinés au marché de masse, d'un côté, et une multitude d'auteurs qui resteront le plus souvent anonymes de l'autre. Se pose aussi la question de la motivation de celles et ceux qui écrivent. Leur objectif est-il de devenir cinéaste ou journaliste professionnel? De gagner de l'argent, éventuellement leur vie, ou d'obtenir une reconnaissance?

Des interrogations multiples

La nature même de l'œuvre – nous y avons déjà fait allusion – se pose en effet. Ainsi, parle-t-on du développement de l'intertextualité comme norme, de l'éventualité de « palimpsestes permanents », sortes de *post-œuvres* collectives, en mutation constante (Rouzé, 2004, p. 35). Pour d'autres, le recyclage et le *sampling* (ou « échantillonnage », pratique consistant à utiliser des *samples* dans la création de nouvelles compositions) apparaissent comme « une nécessité esthétique, sociale et politique de détourner les sons et les images des industries du divertissement » (Kyrou, 2005, p. 71). Voilà pour la création. Quant à la distribution des productions culturelles et informationnelles, elle apparaît singulièrement remodelée. On retrouve d'un côté une concentration des pouvoirs de marché à l'échelle mondiale entre un petit nombre de groupes, par exemple des studios hollywoodiens, des créateurs de consoles de jeux, des majors du disque, chaque catégorie négociant ses catalogues de droits et de licences avec quelques distributeurs mondiaux de l'audiovisuel et du numérique. Cependant, de l'autre côté, les produits informationnels et culturels peuvent bénéficier d'autres filières de distribution, de *circulation* dirions-nous dorénavant, à commencer par les médias socionumériques. En effet, alors que le terme *distribution* renvoie à un ensemble d'activités plutôt organisé par des acteurs traditionnels des filières culturelles, celui de *circulation* fait plutôt référence à la multitude de personnes susceptibles de contribuer, par exemple grâce aux réseaux socionumériques (RSN), au visionnement des produits culturels. Au cours des années à venir, Facebook jouera-t-il par exemple un rôle central dans la distribution ou plutôt dans la circulation des œuvres audiovisuelles?

Au-delà de cet exemple, on a vu apparaître, depuis les années 2000, plusieurs services proposant des activités d'intermédiation qui mettent à profit le développement des réseaux numériques, le rapprochement entre l'informatique et les télécommunications, de même que la numérisation de la production, de la distribution et de la réception des produits pour s'insérer entre l'offre et l'usage, pour développer des formes inédites d'intermédiation qui s'ajoutent à celles assurées par les producteurs, les diffuseurs et les distributeurs culturels dits « traditionnels », en les concurrençant directement ou indirectement, leur but consistant dans la majorité des cas à faciliter l'accès à des produits préexistants selon des modalités plus ou moins sélectives et prescriptives (Mœglin, 2005).

D'un côté, nous avons une situation de surabondance dans laquelle baignent les internautes, qu'il s'agisse d'informations, de livres, de films, d'actualités, etc. Dans une telle économie, les informations se substituent les unes aux autres et le poids de tel ou tel contenu s'affaiblit, d'autant qu'il peut être facilement remplacé par un autre. Par conséquent, désormais, l'important n'est pas tant d'être original que d'être vu. Ce qui renvoie aux travaux sur l'économie de l'attention. Autres changements, on se retrouve face à de nouvelles formes de prescriptions, même si les prescriptions traditionnelles, *a priori*, existent toujours. Ainsi, un chef de pupitre continue toujours d'accorder plus ou moins de place à un contenu journalistique. Un éditeur considère pertinent d'accepter un manuscrit afin d'en faire un livre et va en refuser un autre. Toutefois, dorénavant, avec le numérique, on trouve des

principes de compilation, d'accumulation et d'augmentation quantitative de l'offre sur le réseau où il n'y a plus ni travail éditorial ni de sélectivité *a priori*, mais au contraire une identification *a posteriori* des niveaux d'agrégation, de recommandation et de *buzz* dans les communautés d'échange et les réseaux sociaux numériques (Benghozi, 2011, p. 36).

Des pratiques sociopolitiques concernées par les changements en cours

La prescription s'effectue donc à présent et aussi *a posteriori*. Le consommateur se voit d'ailleurs octroyer une place apparemment centrale. Son comportement, ses choix, ses goûts, ses préférences, sont à la fois des ressources en matière de *big data*, pour les plateformes numériques de contenus et, au-delà, pour les entreprises transnationales qui les gèrent, et un mode de déploiement personnel sur les réseaux numériques. Valorisation de soi, construction de son identité, liberté revendiquée, mais également, sans doute, nouvelles formes de rapport de domination de l'économie sur le social et, plus précisément, formes prises par le capitalisme, la tendance à la marchandisation tend à toujours croître. À ce sujet, Christian Fuchs (2013) parle de « *prosumers* », faisant ainsi référence à la production de contenu par les usagers de plateformes numériques ainsi qu'à la consommation et, par conséquent, à la marchandisation de ces mêmes contenus.

Ce nouveau *prosumer* est aussi un citoyen qui participe à l'avènement de ce qui a été appelé la « démocratie électronique », ou la « cyberdémocratie » (Lévy, 2002), et on retrouve l'idée selon laquelle les mutations actuelles verraient le déploiement d'une véritable « culture participative », pour reprendre les termes d'Henry Jenkins (2006). Toutefois, Peter Dahlgren (2015) met l'accent sur le fait que les activités interactives sur l'Internet s'inscrivent dans une « culture civique » qui ouvre la voie à des formes de participation à la vie démocratique plus traditionnelles. Selon cet auteur, c'est l'habitude de pratiques participatives au quotidien, rendues possibles grâce au numérique, qui permet aux citoyennes et citoyens de se forger une identité civique. Celle-ci les aide, à une étape postérieure, à s'exprimer dans la sphère publique. Toutefois, nous devons rester prudents, car toute pratique sociale ne peut être considérée comme prépolitique. Comme nous le rappelle Paul Rasse (2015), alors que les usages créatifs d'une technologie à un moment donné et dans un contexte spécifique peuvent paraître émancipateurs (par exemple le recours à Facebook et Twitter pour dénoncer un enjeu sociétal comme l'a fait le mouvement #StopCultureDuViol au Québec [Hübner et Pilote, 2017]), lorsqu'on les replace dans leur contexte social plus large, ils apparaissent souvent étroitement enchevêtrés avec des rapports de force prédéfinis qui témoignent du pouvoir des acteurs majeurs. Ici, ce sont avant tout les recherches sur la surveillance commerciale et étatique qui nous mettent en garde : aucun clic n'est anodin, il alimente les algorithmes qui configurent, du moins partiellement, nos fils d'actualité sur Facebook et Twitter, nos recommandations de séries Netflix ou de musique sur Spotify. Ils jouent donc un rôle important dans notre sélection de sources d'informations auxquelles nous sommes confrontés quotidiennement.

Cette « gouvernamentalité algorithmique », pour reprendre le terme de Rouvroy et Berns (2013), contribue, selon certains, au phénomène des « bulles de filtres ». Autrement dit, nous ne voyons sur les réseaux sociaux numériques que de l'information conforme à notre propre orientation politique. Depuis l'élection de Donald Trump à la présidence des États-Unis, ce phénomène continue d'ailleurs d'alimenter le débat public sur les « fausses nouvelles », les « faits alternatifs » et le rôle du journalisme à l'ère numérique. Ce rôle du journalisme dans un environnement en mutation a également alimenté nos débats lors du colloque.

D'une culture de communication omniprésente

D'ailleurs, si les possibilités de consommation et de participation n'ont évidemment pas autant augmenté que la production totale de contenus d'informations, de contestation ou de divertissement, celles-ci se sont tout de même élargies, par exemple lors des déplacements, compte tenu du caractère souvent nomade des appareils les plus récents (tablettes et autres téléphones dits « intelligents »). Dans ce contexte, est-il pertinent de parler du développement d'une « culture de l'écran » fondée sur le visionnage d'images sur tous les écrans, au domicile, au travail, dans les transports, les bibliothèques et autres lieux d'exposition ?

Tout apparaît maintenant potentiellement visualisable sur un écran et accessible par l'intermédiaire des réseaux numériques. Ou bien serait-il préférable de parler d'une culture numérique juvénile qui renverrait à l'ensemble des valeurs, des connaissances, des pratiques impliquées par l'usage d'outils informatisés, les pratiques de consommation culturelle, médiatique, de communication et d'expression de soi ? Les jeunes générations apparaissent en tout cas porteuses d'une culture de la communication omniprésente. La sociabilité des adolescents se structure largement autour des TIC. Ainsi apprend-on dans certains travaux que la culture dite « numérique » des adolescents ne repose pas principalement sur la maîtrise technique des outils, mais plus sur celle des formats communicationnels socialement admis au sein de leur univers (Fluckiger, 2009). Cela ne veut pas dire pour autant que les inégalités en matière d'usages ne sont plus de mise. Dans une enquête consacrée aux pratiques culturelles de 1997 à 2008, Olivier Donnat (2009) notait que

bien qu'utilisé très largement à domicile – les connexions sur appareils nomades restant à ce jour limitées –, ce nouveau média apparaît plutôt lié à la culture de sortie dont sont porteuses les fractions jeunes et diplômées de la population, celles dont le mode de loisir est le plus tourné vers l'extérieur du domicile et dont la participation à la vie culturelle est la plus forte (p. 2).

Ainsi que nous pouvons le constater, dès que le mot *numérique* est prononcé, les pistes de réflexion sont nombreuses. Ce sont à la fois les activités de création, de production, de distribution, de circulation, de réception et d'appropriation qui apparaissent singulièrement en changement.

De la valorisation de la culture et de l'information

Qu'en est-il par ailleurs des conditions de valorisation de la culture et de l'information à l'ère numérique? Nous l'avons bien vu dans les cas de la musique et de l'information : il devient de plus en plus difficile pour les créateurs dans le domaine musical ou pour les journalistes dans la production de l'information d'être rémunérés à la suite de la diffusion du fruit de leur labeur en format numérique. Certes, en ayant été le premier journal quotidien de presse écrite à avoir parié sur le succès d'une formule entièrement numérique, *La Presse +* est devenue une réussite à dimension internationale. Or sa situation économique demeure quelque peu spécifique de par son positionnement, que l'on peut qualifier de « politico-idéologique », au sein du conglomérat Power Corporation du Canada (Carbasse, 2015). La solution financière proviendrait-elle des marchés bifaces, dont un exemple est fourni par le journal qui vend un contenu à un lectorat tout en vendant des espaces publicitaires à des annonceurs, ou bien du modèle *freemium*, contraction des termes *free* et *premium*, qui a pour principe d'offrir gratuitement certains services de base, éventuellement pris en charge par la publicité, pour en proposer d'autres, payants cette fois, à une petite partie de la clientèle (Roux, 2010)?

Il ne faudrait pas oublier, par ailleurs, le fait que le web demeure largement marqué par une culture de la gratuité (Proulx et Goldenberg, 2010). On y retrouve d'ailleurs des hybridations entre modèles marchands et non marchands, commerciaux et à base de don, qui complexifient encore la donne. Y a-t-il là des ferments d'une remise en cause même des fondements du capitalisme? Ou, une fois de plus, une récupération systématique de celui-ci? Des formes d'innovation à des fins de participation à la vie démocratique? Ou le renouvellement de nos systèmes politiques dits « représentatifs » et qui reposent largement sur la délégation? Impossible, sans doute, de trancher actuellement, mais n'oublions pas que l'émancipation humaine passe actuellement par la limitation de la sphère de production et d'échange économique traditionnelle et par la libération et l'élargissement des activités non économiques enrichissantes en soi, dans un contexte de renouvellement de la participation citoyenne à la vie de la Cité. On rejoint ici la pensée de Cornelius Castoriadis (1990, 1996) lorsqu'il attire notre attention sur l'importance de la remise en cause de l'économique comme valeur centrale, unique de la société, ainsi que sur le fait que si nos démocraties ne sont pas formelles, elles invitent en revanche largement à la passivité.

Avant de poursuivre les débats

Cela dit, pour conclure sur le fond dans cette introduction, nous ferons appel à une citation de Philippe le Guern (2014) particulièrement inspirante dans un texte consacré aux relations entre numérique et culture à partir d'une analyse passionnante des écrits publiés dans la revue *Réseaux* depuis la création de celle-ci :

Dans le champ des pratiques culturelles, le numérique semble avoir des effets à la fois sur les pratiques (tous créateurs?), sur la consommation culturelle (avec un accès théoriquement pléthorique, voire gratuit ou à coûts réduits aux œuvres), sur la morphologie des publics (avec l'hypothèse d'un desserrement des logiques traditionnelles de la distinction et peut-être un brouillage des variables classiquement mobilisées pour étudier ces publics, notamment la position sociale), sur la hiérarchie des œuvres, sur l'expertise (avec l'apparition de nouvelles formes de prescription et de critique sur le web et un système de recommandations qui serait à la fois plus complet et plus fiable, car donnant libre cours à un jeu d'expertise et de contre-expertise où le public peut donner son avis et non plus simplement le professionnel de la profession), sur la rationalité des choix d'œuvres (puisque la question classique de l'incertitude sur la valeur des œuvres *ex ante* serait en partie résolue par l'abondance de signaux informationnels), sur la production (en raison de la baisse du coût d'acquisition des technologies permettant non seulement de concevoir, mais également de finaliser et de médiatiser ses propres créations, sur le modèle du home studio en musique), sur l'éditorialisation (chacun pouvant diffuser et rendre visibles ou accessibles ses créations) et enfin sur le processus de consécration culturelle (p. 243).

De tout cela et de bien d'autres choses, il en a été question dans le colloque et vous en trouverez bien des illustrations dans ce numéro spécial des *Cahiers du CRICIS*.

Présentation des textes

Ce numéro spécial des *Cahiers du CRICIS* débute avec un texte de Dominique Carré qui explore l'hypothèse selon laquelle le numérique conduit à « l'émergence d'une nouvelle vague d'informatisation sociale » (chapitre 1). Cette réflexion plus large sur les conditionnalités du numérique est suivie par quatre chapitres explorant la dimension sociopolitique des mutations en cours. Il y est notamment question du rôle de l'État et des liens entre démocratie et capitalisme. Ainsi, Maxime Ouellet *et al.* s'interrogent sur de nouvelles formes de contrôle social rendues possibles grâce à la récolte massive de données numériques. Selon ces auteurs, les méthodes de *big data* utilisées tant dans le domaine commercial que politique nous amènent vers un totalitarisme inversé où le pouvoir politique est soumis au capital (chapitre 2). Tandis que Ouellet *et al.* se concentrent sur les menaces de la surveillance étatique, Lena A. Hübner dresse un état des lieux des recherches sur le potentiel démocratique des TNIC (chapitre 3). Afin de contribuer au développement de nouveaux cadres analytiques pour étudier la communication politique en ligne, l'auteure propose un projet épistémologique qui s'inspire du « concept d'adresse » d'Olivier Voirol. Poursuivant cette réflexion sur le potentiel démocratique des TNIC, le quatrième chapitre, de Bogui, discute de l'identification des usagers des technologies numériques en Côte d'Ivoire. Le cinquième chapitre, de Lucie Alexis, Christine Chevret-Castellani et Sarah Labelle, présente une analyse de discours autour des dispositifs de participation en lien au projet de loi français pour une « République numérique ». Les résultats de cette analyse foucauldienne montrent que les discours étudiés se structurent selon des normes et des

valeurs qui sont caractérisées par une convergence téléologique : tout discours a pour but de s'inscrire dans une démarche collective qui prétend contribuer à une transformation d'ordre sociopolitique.

Les chapitres 6, 7 et 8 posent la question des possibles et mettent en évidence comment le numérique rend possible des changements dans le domaine des médias et du journalisme. Ayant également recours à une analyse de discours foucauldienne, Arnaud Anciaux étudie la composante discursive des transformations de l'économie du journalisme dans deux entreprises médiatiques au Québec (Quebecor) et en France (Ouest-France) (chapitre 6). Il y témoigne d'un champ de présences qui fournit aux différents acteurs au sein des organisations des ressources discursives pour parler des transformations par rapport au numérique, mais qui en même temps limitent les possibilités de ces acteurs en créant de plus en plus de situations d'urgence liée à l'idée d'une « crise » du domaine journalistique. Le septième chapitre, écrit par Francisco Rui Cádima, poursuit le débat sur l'économie des médias. À partir d'une analyse des pratiques de légitimation du service public médiatique européen, l'auteur plaide pour une intervention plus claire de la Commission européenne afin de redéfinir la mission de ce service public à l'ère du numérique. Il met notamment l'accent sur le fait que le service public médiatique doit se distinguer de ce que fait le secteur privé. Une étude de cas, réalisée par Bernard Guelton, clôt cette partie. Lecteurs et lectrices y découvriront une analyse comparée de trois dispositifs artistiques immersifs qui permettent à l'auteur de décrire l'intrication des médias situés et des mobilités partagées (chapitre 8).

Les textes suivants portent plus précisément sur les industries culturelles. Le neuvième chapitre, de Philippe Chantepie, se veut une rétrospective synthétique des études sur l'innovation culturelle en ligne, et ce, sur les plans à la fois technologique, économique et juridique. Cet exercice conduit l'auteur à s'interroger sur la possible fin d'une « révolution numérique ». Ce texte est suivi par trois études de cas. L'étude de l'économie politique des salles de cinéma au Québec de Sophie Dubois-Paradis, Martin Tétu et Ariane Filion pointe vers l'émergence d'une nouvelle culture écranique qui se caractériserait par de nouvelles formes alternatives de visionnement – à la fois hors ligne (projections dans les parcs) et en ligne (Netflix, etc.) (chapitre 10). Philippe-Antoine Lupien, quant à lui, revient sur les « pratiques inédites numériques » du sport spectacle de la Ligue majeure de baseball (MLB) et de la Ligue nationale de hockey (LNH) (chapitre 11). L'auteur observe que les services offerts en ligne permettent une multiplication des modes d'accès au sport spectacle se rajoutant aux possibilités traditionnelles. Les deux derniers chapitres de cette partie abordent le droit d'auteur : le texte de Simon Claus revient sur la loi canadienne sur la modernisation du droit d'auteur (chapitre 12), le chapitre de France Aubin, sur le compromis social de ce type de droit (chapitre 13). Ils portent en eux une critique du rôle de l'État qui semble adopter de plus en plus des politiques favorables au développement d'un environnement propice aux innovations dans les entreprises privées. En guise de conclusion, le texte de Raymond Corriveau revient sur le droit à l'information au Québec – avant et après le numérique.

Références

- Benghozi, P.-J. (2011). Économie numérique et industries de contenu : un nouveau paradigme pour les réseaux. *Hermès*, (59), 31-37. Repéré à <http://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2011-1-page-31.htm>
- Bravo, A. (2009). *La société et l'économie à l'aune de la révolution numérique : enjeux et perspectives des prochaines décennies (2015-2025)*. Paris, France : La Documentation française.
- Canada, Industrie Canada. (2010). *Accroître l'avantage numérique du Canada : stratégies pour une prospérité durable*. Ottawa, Ontario : Gouvernement du Canada.
- Carbasse, R. (2015). Concentration de la propriété médiatique et diversité de l'information en ligne. Dans É. George (dir.), *Concentration des médias, changements technologiques et pluralisme de l'information* (p. 59-74). Québec, Québec : Presses de l'Université Laval.
- Castoriadis, C. (1990). *Le monde morcelé, Les carrefours du labyrinthe. Tome III*. Paris, France : Le Seuil
- Castoriadis, C. (1996). *La montée de l'insignifiance. Les carrefours du labyrinthe. Tome IV*. Paris, France : Le Seuil.
- Chantepie, P. et Le Diberder, A. (2010). *Révolution numérique et industries culturelles* (nouvelle édition). Paris, France : La Découverte.
- Cohen-Tanugi, L. (1999). *Le nouvel ordre numérique*. Paris, France : Odile Jacob.
- Colin, N. et Verdier, H. (2012). *L'âge de la multitude : entreprendre et gouverner après la révolution numérique*. Paris, France : Armand Colin.
- Dahlgren, P. (2015). The Internet as a Civic Space. Dans S. Coleman et D. Freelon (dir.), *Handbook of Digital Politics* (p. 17-34). Washington, DC : Edward Elgar Publishing.
- Doukidis, G. I., Mylonopoulos, N. et Pouloudi, N. (2004). *Social and Economic Transformation in the Digital Era*. Hershey, PA : Idea Group Pub.
- Esprit* (revue). (2006). *Que nous réserve le numérique?*, (5).
- Farchy, J. (2011). *Et pourtant ils tournent : économie du cinéma à l'ère numérique*. Bry-sur-Marne, France : Institut national de l'audiovisuel.
- Flichy, P. (2010). *Le sacre de l'amateur : sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*. Paris, France : Le Seuil.

- Fluckiger, C. (2009). Internet et ses pratiques juvéniles. *Medialog*, (69), 42-45.
- Fuchs, C. (2013). Social Media and Capitalism. Dans T. Olsson (dir.), *Producing the Internet. Critical Perspectives of Social Media* (p. 25-44). Göteborg, Suède : Nordicom.
- Hübner, L. A. et Pilote, A.-M. (2017, mai). *Mobilisations féministes sur Facebook et Twitter : le cas du mouvement #StopCultureDuViol au Québec*. Communication présentée lors du 55^e Congrès de la Société québécoise de science politique (SQSP), Université du Québec à Montréal.
- Illing, G. et Peitz, M. (2006). *Industrial Organization and the Digital Economy*. Cambridge, MA : MIT Press.
- Janowska, A. (2011). L'avenir de la musique après la révolution numérique : opportunités et contraintes pour l'industrie du disque. *Sociétés*, 2(112), 87-94.
- Jenkins, H. (2006). *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture*. New York, NY : NYU Press.
- Kessous, E. (dir.) (2012). *L'attention au monde : sociologie des données personnelles à l'ère numérique*. Paris, France : Armand Colin.
- Kyrou, A. (2004). Samplons sous la truie. *Les nouveaux dossiers de l'audiovisuel*, (1), 70-71.
- Le Guern, P. (2014). Réseaux et la culture. Des médias traditionnels à la numérimorphose des goûts et des usages. *Réseaux*, 2(184-185). Repéré à <http://www.cairn.info/revue-reseaux-2014-2-page-211.htm>
- Lévy, P. (2002). *Cyberdémocratie. Essai de philosophie politique*. Paris, France : Odile Jacob.
- Lévy, A. (2010). *Sur les traces de Big Brother : la vie privée à l'ère numérique*. Paris, France : L'Éditeur.
- Mathias, P. (2008). *Des libertés numériques : notre liberté est-elle menacée par l'Internet?*. Paris, France : Presses universitaires de France.
- Mœglin, P. (2005). *Outils et médias éducatifs. Une approche communicationnelle*. Grenoble, France : Presses universitaires de Grenoble.
- Passeron, J.-C. (2006 [1991]). *Le raisonnement sociologique. Un espace non poppérien de l'argumentation*. Paris, France : Albin Michel.
- Proulx S. et Goldenberg A. (2010). Internet et la culture de la gratuité. *Revue du MAUSS*, (35), 503-517. Repéré à <http://www.cairn.info/revue-du-mauss-2010-1-page-503.htm>

Québec, Ministère de la Culture et de la Communication. (2014), *Pour occuper l'espace numérique. Stratégie culturelle numérique du Québec*, Québec. Repéré à http://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/Strategie_culturelle_numerique/MCC-StrategieNumerique-HR.pdf

Rasse, P. (2015). Introduction. Ce que les technologies font à la société. Dans C. Masselot et P. Rasse (dir.), *Science, techniques et société. Recherches sur les technologies digitales* (p. 11-24). Paris, France : L'Harmattan.

Rouvroy, A. et Berns, T. (2013). Gouvernamentalité algorithmique et perspectives d'émancipation. La disparate comme condition d'individuation par la relation?. *Réseaux*, 1(177), 163-196.

Roux, C. (2010). Les nouveaux modèles économiques des sociétés de l'Internet. Les raisons de leur apparition. *Annales des Mines. Réalités industrielles*, (4) 42-47. Repéré à <http://www.cairn.info/revue-realites-industrielles1-2010-4-page-42.htm>

Rouzé, V. (2004). Vers de nouvelles hybridations musicales. *Les nouveaux dossiers de l'audiovisuel*, (1), 34-35.

Rushkoff, D. (2012). *Les 10 commandements de l'ère numérique*. Limoges, France : Fyp éditions.

Première partie

De quelques enjeux sociopolitiques du numérique

Le numérique. À nouveau le grand projet reconduit?

Dominique Carré
Professeur des universités
Directeur, UFR des Sciences de la communication
Université Paris 13
LabSiC
d-carre@SIC.UNIV-PARIS13.FR

Résumé

Avec le « numérique », sommes-nous confrontés à une troisième vague majeure d'informatisation sociale et à la reconduction d'un grand projet? C'est-à-dire un projet qui n'est pas strictement technique, mais aussi un projet de société, comme cela a été le cas à deux reprises pour la télématique (années 1970-1980), puis pour les autoroutes de l'information (années 1990-2000). Si tel est le cas, comment est pensée et conduite l'informatisation de la société en ce début de 21^e siècle? Pour répondre à cette question, il est proposé de mobiliser une grille d'analyse éprouvée qui comprend *a minima* quatre conditionnalités qui permettent d'affirmer ou d'infirmer ce possible troisième temps de l'informatisation sociale : 1) le changement dans la manière de nommer la technique est pertinente à examiner; 2) la diffusion inflationniste de productions discursives est à prendre en compte; 3) le rôle incontournable de l'État et des pouvoirs publics est à retenir; et 4) la centralité de la convergence est à considérer.

Abstract

With digital technology, are we confronted with a third major wave of social computerization and the renewal of a vast project? A project that is not strictly technical, but also societal, as it was twice the case for telematics (1970-1980) and then for the information highway (1990-2000). If so, how is the computerization of society defined and managed at the beginning of the 21st century? To answer this question, we propose to mobilize a tried and tested analytical grid that includes at least four conditionalities that will make it possible to affirm or to disprove this potential third stage of social computerization: 1) changing the manner of naming the technique is relevant; 2) the inflationary diffusion of discursive productions must be taken into account; 3) the inescapable role of the State and public authorities must be considered; and 4) the centrality of convergence must be taken into account.

Étudiant depuis de nombreuses années les processus multiformes d'informatisation sociale et leur émergence dans différents pays et secteurs d'activités, j'ai été frappé par trois orientations actuelles :

1. L'importance des discours sur le « numérique » qui se répandent depuis quelque temps dans la société française et au-delà.
2. Le déterminisme qu'imposerait la « nouvelle » technologie, le numérique, aurait le mérite de favoriser une nouvelle « révolution » industrielle. Le Forum économique mondial (WEF) n'indique-t-il pas que la quatrième « révolution industrielle » serait en cours? Ce déterminisme technique qui a fait florès dans les années 1970-80, et remis en cause depuis, retrouverait-il une nouvelle consistance?
3. La radicalité du processus en cours serait en rupture avec tout ce que l'on a pu connaître auparavant. Ainsi obligerait-il à faire table rase du passé et des connaissances accumulées lors de la diffusion d'anciennes techniques d'information et de communication.

Voulant sortir d'un certain présentisme, j'ai souhaité examiner le processus qui serait à l'œuvre en prenant de la distance avec les affirmations péremptoires ou les jugements de valeur. L'hypothèse sur laquelle repose le travail peut-être formulée ainsi : sommes-nous confrontés à l'émergence d'une nouvelle vague d'informatisation conséquente? Ainsi, après la télématique (années 1970-1980), les autoroutes de l'information (années 1990-2000), ne serions-nous pas avec le numérique face à une troisième phase d'informatisation sociale majeure reconduisant un grand projet qui ne soit pas strictement technique, mais aussi un projet de société, comme nous avons pu le constater déjà à deux reprises? Au-delà de réalisations techniques est proposé un projet de société aux implications multiples (économiques, sociales, culturelles, politiques...) et dont la mise en place d'un système de communication en constitue le pivot (Tremblay et Lacroix, 1994). Est-ce le cas ici? Et si tel est le cas, comment l'apprécier?

Positionnement et approche

Pour tenter d'apporter, à partir d'une approche critique, quelques premiers éléments de réponse, nous avons pensé nécessaire d'exhumer et de remobiliser les approches et les savoirs éprouvés, qui ont été construits pour appréhender les deux premières grandes vagues d'informatisation afin d'apprécier ce possible troisième temps, celui du processus d'informatisation sociale. Bien entendu, nous reconnaissons bien volontiers que la nature de l'informatisation actuelle n'est pas obligatoirement la même et qu'il est nécessaire de prendre en compte les évolutions.

Trois positionnements ont été adoptés :

- Le premier consiste à indiquer que le numérique n'est pas une technique nouvelle : les bases sont aujourd'hui bien connues et devenues anciennes,

même si nous reconnaissons bien volontiers que le développement de certaines innovations favorise grandement le montage de dispositifs technico-organisationnels qu'il aurait été encore impossible d'envisager auparavant.

- Le deuxième est d'examiner cette possible troisième vague majeure de l'informatisation de la société en prenant le contrepied des discours promotionnels et modernistes qui prétendent qu'« à chaque nouvelle technique, il est nécessaire de faire table rase du passé ». Nous nous inscrivons en faux et partons d'une position épistémologique inverse et éprouvée. Les savoirs acquis précédemment lors de l'introduction de techniques sont d'importance pour mieux nous enseigner et appréhender les enjeux de techniques plus contemporaines.
- Le troisième, qui n'est pas des moindres, est d'inscrire cette réflexion dans une double orientation qui s'enracine dans le social (économie politique et sociopolitique), c'est-à-dire qui ne traite pas la question du numérique dans une perspective de naturalisation ou qui ne prétend pas la mettre à l'écart des sciences sociales. En effet, on assiste de plus en plus à des travaux en sciences et techniques de l'information et de la communication (STIC), en humanités numériques – notons au passage l'ambivalence de ce syntagme –, en physique ou en sciences du vivant qui dénie toute pertinence aux sciences sociales (Bautier, 2016) et, bien entendu, aux sciences de l'information et de la communication (SIC) de traiter du numérique. La science du web ne revendique-t-elle pas son rattachement aux sciences de la nature et aux sciences sociales? Voilà un rattachement « qui passe très souvent par une tendance à l'absorption des secondes par les premières », comme l'indique Roger Bautier (2013, p. 134), ou recourt à la physique ou aux mathématiques pour l'étude des graphes. Certaines réflexions développées considèrent même que le numérique ne doit plus être appréhendé comme une technique, un objet, mais comme un milieu vivant, voire un écosystème complexe qui s'auto-organiserait, ce que nous avons pu constater lors de la journée d'étude du 30 mars 2016, *Digital Studies et SIC*, organisée par la Commission recherche et animation de la recherche de la Société française des Sciences de l'Information et de la Communication (SFSIC). Quant à Dominique Boullier (2015), il en appelle à une « troisième génération de sciences sociales » pour appréhender le numérique.

Grille de lecture

Ainsi, pour constituer une grille de lecture, plusieurs investigations ont consisté à recourir et à analyser un corpus de textes qui portent sur :

- le rôle des productions discursives sur la technique et au-delà (Ellul, 1988; Wilson, 1988);
- la manière dont l'État pense et conduit l'informatisation de la société (Carré, 1991, 1996);

- la prise en compte de la notion de *convergence*, qui est loin d'être strictement technique, et doit être pensée avant tout un construit social (Carré, 1994; Lacroix, Miège et Tremblay, 1994);
- les modalités d'imposition de la modernisation qui accompagnent, précèdent et favorisent la mise en œuvre de nouvelles normes de fonctionnement de la société (Carré et Lacroix, 2001);
- la formation des usages (Lacroix, Mœglin et Tremblay, 1992; Lacroix, Tremblay et Pronovost 1993; Vidal, 2012).

Des lectures, il ressort qu'une étude de conditionnalités reposant sur quatre facteurs, *a minima*, est à mettre en œuvre :

- la manière de nommer la technique n'est pas anodine; le changement d'appellation est indéniablement un marqueur;
- la diffusion inflationniste de productions discursives est un deuxième élément à comptabiliser;
- le rôle incontournable de l'État (pouvoirs publics) est aussi à retenir afin de cerner de quelle manière est imprimé le volontarisme;
- la centralité de la convergence est à considérer, car elle oriente fortement le processus d'informatisation tant en matière d'offre que d'usages.

La recherche étant en cours, la contribution se propose d'apporter modestement quelques premiers résultats significatifs.

1^{re} conditionnalité : le changement d'appellation

La manière de nommer les techniques n'est pas neutre et renvoie à des coups de force sémantiques qui favorisent le positionnement d'acteurs dans un champ donné.

Le terme *informatique* a été peu à peu délaissé au profit d'autres appellations comme les *techniques d'information* (TI), qui permettaient de traiter pas uniquement des données mais aussi de l'information. Puis, cet acronyme a été remplacé par un autre, à savoir les *TIC* (techniques de l'information et de la communication). Celles-ci ont alors couvert un territoire allant de l'informatique jusqu'à l'audiovisuel, en passant par les télécommunications. De plus, en s'hybridant, ces techniques initiales ont donné naissance à de nouvelles branches, comme la télématique, la bureautique et le multimédia.

Cet acronyme a perduré un certain temps, parfois avec un « N » en amont, renvoyant à l'adjectif *nouvelles* pour marquer une certaine rupture. Puis, au tournant des années 2010, il a été possible de voir ici ou là des évolutions. Le « N », faisant alors référence au terme *numérique*, s'est peu à peu immiscé, glissé entre le « T » et le « I » (TNIC), ou a été mis à la fin de l'acronyme (TICN), et renvoie à l'idée selon laquelle les informations de toutes sortes circulent de plus en plus facilement sous codage informatique binaire à travers des supports, des écrans de toutes sortes et des réseaux

de plus en plus interconnectés (George, 2014). Ce qui fait d'ailleurs dire à George que le terme *numérique* semble s'être imposé, car il permet l'interconnexion d'artéfacts qui ne sont pas forcément *a priori* concernés par ces techniques d'information et de communication, mais qui s'y retrouvent intégrés *de facto*.

L'adoption peu à peu, par différents acteurs, de l'appellation « numérique » pour désigner un ensemble de techniques plus large que les TIC montre bien que nombre d'entre eux, pour des raisons diverses, ont adopté progressivement cette expression et délaissé l'acronyme « TIC » afin de se positionner de manière symbolique ou non dans un champ élargi, au sens où l'entend Pierre Bourdieu¹ (1980). Cette évolution sémantique est indéniablement un élément initiateur à prendre en compte, qui permet d'envisager l'éventuelle reconduction d'un grand projet, puisque le même constat a été établi lors des deux premières grandes phases d'informatisation sociale.

2^e conditionnalité : l'inflation des productions discursives

L'évolution sémantique, comme nous venons de le voir, prépare un deuxième temps au développement inflationniste de discours émanant de l'État, des industriels, d'experts, de politiques, d'agences de communication, de la presse et des médias.

Que cela soit pour la télématique dans les années 1970 ou pour les autoroutes de l'information dans les années 1990, de nombreux rapports ont été commandités par l'État et les pouvoirs publics (Carré, 1996). Pour la télématique, le rapport² Nora et Minc, *L'informatisation de la société* (1978), en avait été l'initiateur en France et au-delà, suivi par une centaine de rapports officiels. Pour la mise en œuvre des autoroutes de l'information après les rapports Delors, *Croissance, compétitivité, et emploi. Livre blanc* (1993), et Bangemann pour la Commission européenne, *L'Europe et la société de l'information planétaire* (1994), l'État français commanditera plusieurs rapports, dont le rapport Théry (1996) sur *Les autoroutes de l'information* et les rapports de Breton (1995) sur *Le télétravail en France* et sur *Les téléservices en France*. D'autres suivront.

En ce qui concerne le numérique, nous sommes actuellement dans un processus très similaire, où l'on constate depuis le milieu des années 2000³ une augmentation régulière de rapports commandités par les pouvoirs publics et, depuis 2011, une accélération très nette du nombre de rapports officiels. Au total, à la fin 2015, on comptabilisait 82 rapports publiés.

¹ Pour rappel, un champ est un espace structuré relativement autonome qui se définit par des enjeux et des intérêts spécifiques. Il est fait de rapports de force entre les agents occupants différentes positions dans un champ, mais c'est aussi un espace dynamique dans lequel se jouent des luttes pour conserver ou modifier les rapports de force. Comme un champ n'est jamais fermé, les frontières constituent un enjeu permanent de luttes.

² Pour des raisons de format, les rapports ne seront pas indiqués dans les références à la fin de l'article.

³ On dénombre, à titre d'exemple : 2 rapports en 2007; 7 en 2008; 8 en 2011; 11 en 2013; 22 en 2015.

Il en est de même au niveau des instances européennes. Depuis 2012, les rapports augmentent d'une manière significative⁴. À ces rapports officiels, il est aussi nécessaire d'ajouter la publication de rapports par les *think tanks*, les réservoirs ou les laboratoires d'idées. Tel est, par exemple, le cas en France, entre autres avec l'Institut Montaigne⁵ ou Terra Nova⁶.

Comme cela s'est produit lors de précédentes grandes phases d'informatisation, les discours tenus comportent un biais, car ils sont favorables, en règle générale, au développement du numérique, puisque celui-ci est associé aux progrès et à l'épanouissement de tous. À travers ces rapports qui traitent des techniques, c'est bien un projet de société qui est aussi envisagé.

Pour rappel, les rapports reprennent le plus souvent la trilogie suivante : défis, enjeux et paris, comme l'avait bien identifié, d'une manière plus globale, Jacques Ellul (1988), tout en précisant qu'il s'agissait bien d'un « bluff technologique ». En effet, dans les études, les auteurs multiplient par cent les possibilités effectives des techniques et, le plus souvent, les aspects négatifs sont absents.

Ces productions discursives servent d'abord à constituer un référentiel ayant pour vocation de donner un sens à l'action, puis à préparer les esprits au changement. Elles permettent, ensuite, de légitimer les énoncés et de donner une signification sociale aux orientations techniques. Comme le précise Kevin Wilson (1988), le discours sur les impacts futurs de la technologie ne pouvant être appuyé sur des données empiriques, il faut constamment faire appel à un discours d'anticipation (*futures discourses*) afin de légitimer ses énoncés. Ainsi, c'est par ce discours que les « nouvelles » technologies acquièrent une signification sociale (Wilson, 1988). Enfin, ces productions discursives préparent l'élaboration des politiques publiques.

Des pouvoirs publics résultent aussi la production et la publication des nombreux rapports, l'organisation de colloques, de rencontres, de conférences, de salons, le plus souvent médiatisés, pour affirmer le caractère nécessaire, incontournable du développement de nouvelles techniques (Mattelart, 2001). L'accumulation-accélération des productions discursives qui favorisent discours politico-prospectifs et discours promotionnels est indéniablement un élément important à prendre en compte, permettant d'envisager l'élaboration d'un projet de société à partir d'une évolution technique, puisque ce même processus a été identifié à deux occasions auparavant, lors de la diffusion de la télématique et des autoroutes de l'information.

⁴ En Europe, à titre illustratif : 1 rapport en 2007, 1 en 2010, mais 9 en 2012 et 14 en 2014.

⁵ D'inspiration libérale, son objectif est de mener une réflexion sur les enjeux de compétitivité et de cohésion sociale. Il regroupe des cadres d'entreprises, de hauts-fonctionnaires, des universitaires et des représentants de la société civile. Son expertise porte sur les politiques publiques.

⁶ Proche de la gauche, se veut progressiste et indépendant, mais proche, en fait, du parti socialiste. L'un de ses objectifs est de refonder la social-démocratie. Signalons que Terra Nova vient de sortir un rapport intitulé *L'école sous algorithmes* (2016).

3^e conditionnalité : le rôle incontournable de l'État

Que cela soit en matière de développement de la télématique ou des autoroutes de l'information, l'État a fait preuve à deux reprises de volontarisme, même si les orientations politiques retenues ont quelque peu différé dans les deux situations. Pour la télématique, la mise en place d'une politique industrielle s'est imposée autour de l'opérateur public de télécommunications pour préserver l'indépendance nationale et contrer l'hégémonie de la multinationale IBM. L'administration des télécommunications est devenue le pilier économique indispensable à la conduite de l'informatisation de la société française (Carré, 1996).

En ce qui concerne le déploiement des autoroutes de l'information, reprenant des éléments du rapport Lemoine, *Les technologies d'information enjeux stratégiques pour la modernisation économique et sociale* (1982), les décideurs ont proposé qu'une logique de services et de contenus supplante une logique d'équipements techniques. L'État est demeuré le pilier d'une politique volontariste, mais celle-ci a été repensée dans le cadre d'orientations plus libérales, son rôle consistant alors à impulser, à mobiliser (travail pédagogique), à apporter son soutien financier lors d'expérimentations ou de projets innovants et à mettre en place des contenus informationnels.

Ainsi, dans le premier cas, l'État est intervenu pour construire une offre. Dans le second, il a laissé le soin aux industriels de s'occuper de l'offre, tandis qu'il lui est revenu le soin de prendre en charge la demande en développant une administration connectée⁷, en fournissant des contenus et en informatisant des secteurs comme la santé et l'éducation afin de réduire les dépenses publiques où la demande de consommation était en extension.

En matière de numérique, l'État est à nouveau présent en ayant commandité de très nombreux rapports, mobilisé les acteurs. Néanmoins, il se fait plus discret en matière de politique industrielle ou de politique d'utilisation. Sans doute est-il plus pragmatique et tient-il compte des déficits publics et de la vitesse à laquelle se diffuse le numérique. On peut estimer qu'il inscrit sa politique dans la lignée proposée par l'ancien premier ministre Jean-Pierre Raffarin⁸, qui a déclaré en 2002 : « La logique des grands plans [...], et de grandes lois qui mettent tellement de temps à être votées qu'elles sont déjà en décalage avec les technologies et les pratiques quand elles entrent en vigueur ». Aussi préfère-t-il laisser les marchés fonctionner et rechercher des moyens pour développer l'économie du numérique en soutenant l'innovation, la création d'entreprise, le commerce électronique pour développer l'emploi.

⁷ Par exemple, le premier ministre a décidé que tous les ministères devaient se doter d'un service Internet avant le 31 décembre 1997.

⁸ Devant l'Electronic Business Group (EBG), club d'affaires réunissant les principaux acteurs de l'industrie, des médias et des nouvelles technologies, le 12 décembre 2002.

La stratégie s'élabore en quatre étapes :

1. Création d'une nouvelle instance. En date du 27 avril 2011, le président de la République, Nicolas Sarkozy, a installé le CNum – Conseil National du Numérique⁹. Sa mission consiste à formuler de manière indépendante et à rendre public des avis et des recommandations sur toute question relative à l'impact du numérique sur la société et sur l'économie. Il est l'interface entre le gouvernement et la société civile pour adapter le cadre législatif aux nouveaux enjeux liés au numérique. Cette instance s'inscrit dans le prolongement du passage d'une politique industrielle à celle de l'encadrement des marchés. Elle consiste à favoriser la multiplication d'agences, d'autorités indépendantes, afin de dépolitiser le débat, d'imposer des normes d'utilisation dans une perspective néolibérale (Mosco, 2002).
2. Mise en place d'un Secrétariat d'État dédié du Numérique (2014) auprès du ministre de l'Économie et du Redressement productif.
3. Lancement d'appels à projets « Grands défis du numérique » (2014-2015). Les thématiques portent sur la digitalisation du réel, l'économie de la donnée et l'économie de la confiance. Le budget prévu est de 20 millions d'euros.
4. Élaboration du Projet de loi¹⁰ *Pour la République numérique*. Le gouvernement souhaite combiner soutien à l'innovation et aux nouveaux modèles économiques, ouverture élargie des données, protection renforcée des personnes, renforcement de la loyauté des plateformes et déploiement de l'accès au numérique. Il s'organise autour de trois axes : a) favoriser la circulation des données et du savoir, renforcer et élargir l'ouverture des données publiques, créer un service public de la donnée, introduire la notion de données d'intérêt général, développer l'économie du savoir et de la connaissance; b) œuvrer pour la protection des individus dans la société du numérique, favoriser un environnement ouvert en affirmant le principe de neutralité des réseaux et de portabilité des données, établir un principe de loyauté des plateformes de services numériques, introduire de nouveaux droits pour les individus dans le monde numérique, en matière de données personnelles et d'accès aux services numériques; enfin, c) garantir l'accès au numérique pour tous (en favorisant en particulier l'accessibilité aux services numériques aux personnes handicapées, en maintenant la connexion Internet pour les personnes les plus démunies).

L'État légifère aussi pour faciliter la création d'entreprises, assouplir le cadre juridique, accompagner les PME-PMI à réussir le passage à l'économie numérique ou encore favoriser la création de *start-up*, et par rapport aux collectivités locales, labellise des

⁹ Il réunit avant tout des entrepreneurs du numérique.

¹⁰ Signalons que le texte a été élaboré à l'issue d'un processus de co-construction au travers d'une concertation nationale lancée en octobre 2014 par le premier ministre, au travers de laquelle plus de 4 000 contributions d'entreprises, d'administrations et de particuliers ont été reçues. Le texte est en lecture au Sénat.

territoires numériques favorisant les *Smart Cities* (villes intelligentes) dans l'objectif d'améliorer la qualité des services urbains et de réduire les coûts de fonctionnement des villes. Le développement de *Living Lab* est aussi encouragé, regroupant acteurs publics, privés, associatifs dans l'objectif de tester « grandeur nature » des services, des outils ou des usages nouveaux en coopération entre collectivités locales, entreprises, laboratoires de recherche et utilisateurs potentiels. Il s'agit ainsi de favoriser l'innovation ouverte et d'impliquer les utilisateurs dès le début de la conception.

Indéniablement, l'État se donne à nouveau un rôle stratégique et essentiel pour reconduire un grand projet de société, la « société numérique », mais adopte une gouvernance plus libérale en devenant animateur (Vedel, 1999) de la numérisation de la société française.

4^e conditionnalité : la centralité de la notion de *convergence*

La notion de *convergence* était centrale dans la manière de penser l'informatisation de la société, que cela soit pour la télématique ou pour les autoroutes de l'information. Seule l'orientation stratégique changeait. Rappelons que la notion de convergence renvoie tour à tour à des processus techniques (numérisation), économiques (concentration des entreprises, intégration des services, arrivée de nouveaux entrants), politiques (atténuation ou disparition de distinctions réglementaires entre secteurs d'activités), sociaux (idée d'un consensus autour d'un grand projet industriel qui favorise une cohésion sociale renforcée) (Tremblay et Lacroix, 1994).

La mise en œuvre de la télématique à la française a été pensée autour de la convergence entre l'informatique et les télécommunications, alors que la mise en œuvre des autoroutes de l'information l'a été autour de la convergence entre télécommunications et audiovisuel.

Le déploiement du numérique ne résulte pas d'une volonté de l'État de faire converger certaines filières techniques, comme cela a été le cas auparavant, mais revient à l'industrie de la communication (électronique, informatique, télécommunications) et à l'industrie de services ou de contenus, via les plateformes et les outils connectés (en particulier les *smartphones*).

Ce couplage produit-service desservi par une infrastructure de plateformes et de réseaux est mis en œuvre soit par des *start-up*, soit par des entreprises mondialisées nord-américaines (Google, Amazon, YouTube, Facebook, Apple) qui déploient leurs activités à l'échelle planétaire (Paoletti, 2003) par un processus d'industrialisation de la mise en relation. Difficile dès lors pour l'État d'inverser cette tendance. Le moteur de recherche français *Qwant* en est une parfaite illustration. Créé en février 2013, il a deux intérêts : il est d'une part très orienté sur les réseaux socionumériques et, d'autre part, il ne trace pas les utilisateurs pour garantir leur vie privée. Malgré cela, son utilisation

reste, même en France, toujours très marginale face à Google, qui détient plus de 93 % des parts de marché, c'est-à-dire un monopole naturel.

L'État a choisi, pour le numérique, de favoriser un autre type de convergence qui ne repose pas sur certaines filières techniques, comme cela a été le cas auparavant pour la télématique et les autoroutes de l'information. La convergence recherchée cette fois met en relation les industries dites « créatives » et les territoires pour développer des « territoires créatifs » et des « villes intelligentes ». Dans ce cadre, l'État, du moins en France, intervient par une politique de labellisation. Les métropoles *French Tech* en sont une parfaite illustration. L'objectif est de faire de la France entière un vaste accélérateur de *start-ups* comprenant un réseau d'écosystèmes attractifs qui concentrent tous les ingrédients (culture entrepreneuriale, talents, créativité, maîtrise technologique, financement, etc.)¹¹. Quant au pilotage, il s'effectue au ministère de l'Économie et de l'Industrie numérique. Encore une fois, la notion de convergence est centrale pour le déploiement du numérique, même si, cette fois, elle ne s'inscrit pas dans la mise en relation privilégiée de filières techniques, mais vise une autre forme de convergence.

Éléments conclusifs provisoires

L'étude des conditionnalités qu'il est nécessaire à ce stade d'approfondir et de compléter par de nouvelles investigations, tout particulièrement pour la quatrième conditionnalité, laisse entrevoir que nous ne serons pas face à une quatrième révolution industrielle, mais face à une nouvelle étape majeure du projet d'informatisation sociale qui verrait la reconduction d'un grand projet : la numérisation de la société.

Par numérisation de la société, il faut entendre un processus global et transversal qui consiste à numériser les supports d'information, les contenus et les services touchant en interne les organisations (entreprises, administrations, collectivités territoriales, associations), mais également les relations entretenues avec leurs fournisseurs, clients, administrés, citoyens, sans oublier les foyers et les particuliers. La numérisation ne concerne plus uniquement la sphère des technologies d'information et de communication. Les objets, en devenant connectés, sont aussi concernés.

Références

Bautier, R. (2013). Enjeux de connaissance et enjeux sociopolitiques dans les sciences du web. Dans E. Rojas (dir.), *Réseaux socionumériques et médiations humaines. Le social est-il soluble dans le web?* (p. 131-153). Paris, France : Hermes Lavoisier.

¹¹ Pour être labellisé « Métropole French Tech », un territoire doit s'appuyer sur un écosystème de start-up, un projet ambitieux de développement, des acteurs du territoire mobilisés, des projets opérationnels, une politique d'achat et des espaces identifiés (<http://www.lafrenchtech.com/content/dispositif-de-labellisation>).

Bautier, R. (2016). Un *principium* équivoque pour les sciences de l'information et de la communication. *Questions de communication*, 29, 145-158.

Boullier, D. (2015). *Les Sciences sociales face aux traces du big data? Société, opinion et répliques*. Repéré à <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01141120/>

Bourdieu, P. (1980). *Questions de sociologie*. Paris, France : Les Éditions de Minuit.

Carré, D. (1991). Renouveau de perspective en matière de politique d'informatisation et formalisation d'un nouveau domaine de recherche. *Bulletin du Certeic*, 12, 13-22.

Carré, D. (1994). Antiope, une fausse bonne idée. Dans J. G. Lacroix, B. Miège, G. Tremblay (dir.), *De la télématique aux autoroutes électroniques. Le grand projet reconduit* (p. 193-206). Montréal, Québec/Grenoble, France : Presses de l'Université du Québec/Presses de l'Université de Grenoble.

Carré, D. (1996). Télématique et autoroutes de l'information. Manières de penser et de conduire l'informatisation de la société. Dans *Société de l'information : les enjeux culturels*, actes du colloque, Paris, 11 décembre 1996.

Carré, D. et Lacroix J. G. (dir.) (2001). *La santé et les autoroutes de l'information. La greffe informatique*. Paris, France : L'Harmattan.

Ellul, J. (1988). *Le bluff technologique*. Paris, France : Hachette.

George, É. (2014). Quelles perspectives critiques pour aborder les TIC?. *tic&société*, 8(1-2), 10-29.

Lacroix, J. G., Moeglin, P. et Tremblay, G. (1992). Usages de la notion d'usages. Dans *Les nouveaux espaces de l'information et de la communication*, actes de colloque du 8^e congrès de la SFSIC (p. 239-248), Lille, 21-23 mai.

Lacroix, J. G., Tremblay, G. et Pronovost, G. (1993). La mise en place de l'offre et la formation des usages des NTIC. Le cas de Vidéoway et de Télétel. *Cahiers de recherche sociologique*, 21, 79-122.

Mattelart, A. (2001). *Histoire de la société de l'information*. Paris, France : La Découverte.

Mosco, V. (2002, avril). *Brand New World? Globalization, Cyberspace and the Politics of Convergence*. Conférence de clôture du Colloque « Panam Industries culturelles et dialogue avec les civilisations dans les Amériques », GRICIS-UQAM, Montréal.

Paoletti, F. (2003). *L'homme et l'ordinateur. Les enjeux de l'informatisation de la société*. Paris, France : L'Harmattan.

Tremblay, G. et Lacroix, J. G. (1994). La convergence encore et toujours. Dans J. G. Lacroix, B. Miège et G. Tremblay (dir.), *De la télématique aux autoroutes électroniques. Le grand projet reconduit* (p. 1-15). Montréal, Québec/Grenoble, France : Presses de l'Université du Québec/Presses de l'Université de Grenoble.

Vedel, T. (1999). La gouvernance des réseaux mondiaux de communication. *Politique et Sociétés*, 2(18), 9-36.

Vidal, G. (dir.) (2012). *La sociologie des usages. Continuités et transformations*. Paris, France : Hermès-Lavoisier.

Wilson, K. G. (1988). La technologie conjuguée au futur. *Technologies de l'Information et Société*, 1(1), 13-39.

Cybernétique et contrôle social : prolégomènes au concept de *Big Data*

Maxime Ouellet
Professeur à l'École des médias
Université du Québec à Montréal
Centre de recherche CRICIS
ouellet.maxime@uqam.ca

André Mondoux
Professeur à l'École des médias
Université du Québec à Montréal
Centre de recherche CRICIS
mondoux.andre@uqam.ca

Marc Ménard
Professeur à l'École des médias
Université du Québec à Montréal
Centre de recherche CRICIS
menard.marc@uqam.ca

Maude Bonenfant
Professeure au Département de communication sociale et publique
Université du Québec à Montréal
Centre de recherche CRICIS
bonenfant.maude@uqam.ca

Résumé

Dans ce texte issu de notre communication, nous interrogerons la mise en place d'une nouvelle forme de contrôle social en lien avec l'actuel processus de cueillette et d'analyse des données numériques à des fins prédictives, aussi appelé « *Big Data* ». Nous soutenons que s'il existe bel et bien une tendance totalitaire dans l'actuel processus de cueillette, d'analyse et de traitement des données personnelles à des fins sécuritaires, celle-ci ne se trouve pas principalement dans les menaces que pose la surveillance étatique sur la vie privée, mais plutôt dans le processus de totalisation induit par la globalisation capitaliste auquel participe le déploiement des dynamiques de *Big Data*.

Abstract

In this paper, we will examine the implementation of a new form of social control in connection with the current process of gathering and analyzing digital data for predictive purposes, also called "Big Data". We argue that while there is a totalitarian trend in the current process of collecting, analyzing and processing personal data for security purposes, it is not primarily in the threats posed by surveillance, but rather in the process of totalization induced by capitalist globalization in which the deployment of the dynamics of Big Data participates.

Dans ce texte issu de notre communication, nous proposons d'interroger la mise en place d'une nouvelle forme de contrôle social en lien avec l'actuel processus de cueillette et d'analyse des données numériques à des fins prédictives, aussi appelé « *Big Data* ». Si les révélations d'Edward Snowden ont eu le mérite d'alerter le grand public sur l'existence de programmes de surveillance de masse mis en place par la NSA, la plupart des commentateurs qui ont dénoncé le potentiel totalitaire des dispositifs de contrôle social reposant sur l'analyse des données massives font l'impasse sur la nature réelle de la domination dans les sociétés contemporaines. S'il existe bel et bien une tendance totalitaire dans l'actuel processus de cueillette, d'analyse et de traitement des données personnelles à des fins sécuritaires, celle-ci ne se trouve pas principalement dans les menaces que pose la surveillance étatique sur la vie privée, mais plutôt dans le processus de totalisation induit par la globalisation capitaliste auquel participe le déploiement des dynamiques de *Big Data*. Comme le souligne le philosophe Jean Vioulac (2013) : « Le capitalisme est un totalitarisme et son idéologie est le néolibéralisme. » (p. 388.)

Le totalitarisme capitaliste se caractérise par la substitution des formes institutionnelles de pouvoir politique au profit de la domination abstraite de la rationalité de la valeur marchande qui vient imposer sa logique à la totalité des sphères de la pratique sociale. La puissance du capital se caractérise par sa capacité d'imposer son *nomos* (sa loi), laquelle repose notamment sur la quantification de l'inquantifiable (Nitzan et Bichler, 2012). Le pouvoir de quantification du capital se manifeste dans la dynamique d'analyse des données numériques de masse. En ce sens, l'argument qui sera défendu dans ce texte est que la principale menace des dispositifs de *Big Data* ne concerne pas tant la question de la vie privée, mais plutôt le potentiel destructeur pour la vie publique qui est induit par ces dispositifs technologiques.

Pour ce faire, nous prendrons appui sur la sociologie dialectique développée par Michel Freitag. Pour Freitag (2003), le contrôle social procède d'une nécessité ontologique puisque « [t]out vivre-ensemble oblige à un minimum d'entente sur le bien, le juste, le raisonnable, ou à tout le moins sur certaines manières communément acceptées ou légitimement imposées d'intégrer les interprétations contradictoires de ces valeurs régulatrices du flux des rapports sociaux » (s.p.). Selon la sociologie dialectique freitagienne, les sociétés humaines sont passées historiquement d'un mode de reproduction culturel-symbolique, qui correspond aux formes prémodernes de la socialité où le contrôle social s'exerce par l'intégration des normes propres à une culture particulière, à un mode de reproduction politico-institutionnel, caractéristique du monde moderne. Dans la modernité, c'est par la médiation des institutions politiques que la reproduction de la société est rendue possible par-delà les normes symboliques qui sont au fondement de la contrainte sociale au sein des sociétés prémodernes. Cela ne signifie pas que le monde moderne détruit toute forme de médiations symboliques, mais plutôt que ces dernières sont ressaisies réflexivement par les sociétés sous la forme de règles formelles à l'origine de l'ordre juridico-politique. En ce sens, ce qui caractérise le mode de reproduction politico-institutionnel est « l'institutionnalisation de la capacité d'institutionnalisation », c'est-à-dire la capacité des sociétés de se donner réflexivement des finalités collectives ainsi que des contraintes qui sont légitimées par

le biais de la praxis politique (Freitag, 1986). Dans cette perspective, l'actuel déploiement des médias socionumériques et des dynamiques de *Big Data* marque le passage vers un nouveau mode de reproduction sociétal qualifié par Freitag (2003) d'« opérationnel-décisionnel », au sein duquel émerge une forme inédite de totalitarisme : un totalitarisme systémique.

Il est possible de soutenir, pour paraphraser Marx, que la richesse des sociétés dans lesquelles règne le capitalisme informationnel apparaît comme une gigantesque accumulation de données. À l'ère du numérique, le capital instaure ainsi une révolution culturelle permanente¹ (Ouellet, 2016). D'un monde qui était encore régulé normativement par la culture et qui se reproduisait de manière plus ou moins stabilisée au moyen d'institutions, la globalisation capitaliste marque le passage à une nouvelle ère où la communication informatique s'érige en tant que principale instance de régulation de la pratique sociale. Propulsée par les « nouvelles » technologies de l'information et de la communication, la globalisation détruit toutes les formes de régulation normatives de la vie sociale héritées de la tradition, c'est-à-dire la culture, pour les remplacer par l'hégémonie de l'imaginaire « égalitariste » de la communication. Tout comme la culture, comprise en tant qu'institution symbolique transcendantale, est laminée par la communication médiatique et technologique, le savoir conçu comme le résultat d'une activité réflexive de transmission de la connaissance (Stiegler, 2012) se mute en informations-marchandises produites industriellement (Adorno et Horkheimer, 1974), c'est-à-dire en pures données a-signifiantes et insignifiantes (Lazzarato, 2014) qui plongent les sociétés contemporaines dans un nouveau régime automatisé, informatisé et autonomisé de régulation de la pratique sociale (Stiegler, 2015). Cette logique totalitaire repose sur le fantasme d'« un monde sans représentation, un monde de la transparence dans laquelle la seule médiation acceptée est celle de la technique » (Quéré, 1982, p. 59).

La mutation cybernétique du capitalisme

Le devenir totalitaire du capital tire ses origines de l'application des principes de la cybernétique au fonctionnement des marchés. Rappelons que la cybernétique se définit comme la science de la régulation sociale et de l'optimisation des ressources informationnelles, en somme, du contrôle par la communication. C'est Friedrich Hayek, le principal idéologue de la doctrine néolibérale, qui est à l'origine du « manifeste » de la révolution cybernétique en économie (Mirowski, 2001). Selon Hayek (1945), le marché ne se caractérise pas par sa capacité d'établir un équilibre parfait entre l'offre et la demande ; il s'agit plutôt d'une gigantesque machinerie informationnelle qui transmet des informations aux divers agents économiques, qui sont eux-mêmes conçus comme

¹ Marx notait déjà dans *Les Grundrisse* que : « [l]e capital se développe irrésistiblement au-delà des barrières nationales et des préjugés; il ruine la divinisation de la nature en même temps que les coutumes ancestrales : il détruit la satisfaction de soi, cantonnée dans des limites étroites et basée sur un mode de vie traditionnel. Il abat tout cela, et il est lui-même en *révolution permanente*, brisant toutes les entraves au développement des forces productives, à l'élargissement des besoins, à la diversité de la production, à l'exploitation et à l'échange de toutes les forces naturelles et spirituelles (Marx, 1968, p. 215; nous soulignons).

des processeurs informationnels. Il ne faudrait cependant pas tomber dans le piège de l'idéologie néolibérale, qui prétend que l'autorégulation des marchés provient du libre choix des individus. Dans les sociétés capitalistes avancées, dont l'institution centrale est la grande corporation, les volontés particulières sont déterminées à l'avance par les mécanismes de planification de la consommation.

Technocratie et liberté sont paradoxalement compatibles dans le régime néolibéral, puisqu'il s'agit de « forcer » les individus à faire des choix en programmant leurs intérêts pour que ceux-ci soient compatibles avec le régime d'accumulation. D'après la tradition américaine d'économie politique institutionnaliste d'inspiration veblenienne (Veblen, 1971), l'introduction de la technologie dans le système productif exige des investissements massifs de la part des firmes, ce qui rend de plus en plus risqué le fait de laisser au seul consommateur le choix de décider ce qui doit être produit. Comme l'ont montré les travaux en économie politique de la communication s'inspirant de la perspective institutionnaliste, c'est aux industries culturelles que revient la tâche de planifier la consommation au moyen du marketing et de la publicité (Smythe, 1977). En clair, dans le capitalisme avancé², la médiation des rapports sociaux par l'intermédiaire du marché est remplacée par la planification au sein des corporations. La planification de la consommation, qui prend notamment la forme d'un « effort pour vendre », vise à trouver un débouché pour la suraccumulation induite par la surproduction découlant des innovations dans le processus de production industrielle. C'est pourquoi Henri Lefebvre (1967) qualifiera le capitalisme avancé de « société bureaucratique de consommation programmée », dont la principale fonction consiste à produire un « Homme nouveau » : le « cybernanthrope ».

***Big Data* et monde numériquement administré : la production d'un Homme nouveau**

C'est dans ce contexte qu'il faut comprendre le phénomène des *Big Data* que les révélations de Snowden ont mis en lumière. Le terme *Big Data* qualifie une dynamique sociétale qui se caractérise non seulement par la production de quantités massives de données numériques, mais, surtout, par la capacité des nouveaux outils informatiques d'analyser ces informations à des fins prédictives. Les *Big Data* reposent sur la prémisse qu'il est possible de récolter la totalité des données provenant de la numérisation de l'activité sociale, ce qui rendrait obsolète l'interprétation des faits sociaux à partir des théories scientifiques puisque le « réel » parlerait de lui-même. Selon l'ex-rédacteur en chef de la revue *Wired*, Chris Andersen (2008) :

Il s'agit d'un monde où d'énormes quantités de données et les mathématiques appliquées remplacent tout autre outil qui pourrait être utilisé. Fin de toute théorie du comportement humain, de la linguistique à la sociologie. Oubliez la taxonomie,

² Si, sur le plan institutionnel, on définit généralement le capitalisme avancé par la séparation du contrôle (la propriété) et de la gestion des corporations, il se caractérise également par son emprise comme système sur la société, la culture et l'historicité, qui conduit à l'interpénétration entre les sphères de l'économie, du politique et du monde vécu (Pineault, 2008).

l'ontologie et la psychologie. Qui sait pourquoi les gens font ce qu'ils font? Le point est qu'ils le font, et on peut suivre et mesurer ce que les gens font avec une fidélité sans précédent. Avec suffisamment de données, les chiffres parlent d'eux-mêmes³. (s.p.)

Selon ses promoteurs, l'application des processus de *Big Data* à l'ensemble des secteurs de l'activité sociale (santé, sécurité publique, finance, marketing, domaine militaire, administration publique, etc.) permettrait de mettre en place des mécanismes de régulation efficaces et non coercitifs grâce à des algorithmes auto-programmables qui seraient en mesure de prendre des décisions de manière automatisée et hautement rationalisée (Cukier et Mayer-Schoenberger, 2014). Non seulement ces algorithmes seraient en mesure de connaître la réalité dans sa totalité, mais ils auraient également l'ambition d'anticiper le réel, comme en témoigne le brevet récemment déposé par Amazon sur un dispositif permettant de déclencher la livraison d'un produit avant même de l'avoir payé (Vincent, 2014).

En plus de constituer un lieu de captation des informations personnelles qui nourrissent la dynamique de surveillance totalitaire du capital (Bellamy, Foster et McChesney, 2014), les médias sociaux numériques comme Facebook peuvent être considérés comme des dispositifs néolibéraux de production d'un Homme nouveau. La configuration réticulaire de ces médias permet aux usagers de quantifier leurs activités et celles des autres, notamment en comparant leur popularité en fonction du nombre de contacts accumulés. L'Homme nouveau néolibéral est un hypersujet, à qui l'on demande de « produire toujours plus » afin de pouvoir « jouir toujours plus » (Dardot et Laval, 2009). Les dispositifs d'évaluation, de quantification et d'expression de soi qu'on retrouve dans les médias sociaux numériques visent à quantifier des activités qui sont en soit inquantifiables⁴, ce qui permettrait aux individus de s'autoréguler en fonction de la variation arbitraire des signaux qui sont envoyés par les mécanismes cybernétiques de communication. Cette nouvelle forme de régulation de la pratique sociale est définie par Antoinette Rouvroy (2012) comme une gouvernementalité algorithmique. Il s'agit

[d']un mode de gouvernement nourri essentiellement de données brutes, signaux infra-personnels et a-signifiants mais quantifiables, opérant par configuration anticipative des possibles plutôt que par réglementation des conduites, et ne s'adressant aux individus que par voie d'alertes provoquant des réflexes plutôt qu'en s'appuyant sur leurs capacités d'entendement et de volonté (s.p.).

La gouvernementalité algorithmique marque la fin du politique puisqu'en produisant une norme qui correspondrait immédiatement au réel, c'est la capacité même de délibérer réflexivement de manière collective sur l'écart entre la norme et le réel qui est aboli.

³ Traduction libre de « *This is a world where massive amounts of data and applied mathematics replace every other tool that might be brought to bear. Out with every theory of human behavior, from linguistics to sociology. Forget taxonomy, ontology, and psychology. Who knows why people do what they do? The point is they do it, and we can track and measure it with unprecedented fidelity. With enough data, the numbers speak for themselves.* » (Chris Andersen, 2008, s.p.)

⁴ En créant par exemple un marché de l'amour dans les sites de rencontre en ligne. À ce sujet, voir Laberge (2008).

Dans le passage du gouvernement à la gouvernance algorithmique, comme c'est le capital qui structure les finalités du « vivre ensemble », la seule question « politique » qui peut être discutée est celle de la « gestion » la plus efficiente possible des rapports entre les individus qui composent la société. La spécificité de la gouvernance néolibérale repose justement sur le fait que la normativité perd son caractère vertical : « il ne s'agit plus de se référer à la loi qui transcende les faits, mais d'inférer la norme sur la mesure des faits » (Supiot, 2010, p. 78). C'est de cette préséance du fait sur la norme que se met également en place la gouvernementalité algorithmique à partir de l'actuel processus de cueillette, d'analyse et de traitement des données personnelles sous une forme numérique.

En modelant la régulation sociale sur l'anticipation de l'action des sujets, c'est justement la capacité de la praxis sociale d'instituer des normes communes qui se trouve anéantie puisqu'on cherche soit à produire de manière performative un comportement avant même que celui-ci n'apparaisse, soit à agir de manière préemptive afin d'éviter qu'une action se produise (Ouellet, Ménard, Bonenfant et Mondoux, 2015). Selon Éric Sadin (2013), dans ce monde numériquement administré, « l'analyse des traces sans fin disséminées par nos existences numérisées induit une connaissance précise et évolutive des usages, au point d'encourager l'élaboration d'algorithmes destinés à devancer les besoins et les désirs des individus » (p. 18). Comme le soutient l'ex-PDG de Google, Éric Schmidt :

Une idée serait que de plus en plus de recherches soient effectuées en votre nom, sans que vous ayez à les taper. Je pense véritablement que la plupart des gens ne souhaitent pas que Google réponde à leurs questions. Ils veulent que Google leur dise quelle est la prochaine action qu'ils devraient faire (cité dans Vion-Dury, 2013, s.p.).

Vers un totalitarisme inversé

Les *Big Data* font apparaître une totalité numérique, laquelle est composée de l'ensemble des informations produites par l'activité sociale. La totalité numérique se présente ainsi comme objective, puisqu'elle prétend être la représentation du réel lui-même (données « brutes »), une forme de redoublement du réel sous une forme numérique. Il reste que la gouvernementalité algorithmique induit un processus de domination abstrait et dépersonnalisé parce que les sujets n'ont aucun autre choix que de se soumettre et de s'adapter à cette dynamique objective. Celle-ci se légitime d'autant plus aisément qu'elle se présente sous une forme « démocratique » et non hiérarchique. Ce fétichisme de la technique repose d'ailleurs sur la croyance selon laquelle les individus peuvent se libérer des contraintes institutionnelles en se branchant et se débranchant constamment au gré de leurs désirs. L'aliénation se présente donc comme une libération. C'est ainsi que les nouvelles stratégies de marketing postmodernes fondées sur les techniques de *Customer Relationship Management* (CRM) prétendent libérer la subjectivité du conformisme que l'on retrouvait dans la société de consommation de masse. Selon IBM, une des firmes les

plus actives dans la promotion des services de *Big Data*, « le client ne veut plus faire partie d'un "segment". Il est un individu distinct et si l'on souhaite capturer et conserver sa clientèle, il y a lieu de le traiter comme tel⁵ ». L'origine des algorithmes utilisés par la NSA pour recomposer l'identité d'un terroriste potentiel provient d'ailleurs des techniques développées dans les années 1990 par les mathématiciens d'IBM, qui ont analysé les informations provenant des codes barres des produits afin de prédire les comportements d'achats des consommateurs.

Les dynamiques de *Big Data* instituent en ce sens une forme d'émancipation paradoxale puisqu'ils prétendent affranchir l'individu de toute norme au fondement de l'identité collective afin de lui fournir des services et des marchandises en fonction de ses propres besoins et désirs. Grâce aux mécanismes d'analyses et de traitements des données numériques, les individus pourraient ainsi s'affranchir de la norme, puisque la norme serait immanente au réel; chaque individu produirait lui-même sa propre norme. Or derrière les possibilités d'expression de soi et d'authenticité rendues possibles par les médias sociaux se cache une forme perverse de néo-discrimination, car les algorithmes utilisés à des fins de marketing permettent maintenant d'appliquer une tarification en fonction des caractéristiques spécifiques des clients (sexe, âge, revenu, travail, origine ethnique, etc.⁶) (Deglise, 2014).

La médiation des rapports sociaux au moyen des technologies numériques remplace les médiations symboliques et politico-institutionnelles qui étaient au fondement de la modernité politique (Freitag, 2003). Dans le monde numériquement administré, l'État sous-traite son pouvoir disciplinaire aux industries du divertissement qui développent des applications de plus en plus sophistiquées de captation des données personnelles. Le contrôle social reposant désormais sur un mélange de surveillance et de divertissement, il en résulte, selon le politologue Sheldon Wollin (2008), une forme de totalitarisme inversé où la souveraineté politique est soumise à la tyrannie du capital et où la population se désintéresse des questions politiques puisqu'elle préfère le divertissement que lui procurent les industries culturelles. Comme le souligne le sociologue Christian Laval (2007), la nouvelle normativité propre à la société de marché, c'est « moins de transcendance, plus de surveillance » (p. 258).

Pour conclure, la dynamique totalitaire induite par la numérisation de l'activité sociale soulève au moins deux enjeux d'ordre épistémologique et politique. Premièrement, la critique des technologies numériques doit nécessairement être accompagnée d'une critique de l'économie politique capitaliste. Il est donc nécessaire de réaffirmer, face aux laudateurs du fétichisme du numérique, que la technique n'est pas neutre; elle consiste plutôt en la matérialisation des rapports sociaux à une époque socio-historique particulière. Comme le souligne Morozov (2015) :

aujourd'hui ceux qui participent aux débats sur la technologie soutiennent l'idéologie néolibérale dans ce qu'elle a de pire. La plupart des critiques de la

⁵ Voir : https://www.ibm.com/smarterplanet/be/fr/smarter_marketing/overview/index.html?re=spf (dernière consultation le 24 octobre 2014).

⁶ Par exemple pour l'achat de billets d'avion.

Silicon Valley, de quelque bord qu'ils soient, sont alignés sur le néolibéralisme. Ce n'est pas parce qu'ils haïssent Google et Amazon qu'ils combattent la rapacité du capitalisme financiarisé (p. 7).

Deuxièmement, il convient de rappeler qu'il est impossible de concevoir une société en l'absence de médiations symboliques et politiques qui sont constitutives d'un monde commun. Comme le disait Marx (1968) dans *Les Grundrisse* :

Au sens le plus fort, l'homme est un animal politique; il n'est pas seulement un animal social, mais encore un animal qui ne peut s'individualiser que dans la société. Concevoir que le langage puisse se développer sans individus vivant et parlant ensemble n'est pas moins absurde que l'idée d'une production réalisée par l'individu isolé, en dehors de la société (p. 33).

Références

Adorno, T. et Horkheimer, M. (1974). *La dialectique de la raison*. Paris, France : Gallimard.

Andersen, C. (2008, 23 juin). The End of Theory: The Data Deluge Makes the Scientific Method Obsolete. *Wired*. Repéré à <http://www.wired.com/2008/06/pb-theory/>

Bellamy Foster, J. et McChesney, R. (2014). Surveillance Capitalism. Monopoly-Finance Capital, the Military-Industrial Complex, and the Digital Age. *Monthly Review*, 66(3), 1-31.

Cukier, K. et Mayer-Schoenberger, V. (2014). *Big data : la révolution des données est en marche*. Paris, France : Laffont.

Dardot, P. et Laval, C. (2009). *La nouvelle raison du monde : essai sur la société néolibérale*. Paris, France : La Découverte.

Deglise, F. (2014, 17 février). Néo-Discrimination. *Le Devoir*. Repéré à <http://www.ledevoir.com/societe/actualites-en-societe/400152/neo-discrimination>

Freitag, M. (1986). *Dialectique et société*. Tome 2. *Culture, pouvoir, contrôle. Les modes de reproduction de la société*. Montréal, Québec : Éditions Saint-Martin.

Freitag, M. (2003). De la terreur nazie au meilleur des mondes cybernétique. Réflexions sociologiques sur les tendances totalitaires de notre époque. *Argument*, 5(1). Repéré à <http://www.revueargument.ca/article/1969-12-31/214-de-la-terreur-nazie-au-meilleur-des-mondes-cybernetique.html>

Fuchs, C. (2014). *Digital Labour and Karl Marx*. New York, NY : Routledge.

von Hayek, F. (1945). The Use of Knowledge in Societies, *American Economic Review*, XXXV(4), 519-530.

Laberge, M. (2008). Existe-t-il un marché pour les relations amoureuses?. *Notes économiques, Hors série*, Institut économique de Montréal.

Laval, C. (2007). *L'Homme économique : essai sur les racines du néolibéralisme*. Paris, France : Gallimard.

Lazzarato, M. (2014). *Gouverner par la dette*. Paris, France : Les prairies ordinaires.

Lefebvre, H. (1967). *Vers le cybernanthrope, contre les technocrates*. Paris, France : Denoël.

Marx, K. (1968). *Grundrisse 2. Chapitre du Capital*. Paris, France : Union générale d'éditions.

Marx, K. (1993). *Le Capital. Livre 1*. Paris, France : Presses universitaires de France.

Morozov, E. (2015). *Le mirage numérique : pour une politique du Big Data*. Paris, France : Les Prairies ordinaires.

Mirowki, P. (2001). *Machine Dreams: Economics Becomes a Cyborg Science*. New York, NY : Cambridge University Press.

Nitzan, J. et Bichler, S. (2012). *Le capital comme pouvoir. Une étude de l'ordre et du créordre*. Paris, France : Max Milo.

Ouellet, M., Ménard, M., Bonenfant, M. et Mondoux, A. (2015). Big Data et quantification de soi : la gouvernementalité algorithmique dans le monde numériquement administré. *Canadian Journal of Communication*, 40(4), 597-613.

Ouellet, M. (2016). *La révolution culturelle du capital. Le capitalisme cybernétique dans la société globale de l'information*. Montréal, Québec : Écosociété.

Pineault, É. (2008). Quelle théorie critique des structures sociales du capitalisme avancé?. *Cahiers de recherche sociologique*, 45, 113-132.

Quéré, L. (1982). *Des miroirs équivoques : aux origines de la communication moderne*. Paris, France : Aubier-Montaigne.

Rouvroy, A. (2012, 27 août). Mise en (n)ombres de la vie même : face à la gouvernementalité algorithmique, repenser le sujet comme puissance. *Mediapart*. Repéré à <https://blogs.mediapart.fr/antoinette-rouvroy/blog/270812/mise-en-nombres-de-la-vie-meme-face-la-gouvernementalite-algorithmique-repenser-le-sujet-com>

Sadin, É. (2013). *L'humanité augmentée. L'administration numérique du monde*. Montreuil, France : L'échappée.

Smythe, D. W. (1977). Communications: Blindspot of Western Marxism. *Canadian Journal of Political and Social Theory*, 1(3), 1-28.

Stiegler, B. (2012). *États de choc. Bêtise et savoir au XXI^e siècle*. Paris, France : Mille et une nuits, 2012.

Stiegler, B. (2015). *La société automatique. 1. L'avenir du travail*. Paris, France : Fayard.

Supiot, A. (2010). *L'esprit de Philadelphie. La justice sociale face au marché total*. Paris, France : Seuil.

Veblen, T. (1971). *Les ingénieurs et le capitalisme*. Paris, France : Gordon & Breach.

Vincent, M. (2014). Amazon dépose un brevet de prédiction des achats. *emarkting.fr*. Repéré à <http://www.e-marketing.fr/Thematique/Retail-1002/E-commerce-10015/Breves/Amazon-depose-un-brevet-de-prediction-des-achats-233071.htm>

Vion-Dury, P. (2013, 21 novembre). La vie privée, une anomalie : Google de plus en plus flippant. *Rue 89*. Repéré à <http://rue89.nouvelobs.com/2013/11/21/vie-privee-anomalie-les-dogmes-flippants-google-247726>

Vioulac, J. (2013). *La logique totalitaire : essai sur la crise de l'occident*. Paris, France : Presses universitaires de France.

Wollin, S. (2010). *Democracy Incorporated: Managed Democracy and the Specter of Inverted Totalitarianism*. Princeton, NJ : Princeton University Press.

Où en est le débat sur le potentiel démocratique des TNIC? Regards croisés sur la participation citoyenne en ligne

Lena A. Hübner
Doctorante en communication
Université du Québec à Montréal
Centre de recherche CRICIS
Hubner.lena_alexandra@courrier.uqam.ca

Résumé

Ce texte dresse un état des lieux en ce qui concerne le débat sur le potentiel démocratique des technologies numériques de l'information et de la communication (TNIC) et propose une réflexion épistémologique afin de contribuer au développement de nouveaux cadres d'analyse afin d'étudier la participation citoyenne en ligne.

Abstract

This text examines the current state of research concerning the democratic potential of digital information and communication technologies (ICT) and puts forward an epistemological reflection to contribute to the development of new analytical frameworks for studying online civic participation.

Ce texte, issu de la communication que nous avons présentée au colloque *[Méta]morphoses numériques de la culture et des médias* organisé par le Centre de recherche interuniversitaire sur la communication, l'information et la société (CRICIS), s'inscrit dans le cadre de notre thèse de doctorat. Dans ce contexte, nous poursuivons deux objectifs. Dans un premier temps, nous souhaitons comprendre comment et dans quels contextes les discours qui sont produits par les partis politiques canadiens circulent sur les réseaux sociaux numériques; dans un second temps, nous souhaitons appréhender la manière et les contextes dans lesquels ces discours sont ensuite appropriés par les citoyens à travers leurs usages de ces réseaux.

L'étude de tels phénomènes nous a amenée à nous retrouver confrontée à un vaste ensemble d'écrits scientifiques sur la participation citoyenne en ligne. Cependant, malgré le nombre élevé de travaux à ce sujet, plusieurs interprétations concurrentes continuent de coexister : l'agir politique des citoyens sur les réseaux sociaux numériques est situé entre logiques démocratiques et logiques marchandes, tandis que le recours aux applications du web 2.0 par les partis politiques est lui-même situé entre ouverture vers une politique plus responsable (Dutton et Dubois, 2015), le *confrontainment* (Denouël, Granjon et Aubert, 2014) et la régulation de l'opinion publique (Robert, 2015). Par conséquent, il est important d'identifier les raisons pour lesquelles les chercheurs tirent des conclusions qui semblent s'opposer afin de fournir un sens à cette diversité.

Ce texte a donc pour premier objet de dresser un état des lieux en ce qui concerne le débat sur le potentiel démocratique des technologies numériques de l'information et de la communication (TNIC). Cet état des lieux nous amènera par la suite à nous questionner sur les différents cadrages théoriques empruntés par les auteurs. Un examen plus précis nous permettra de relever que l'opposition des points de vue renvoie, entre autres, à des usages différents du terme *démocratie*. Enfin, nous proposerons une approche épistémologique qui peut, de notre avis, contribuer au dépassement des interprétations concurrentes et à l'élaboration de nouveaux cadrages théoriques et méthodologiques qui apportent un jugement plus nuancé au sujet de la participation citoyenne en ligne.

La participation citoyenne en ligne : une revue de littérature

Cette thématique étant abordée dans une multitude de disciplines, de la communication politique aux sciences de l'environnement (Blondiaux et Fourniau, 2011), notre revue de littérature se limitera aux écrits qui portent un regard communicationnel sur le phénomène. Par conséquent, nous nous sommes intéressée aux travaux en communication politique, en sociologie des usages des TNIC et en économie politique de la communication. Ayant constaté que la diversité des études se poursuit au sein même de ces disciplines, et ce, notamment sur le plan des objets de recherche, nous nous sommes également limitée aux écrits qui s'intéressent aux dispositifs sociotechniques de communication mis à la disposition des citoyens par les institutions gouvernementales ou parlementaires.

Des thématiques abordées aux interprétations concurrentes

En ce qui a trait aux problématiques de recherche sur la participation citoyenne en ligne au sein même des institutions traditionnelles, nous retrouvons principalement trois types d'études :

- 1) les recherches sur la « crise » de la représentativité et sur la perte de confiance des citoyens envers les institutions;
- 2) les travaux sur les pratiques informationnelles;
- 3) et les écrits scientifiques sur le rôle des algorithmes dans le domaine politique.

Tel que nous l'indiquons ci-dessus, les résultats de recherches au sein même de ces catégories – qui ne prétendent d'ailleurs pas à l'exhaustivité – sont assez diversifiés. Dans la première catégorie, nous retrouvons, par exemple, les études sur l'espace public électronique, le gouvernement et l'administration électronique, les forums de partis politiques, etc. Il est intéressant de noter qu'une partie des chercheurs de ce domaine témoigne d'une nouvelle lutte de pouvoir entre les acteurs politico-économiques et un public profitant de leur créativité pour remettre en question le *statu quo*, tandis qu'une autre partie remet en cause ce contre-pouvoir des individus en postulant que la créativité humaine serait transformée en marchandise (Punie, 2011).

La deuxième catégorie regroupe également des opinions multiples. Il existe d'une part des recherches qui mettent l'accent sur l'existence d'une multiplication des sources pour les personnes politiquement intéressées (CEVIPOF, 2009); d'autre part, certaines études décrivent plutôt un environnement de surcharge d'information qui rend les pratiques informationnelles de moins en moins évidentes (Breton et Proulx, 2012).

Enfin, les chercheurs qui s'intéressent aux algorithmes et aux stratégies de profilage politique à l'aide des données massives, ou encore à l'utilisation de logiciels libres en politique, ne parviennent pas non plus à un consensus. Certains parlent d'une dévalorisation du politique, d'un désamorçage du débat public (Rouvroy et Berns, 2013), alors que d'autres constatent une prise de conscience croissante des effets directs des algorithmes chez les usagers, conscience qui leur permettrait de défier certains mécanismes (Cardon, 2015). Ainsi, les usagers peuvent configurer leur fil d'actualité, bloquer les publications d'autres usagers ou bien refuser de cliquer sur certains contenus afin d'éviter d'être ciblés par un type de publicité qui leur déplaît.

Les limites de la littérature existante

Il importe de souligner que les travaux présentés ci-dessus ne manquent pas d'intérêt. Ils ont, au contraire, contribué à élargir nos connaissances à propos de la participation citoyenne et politique en ligne. Toutefois, ils présentent néanmoins des limites. Dans les paragraphes qui suivent, nous en énumérerons quatre qui nous paraissent être les plus importantes pour l'étude de la participation citoyenne à l'aide de dispositifs sociotechniques de communication offerts par les institutions politiques.

Premièrement, les chercheurs séparent trop souvent l'appropriation citoyenne de tels dispositifs de l'analyse des stratégies des acteurs politiques qui les mettent à la disposition des citoyens. Pourtant, les stratégies et l'appropriation sont intrinsèquement liées : d'une part, les usagers agissent à l'intérieur, aux marges ou à l'encontre des stratégies qui définissent, entre autres, une partie de la configuration des plateformes numériques. Par exemple, un parti politique peut décider (ou non) d'offrir la possibilité aux citoyens d'écrire directement sur sa page Facebook. D'autre part, les responsables stratégiques sont soumis aux desseins des usagers : les stratégies évoluent aussi en fonction de l'appropriation des citoyens. Les responsables ajustent ainsi leurs stratégies après l'évaluation de campagnes précédentes.

Deuxièmement, les aspects économiques sont marginalisés dans la plupart des études. Ceci est surprenant, considérant que l'économie et la politique sont étroitement imbriquées (Fuchs, 2013). Facebook et Twitter, les plateformes les plus populaires dans le domaine politique, appartiennent à des corporations privées. Leur configuration n'est donc pas seulement liée aux stratégies politico-communicationnelles des institutions, mais aussi aux modèles d'affaires de ces entreprises. Les services offerts aux acteurs politiques pour cibler des publics spécifiques et pour promouvoir leurs contenus afin d'obtenir plus de visibilité apportent de la valeur de surplus à ces firmes. Ceci joue, bien sûr, un rôle dans la configuration des plateformes et aussi, finalement, dans l'appropriation. En d'autres termes, tandis que la dimension idéologique de l'appropriation de tels dispositifs a été largement développée (p. ex. en sociologie des usages), leur dimension économique (qui est intrinsèquement liée à celle-ci) reste sous-développée dans la littérature scientifique.

Troisièmement, comme nous l'indiquons également ailleurs (Hübner, 2016), nous avons constaté des limites quant à l'articulation entre les études de type micro et celles de type macro, ainsi que sur le plan de la différenciation entre les agirs *hors* et *en ligne*. D'une part, les nombreuses études de cas micro mettant l'accent sur l'agir *en ligne* ne sont guère généralisables (Granjon, 2014); d'autre part, les recherches macrosociologiques restent souvent purement normatives et accordent peu d'importance à l'empirisme (*ibid.*).

Enfin, quatrièmement, l'opposition des points de vue relève de la variété des approches théoriques. En ce sens, il nous semble primordial d'identifier ces différences théoriques et conceptuelles. C'est ce constat qui nous mène au point suivant.

Démocratie, vous avez dit?

Nous pourrions bien entendu opter pour un positionnement parmi tant d'autres. Néanmoins, il nous semble bénéfique de dépasser ces différences conceptuelles, et ce, afin d'échapper à une éternelle discussion sur les effets positifs et négatifs des TNIC. C'est la raison pour laquelle nous avons choisi d'étudier plus en détail les cadrages épistémologiques et théoriques des études sur la participation en ligne, toujours avec un accent mis sur les usages des TNIC offertes par les institutions gouvernementales

ou parlementaires. Notre recherche révèle que la différence la plus frappante se situe sur le plan de la conception du terme *démocratie*. Nous avons donc comparé ces usages différenciés afin de saisir leur rôle dans l'interprétation des résultats. Trois tendances sont ainsi ressorties.

De l'utopisme à la frustration

Radio, télévision, Internet, RSN : « chaque nouvelle technologie de communication fait l'objet de présupposés sur son aptitude à mobiliser davantage les citoyens [...] permettant l'avènement d'une démocratie forte » (Mabi et Théviot, 2014, p. 6). S'ensuit alors une période de pessimisme lors de laquelle une panoplie d'études empiriques viennent contrebalancer cette position optimiste (*ibid.*). Toutefois, les débats autour des liens entre les RSN et les idéaux types de la démocratie ne sont pas clos. Les acteurs politiques profitent de ce type de discussions et continuent à mobiliser de tels discours, que l'on peut qualifier de « technodéterministes ». Ainsi, le « "participatif" est devenu [...] une sorte de panacée [...] censée résoudre [...] les faiblesses [...] de la démocratie représentative » (Denouël, Granjon et Aubert, 2014, p. 9). Cependant, « la pratique s'éloigne de la rhétorique » selon Blondiaux (2008, p. 10), qui montre (2001) que ce discours dissimule des actions stratégiques qui ne visent pas à encourager l'implication active des citoyens dans les décisions politiques. Les élites « restent attachées à une pratique exclusivement représentative du pouvoir, dans laquelle la participation ne peut se concevoir que sous une forme extrêmement encadrée » (*ibid.*, 2008, p. 31). Une première tendance vient ainsi se dessiner. Tel que l'énoncent Blondiaux et Fourniau (2011) : « ce qui fait l'unité paradoxale [des études qui étudient la participation citoyenne en ligne sous l'angle de la démocratie participative] pourrait être ce sentiment de frustration qui accompagne les espérances déçues » (p. 22) des chercheurs.

Des idéaux types à « ce qui est »

Tandis que les auteurs comme Blondiaux et Fourniau comparent l'état de la démocratie actuelle avec des idéaux types, d'autres choisissent plutôt de s'arrêter à la description « de ce qui est ». Ces études mettent alors l'accent sur l'empirisme et portent une attention particulière à l'évitement de tout jugement normatif et de tout positionnement en faveur de l'une ou de l'autre des parties impliquées. Ces études s'inscrivent moins dans une discussion sur les manquements de la démocratie représentative, mais plutôt sur les « changements » qu'apporte le web au système de la communication politique. Dans la plupart des cas, elles ne remettent pas en question le système en vigueur. Alors que le premier ensemble d'analyses tentait de trouver des modèles pour sauver, voire pour dépasser ce système, ce deuxième ensemble de travaux a tendance à postuler que les techniques s'intègrent et s'adaptent à un nouvel environnement instable.

Cette deuxième tendance peut être clarifiée à l'aune de l'ouvrage *Political Communication in Canada. Meet the Press and Tweet the Rest* de Marland, Giasson et Small (2014). Ces auteurs affirment ainsi que, selon leurs mots, « plus ça change, plus c'est pareil » (p. 229). Ils affirment même ne pas être en mesure de conclure si les

changements observés dans les textes de cet ouvrage collectif ont des effets positifs ou négatifs pour la démocratie. Il est toutefois possible de remarquer une certaine ambiguïté dans leur argumentation, lorsqu'examinée plus en détail. À la toute fin du livre, les éditeurs de l'ouvrage affirment pourtant que la qualité de la démocratie s'est marginalement améliorée, car le nombre de voix participant à la vie politique a augmenté. Ce livre nous propose un exemple de cet ensemble de textes, dont une majorité reste purement descriptive. Par ailleurs, seul un petit nombre de ces recherches est accompagné d'une interprétation, qui reste plutôt optimiste.

Les aspects économiques

Les deux ensembles d'études présentés jusqu'ici ont une chose en commun : ils séparent ce qui relève du sociopolitique de ce qui relève du socioéconomique, alors que les deux sont pourtant étroitement entremêlés. Sphères politique et économique n'ont cependant pas toujours été différenciées. Si l'on se réfère aux modèles de la démocratie libérale des 17^e et 18^e siècles, l'on constate que les théoriciens acceptaient les relations de marché en tant que base pour leurs modèles (Macpherson, 1977). Les aspects moraux et éthiques introduits dans ces théories au milieu du 19^e siècle continuent d'ailleurs à circuler dans les écrits scientifiques. En pratique, ils ont néanmoins été abandonnés en faveur d'un système de représentation par une élite qui invite plutôt à la passivité des citoyens (*ibid.*). Considérant cette perspective historique, il est d'autant plus surprenant que le rôle des corporations privées et leurs interrelations avec le domaine politico-social restent peu thématiques lorsqu'on discute de la participation citoyenne en ligne.

De leur côté, les études qui s'intéressent aux enjeux économiques de la participation en ligne adoptent, le plus souvent, une vision selon laquelle la démocratie est partiellement, voire totalement, surdéterminée par l'économie. Dean (2002), par exemple, postule qu'« au lieu de délibérations publiques, nous faisons face à des actes privés de consommation. Au lieu d'instaurer une gouvernance publique, nous confrontons le contrôle privatisé de corporations¹ » (p. 13). Schradie (2015) montre plus clairement les relations entre économie et politique en retraçant le développement des plateformes participatives : depuis les années 1990, ces technologies se développent principalement au sein des principes de marché, à l'initiative des corporations privées. Toutefois, ces corporations profitent du discours initial et non marchand des pionniers des réseaux afin de promouvoir leurs produits en mettant en avant la participation citoyenne. Fuchs (2013), quant à lui, caractérise cette situation comme étant la base d'une double marchandisation de la parole citoyenne au travers la vente des métadonnées associées à leurs contributions. Les usagers seraient d'abord transformés eux-mêmes en marchandises et, à travers cette marchandisation, leur conscience serait exposée en continu aux logiques marchandes associées à la publicité qui dominent la Toile.

¹ Traduction libre : « *Instead of public deliberation, we have private acts of consumption. Instead of public governance, we have the privatized control of corporations* » (Dean, 2002, p. 13).

Bien sûr, le degré de mobilisation de telles logiques marchandes dépend du système politique, de la culture de l'institution, du budget alloué, etc. Une troisième tendance se révèle : cet ensemble de recherches témoigne d'une impuissance du sujet qui fait face à des modèles politiques qui semblent fonctionner aussi bien que les « devises de Microsoft ou d'AT&T », tel que le dit en substance Dean (2002, p. 14). Toutefois, de telles approches ignorent certains enjeux étudiés dans les deux premiers ensembles de textes (Hübner, 2016). Elles ne considèrent pas la perspective de l'utilisateur. Les citoyens peuvent tout d'abord anticiper et défier certains effets de la marchandisation, notamment en ce qui concerne l'algorithme organisant le fil d'actualité (Van Dijck, 2013). Ainsi, il est possible d'éviter certaines publicités en portant soigneusement attention à ne jamais cliquer sur les publications promotionnelles. De plus, l'exposition au contenu politique ne garantit pas l'engagement des citoyens envers celui-ci (Mabi et Théviot, 2014). Les usagers peuvent ignorer les publicités électorales et politiques. Enfin, les citoyens eux-mêmes ne sont pas tous conscients d'être l'objet d'une marchandisation. Ils choisissent ainsi d'exposer de l'information privée en public si les avantages semblent plus grands que les inconvénients.

Vers de nouveaux cadres d'analyse²

Afin de démêler les discours concurrents, il est, à notre avis, nécessaire de rendre compte et de valoriser les antagonismes présentés dans ce texte. Autrement dit, il importe de prendre au sérieux à la fois les possibilités et les contraintes de la technique, ceci dans l'intention de trouver des cadres analytiques qui permettent un jugement plus nuancé au sujet de la participation citoyenne en ligne (Voirol, 2014).

Un concept pouvant contribuer à un tel cadre est celui d'*adresse* d'Olivier Voirol (2014). Ce dernier insiste sur l'importance d'un équilibre entre l'étude de l'activité *in situ*, de « ce qui est », et son rapport avec les institutions économique-politiques. Il importe, selon lui, de réinscrire l'activité dans son contexte social, intellectuel et idéologique. Cette réinscription l'amène à réévaluer le rôle des institutions. Voirol définit celles-ci comme des « êtres sans corps [...] s'adressant aux sujets et groupes sociaux en offrant des appuis à leurs activités ou délimitant ces derniers » (*ibid.*, p. 272). L'institution peut ainsi proposer des projets d'action à un groupe d'individus « tout en les poussant à agir de telle ou telle manière » (*ibid.*, p. 273), ce qui permettrait une analyse « du dialogue entre action et institution » (p. 272-273).

Ce concept permet d'adopter un regard plus nuancé sur la participation citoyenne en ligne pour deux raisons. Premièrement, il est possible de dépasser une interprétation qui se limite à chercher les mécanismes de domination du côté des acteurs politiques. Voirol (2014) décrit l'institution comme « une conception mouvante » permettant un dialogue entre « action et institution dont il convient d'examiner les modalités effectives de déploiement », modalités qui sont étroitement liées à la multiplication des acteurs impliqués dans ce processus (p. 273). L'on peut ainsi étudier le rôle de plusieurs acteurs en lien avec l'institution, tels que ceux de l'équipe de communication, du

² Le projet épistémologique présenté dans cette section est aussi discuté dans Hübner (2016).

dispositif (en tant qu'acteur) et des acteurs économiques possédant les plateformes. Deuxièmement, il évite de surévaluer la prise de pouvoir de l'utilisateur à travers l'appropriation du dispositif, même si Voirol ne nie pas la possibilité de détourner ou de défier les tentatives des institutions. L'auteur élabore une conception « agissante » de l'institution « comme "être" configurant et réagissant et à son tour affecté et transformable par la dynamique d'action » (p. 271). Le modèle permet donc d'étudier les dynamiques entre les activités des citoyens et les stratégies de mobilisation de l'institution dans toute leur complexité. C'est en défiant les tensions entre ce qui est possible et ce qui empêche les citoyens d'agir politiquement en ligne et hors ligne que nous donc dépasser les résultats contradictoires.

Conclusion et perspectives

En conclusion, nous pourrions affirmer que le concept d'*adresse* permet aux chercheurs de partir d'une étude empirique, de « ce qui est », basée sur une théorie de l'action ou de l'usage, pour ensuite replacer les résultats dans leur contexte social plus large (Lemieux, 2014). Ce faisant, nous pourrions réfléchir à la structuration sociale lors d'une étape suivante, réflexion qui impliquerait une redéfinition du concept de la participation citoyenne en ligne et une discussion plus large sur la démocratie, la citoyenneté et ses interrelations avec la sphère économique. Pour ce faire, le projet épistémologique présenté ici devra être complété par d'autres éléments théoriques afin de pouvoir opérationnaliser l'agir citoyen d'une part et les activités et stratégies de l'institution, d'autre part.

Références

- Blondiaux, L. (2001). La délibération, norme de l'action publique contemporaine. *Projet*, 4(268), 81-90.
- Blondiaux, L. (2008). *Le nouvel esprit de la démocratie. Actualité de la démocratie participative*. Paris, France : Seuil.
- Blondiaux, L. et Fourniau, J.-M. (2011). Un bilan des recherches sur la participation du public en démocratie : beaucoup de bruit pour rien? *Participations*, 1(1), 8-35. doi: 10.3917/parti.001.0008
- Breton, P. et Proulx, S. (2012). *L'explosion de la communication. Introduction aux théories et aux pratiques de la communication* (4^e éd.). Paris, France : La Découverte.
- Cardon, D. (2015). *À quoi rêvent les algorithmes? Nos vies à l'heure du big data*. Paris, France : Seuil.
- CEVIPOF (2010). Le projet « Mediapolis » : information politique et citoyenneté à l'ère numérique. Paris, France : Centre de recherches politiques de Sciences Po. Repéré à <http://www.cevipof.com/fr/mediapolis/rapport/>

Dean, J. (2002). *Publicity's Secret: How Technoclature Capitalizes on Democracy*. Ithaca, NY : Cornell University Press.

Denouël, J., Granjon, F. et Aubert, N. (2014). *Médias numériques et participation. Entre engagement citoyen et production de soi*. Paris, France : Mare et Martin.

Dutton, W. H. et Dubois, E. (2015). The Fifth Estate: A rising force of pluralistic accountability. Dans S. Coleman et D. Freelon (dir.), *Handbook of Digital Politics* (p. 51-66). Washington, DC : Edward Elgar Publishing.

Flichy, P. (2008). Internet et le débat démocratique. *Réseaux*, 4, 159-185.

Fuchs, C. (2013). Social Media and Capitalism. Dans T. Olsson (dir.), *Producing the Internet. Critical Perspectives of Social Media* (p. 25-44). Göteborg, Suède : Nordicom.

Granjon, F. (2014). Problématiser les usages sociaux des technologies d'information et de communication : un regard français critique. *Canadian Journal of Communication*, 39, 1-16.

Hübner, L. A. (2016). Opinion Regulation or Civic dialogue? Seeking New Theoretical Frameworks for the Study of Digital Politics. *Journal of Communication Studies*, 9(2/18), 43-51.

Lemieux, C. (2014). Étudier la communication au XXI^e siècle. De la théorie de l'action à l'analyse des sociétés. *Réseaux*, 2(184-185), 279-302. doi: 10.3917/res.184.0279

Mabi, C., et Théviot, A. (2014). Présentation du dossier. S'engager sur Internet. Mobilisation et pratiques politiques. *Politiques de Communication*, 2(3), 5-24.

Macpherson, C. B. (1977). *The life and times of libera democracy*. Oxford, Royaume-Uni : Oxford University Press.

Marland, A., Giasson, T. et Small, T. A. (2014). *Political Communication in Canada. Meet the Press and Tweet the Rest*. Vancouver, Colombie-Britannique : UBC Press.

Oberdorff, H. (2010). *La démocratie à l'ère numérique*. Grenoble, France : Presses universitaires de Grenoble.

Robert, P. (2015). Les TIC, le MOTIF et la « gestionnarisation » de la société. Dans C. Masselot et P. Rasse (dir.), *Sciences, techniques et société. Recherches sur les technologies digitales* (p. 79-88). Paris, France : L'Harmattan.

Rouvroy, A. et Berns, T. (2013). Gouvernamentalité algorithmique et perspectives d'émancipation. La disparate comme condition d'individuation par la relation?. *Réseaux*, 1(177), 163-196.

Schradie, N. (2015). Silicon Valley Ideology and class inequality: A virtual poll tax on digital politics. Dans S. Coleman et D. Freelon (dir.), *Handbook of digital politics* (p. 67-84). Washington, DC : Edward Elgar Publishing.

Svensson, A. (2013). Adopting Social Media in the Corporate Sphere. The Tricky Route to Monetizing of Facebook Fan Pages. Dans T. Olsson (dir.), *Producing the Internet. Critical Perspectives of Social Media* (p. 239-253). Göteborg, Suède : Nordicom.

Van Dijck, J. (2013). Social Media Platforms as Producers. Dans T. Olsson (dir.), *Producing the Internet. Critical Perspectives of Social Media* (p. 45-62). Gothenburg, Suède : Nordicom.

Voirol, O. (2014). D'un paradigme à l'autre. Sur quelques glissements théoriques dans l'étude de la communication sociale. *Réseaux*, 2(184-185), 247-278. doi: 10.3917/res.184.0247

Yanoshevsky, G. (2010). Les réseaux sociaux et l'échange entre l'homme politique et les internautes : le cas de Facebook après les élections présidentielles en France. *Argumentation et Analyse du Discours*, (5), 2-15.

Analyse de l'influence de l'opération d'identification des usagers des technologies numériques en Côte d'Ivoire sur les activités des internautes ivoiriens dans le cyberspace

Jean-Jacques Maomra Bogui
Professeur au Département de communication sociale et publique
Université du Québec à Montréal
bogui.jean-jacques@uqam.ca

Résumé

En Afrique, l'usage des TIC occasionne de inquiétudes en raison du développement des cyberarnaques et de la montée du terrorisme. Ces situations vont entraîner la mise en place d'importantes opérations d'identification des usagers des TIC dans différents pays. En Côte d'Ivoire, la volonté du gouvernement d'accroître le contrôle et la surveillance des usagers du cyberspace par l'identification de tous les abonnés au mobile et à Internet a été diversement interprétée dans l'opinion publique. À travers une étude qualitative réalisée auprès de vingt blogueurs et usagers réguliers des médias socionumériques, nous analyserons l'influence de cette politique d'identification sur leurs activités dans le cyberspace.

Abstract

In Africa, the use of ICTs raises concerns about the development of cyber-scams and the rise of terrorism. These situations will lead to the implementation of important operations to identify ICT users in different countries. In Côte d'Ivoire, the government's willingness to increase the control and surveillance of cyberspace users by identifying all mobile and Internet subscribers has been interpreted in varying degrees by public opinion. Through a qualitative study of 20 bloggers and regular users of social media, we will analyze the influence of this identification policy on their activities in cyberspace.

Depuis le 1^{er} janvier 2012, l'identification¹ des usagers est devenue une condition légale et préalable à l'utilisation des technologies numériques (abonnement au mobile et à Internet) en Côte d'Ivoire. Dans ce pays, le commerce informel a pendant longtemps joué un rôle important dans ce secteur d'activité. Outre l'identification des abonnés, celle des usagers (notamment dans les cybercafés où un grand nombre d'internautes ivoiriens ont accès à Internet) est un élément essentiel de cette politique, bien que difficilement réalisable dans les faits. L'objectif de cet article est d'analyser l'influence de la politique d'identification (et de surveillance) des usagers du mobile et d'Internet sur les activités des blogueurs et d'autres usagers des réseaux sociaux en Côte d'Ivoire.

Notre analyse s'appuie sur une étude qualitative réalisée à l'aide d'un guide d'entretien auprès de vingt blogueurs et usagers de médias socionumériques (sept blogueurs et treize usagers réguliers² de Facebook ou Twitter) en Côte d'Ivoire en novembre 2014. Chacun des participants à l'enquête a accepté de nous accorder une entrevue d'environ quarante-cinq à soixante minutes. Il s'agissait d'entretiens semi-directifs. Les internautes ivoiriens que nous avons interrogés appartenaient à divers horizons professionnels (étudiants, journalistes, enseignants, *community manager*, agents administratifs, etc.), leur âge variait de 25 à 40 ans et leur expérience dans l'usage de blogues ou la participation à des forums de discussion en ligne était également variée (de moins d'une année pour certains à plus de cinq ans pour d'autres). Le principal critère de sélection de ces personnes était leur assiduité sur les médias socionumériques au cours des six derniers mois (au moins une intervention par semaine). Il s'agit d'une étude exploratoire, qui ne saurait prétendre à l'exhaustivité.

Au cours des entretiens avec ces « cyberactivistes » ivoiriens, nous nous sommes intéressés à leurs motivations et à leur organisation quotidienne (par exemple la conciliation entre activité professionnelle, vie de famille et gestion d'un blogue), à leur perception du rôle que jouent les plateformes numériques (blogues, forums, etc.) pour la démocratie en Côte d'Ivoire, à leur positionnement par rapport aux médias traditionnels et, enfin, à leurs rapports avec la classe politique. Cette dernière partie concernait surtout les blogueurs.

Dans la première partie de ce texte, nous revenons assez succinctement sur diverses approches théoriques sur le potentiel des technologies numériques comme moyen de libération de l'espace public et de renforcement de la démocratie (vision dite « athénienne »), mais également de surveillance et de contrôle social (vision dite « orwellienne »). Dans la seconde partie de cet article, nous présentons et discutons les résultats de l'enquête que nous avons réalisée.

¹ Cf. Décret n°2011-476 du 21 décembre 2011 portant sur l'identification des abonnés des services de télécommunications ouverts au public.

² On entend par *usagers réguliers* des personnes qui font usage au moins une fois par semaine de Facebook.

Usages des technologies numériques en Afrique : entre émergence d'un espace public dans les pays en voie de démocratisation et risque de surveillance et de contrôle social

Le développement des technologies médiatiques fera l'objet de perceptions contradictoires (la dichotomie Athènes/Orwell). La vision dite « athénienne » perçoit une association entre les technologies médiatiques, la démocratie, la communication et le progrès social (Levy, 2002). Cette approche met en relief les aspects égalitaires et libérateurs que peuvent favoriser ces technologies. Dans cette perspective, la source des conflits est généralement perçue comme étant attribuable à un manque de communication, le rôle des réseaux de communication étant de rétablir le lien social.

Les caractéristiques des réseaux électroniques, comme l'accès à l'information, l'interactivité, la numérisation et la transmission à haut débit, suscitent un optimisme fondé sur l'idée que pourront être réalisés deux des plus chers idéaux de la démocratie qui concernent directement la sphère publique : la transparence et l'agora. (Gingras, 2009, p. 216.)

La transparence du réseau se justifierait par l'accès à l'information d'une vaste quantité de documents (documents publics, archives, résultats de recherches, etc.). L'avènement des technologies numériques a favorisé une augmentation des opportunités offertes aux citoyens d'avoir accès à l'information, d'exprimer leurs opinions, voire de faire concurrence aux professionnels de l'information (Bougnoux, 2007; Ramonet, 2011).

Cette situation est de plus en plus perceptible dans certains pays africains où la liberté de la presse n'est pas toujours garantie. Dans ces pays, il est souvent reproché par le public aux informations diffusées par les professionnels des médias d'être soit trop partisans soit sous influence, en partie en raison de formes d'autocensure qui s'expliqueraient par le pouvoir exercé par les forces politiques sur les médias de masse. Fouda (2009) critique à ce sujet l'embrigadement des médias d'État, qui ont pourtant une vocation de service public dans les pays africains. En effet, ces médias jouent avant tout un rôle de relais pour les gouvernements et les partis au pouvoir, tandis que l'opposition est totalement absente des contenus.

Pour ce qui est des médias d'État officiellement de service public, ceux-ci sont un véritable relais des instructions gouvernementales et du parti au pouvoir. Dans une étude réalisée en 1999 et publiée en 2004, il ressort que dans le journal télévisé de la Radio Télévision Ivoirienne (RTI), 77 % des nouvelles sont consacrées aux activités du parti au pouvoir et aux activités gouvernementales. (Fouda, 2009, p. 203.)

Bien que, pour cette étude, nous n'ayons pas procédé à une analyse de contenu des informations diffusées dans les différentes éditions des journaux télévisés des chaînes (Radio et télévision) de la Radiodiffusion télévision ivoirienne (RTI) en 2016, les témoignages de nombreux auditeurs et téléspectateurs que nous avons recueillis, de

même que les critiques des leaders de l'opposition politique nous portent à croire que, près de deux décennies plus tard, la situation n'a guère évolué. Par ailleurs, bien qu'une presse écrite privée existe dans ce pays, il faut avouer que la présence d'un Conseil national de la presse (CNP) dont les dirigeants sont nommés par le gouvernement ivoirien et à qui l'exécutif confère le pouvoir de sanctionner, généralement à travers des suspensions de parution, les médias privés³ ne permet pas toujours à ces médias de jouer leur rôle dans l'espace public⁴. L'autocensure apparaît ainsi comme une réalité avec laquelle les journalistes ivoiriens exerçant aussi bien dans les médias publics que les médias privés doivent composer.

On peut également relever que, lors de deux des événements les plus tragiques qu'a connus la Côte d'Ivoire au cours des trois dernières années – à savoir la bousculade lors des festivités du Nouvel An le 1^{er} janvier 2013, qui a fait des dizaines de morts, et l'attentat terroriste perpétré par les djihadistes de l'AQMI le 13 mars 2016 à Grand-Bassam, avec un bilan de 18 décès –, ce sont d'abord les réseaux sociaux qui ont permis au public ivoirien d'avoir accès à l'information et aux images diffusées par la suite par les médias internationaux. Les médias d'État n'ont parlé de cette situation que plusieurs heures plus tard, après le communiqué officiel du gouvernement. De nombreux citoyens ont même dénoncé le fait que la chaîne de télévision *RTI1* présentait un match du championnat national de football au moment où ces informations faisaient le tour du monde à travers le canal des médias socionumériques et des chaînes de télévision satellitaires. Les médias socionumériques peuvent ainsi être perçus comme de remarquables moyens de mobilisation et d'action, mais également comme un important contrepoids aux médias traditionnels (Bougnoux, 2007) dans la diffusion d'information. Toutefois, Margolis et Resnick (2000) défendent l'idée que sont actifs en ligne ceux qui l'étaient déjà hors ligne. Selon la thèse de la normalisation développée dans leur ouvrage, ce sont les citoyens déjà politisés qui sont les plus en mesure de se saisir du web comme ressource d'information ou espace d'expression. Plusieurs enquêtes telles que celle réalisée par le CEVIPOF (Centre de recherche politique de Sciences Po) et le CARISM (Centre d'analyse et de recherche multidisciplinaire) en 2009 en France montrent que les activistes en ligne sont généralement des personnes déjà actives sur le terrain (Mabi et Théviot, 2014).

Malgré la fracture numérique, une partie des citoyens ivoiriens (notamment les plus jeunes) commencent à faire un usage régulier des technologies numériques qui leur offrent la possibilité d'avoir un accès plus aisé à l'information et, surtout, de pouvoir s'exprimer et critiquer les tares de la société dans laquelle ils vivent. C'est ainsi que les blogues et les forums sur les médias socionumériques ont été assez rapidement perçus comme les nouveaux espaces publics pouvant leur permettre de s'exprimer et de débattre des questions d'intérêt public, possibilité que les médias d'État et la presse

³ Au cours des cinq dernières années, le CNP de Côte d'Ivoire a infligé à de nombreuses reprises des suspensions, allant d'une à plus de vingt parutions à plusieurs médias indépendants majoritairement proche de l'opposition et pour des motifs divers.

⁴ Cf. Déclaration de l'Union des journalistes de Côte d'Ivoire (UNJCI) à la suite de la suspension par le CNP de trois journaux d'opposition en pleine campagne électorale en décembre 2016 (<http://news.abidjan.net/h/606387.html>).

privée (trop partisane selon certains Ivoiriens) offrent assez rarement aux citoyens dans ce pays. Les médias socionumériques (surtout Facebook) apparaissent comme des espaces de dénonciation des problèmes sociaux et des travers de la société ivoirienne. Ils permettent ainsi la participation de nouveaux publics dans la vie politique en favorisant, grâce à leur caractère virtuel, une plus grande liberté dans les prises de position et une participation des citoyens aux discussions politiques. On peut citer en exemple les échanges virulents entre le porte-parole du gouvernement et des internautes sur sa page Facebook en avril 2016 à propos de la cherté de la vie, qu'il semblait avoir voulu nier lors d'un échange avec la presse.

Cependant, si Internet peut constituer un outil favorisant une plus grande transparence dans l'action publique, les tenants de la vision « orwellienne » mettent en évidence le potentiel de contrôle et de surveillance des technologies numériques.

Comme le souligne Ceyhan (2006), l'identification est « le processus d'assignation, d'attestation, de certification d'une identité reconnaissable au sein d'un groupe ou d'une communauté au moyen de critères relativement stables » (parag. 6), tandis que la surveillance consiste en « l'observation, le suivi et l'examen des comportements, des déplacements, des itinéraires, des relations d'une personne » ainsi qu'en « la collecte et le traitement des informations liées à ces actes » (*ibid.*). Ces pratiques, qui ne sont pas neutres, font partie des techniques de pouvoir et de gouvernement de la vie des individus. Ces techniques de surveillance peuvent ainsi être considérées comme un dispositif disciplinaire (Foucault, 1975).

Les informations personnelles des citoyens sont aujourd'hui plus faciles à acquérir grâce au réseau Internet (connaissances de l'identité, des habitudes de navigation, de consommation, etc.). Il existe, sur le réseau Internet, des dispositifs tels que les *cookies*⁵ dont l'utilisation joue un rôle clé dans les actions et l'analyse marketing sur Internet. Cependant, ils peuvent être également utilisés pour déceler des comportements pouvant être considérés comme dangereux pour la société, ou pour le traçage et le fichage des citoyens à partir d'informations sur leurs goûts, leurs habitudes, leurs obédiences politique ou idéologique, etc. C'est ainsi que les technologies numériques, loin de favoriser la transparence, se présentent plutôt comme des instruments facilitant l'espionnage et le profilage politique et commercial de la population. La société de l'information serait plutôt une société du contrôle et de la surveillance. Bennett *et al.* (2014) définissent cette notion de *surveillance* comme « tout intérêt particulier accordé systématiquement à de l'information personnelle en vue d'influencer, de gérer, d'autoriser ou de contrôler les personnes à qui se rapportent les renseignements amassés » (p. 7). Certains auteurs parlent également de profilage de la population, qui se définit, selon Mattelart et Vitalis (2014), comme : « une forme de contrôle indirect des individus à partir de l'exploitation des informations prélevées sur eux » (p. 5).

⁵ Selon le site Internet de Microsoft, les *cookies* sont de petits fichiers que les sites web mettent sur le disque dur de votre ordinateur lors de votre première visite. Représentez-vous un cookie comme une carte d'identification qui est uniquement la vôtre. Son travail est d'indiquer au site que vous y retournez.

La métaphore du panoptique (Foucault, 1975) a régulièrement été utilisée ces dernières années par certains chercheurs pour décrire les formes de surveillance qui se sont développées dans nos sociétés contemporaines. Comme l'indique Foucault (1975), « celui qui est soumis à un champ de visibilité, et qui le sait, reprend à son compte les contraintes du pouvoir; [...] il devient le principe de son propre assujettissement » (p. 235).

On peut assimiler la décision du gouvernement ivoirien de procéder à l'identification de tous les usagers du cyberspace dans le pays à un dispositif panoptique en vue de discipliner les usagers des technologies numériques dans le pays. L'objectif poursuivi est de faire en sorte que les usagers du cyberspace, se sachant désormais identifiés et donc sous surveillance, soient ainsi amenés à s'autodiscipliner, comme l'ont confirmé des responsables de la lutte contre la cybercriminalité en Côte d'Ivoire au cours d'entretiens qu'ils nous ont accordés. Cependant, selon une étude réalisée aux États-Unis par Elizabeth Stoycheff (2016), plus qu'un système disciplinaire, la surveillance numérique peut également entraîner une « spirale du silence⁶ ». Selon cette étude, la conscience de la surveillance gouvernementale pousse les gens à autocensurer la publication en ligne de leurs opinions dissidentes. Cette étude s'intéresse aux effets causés par des rappels subtils de surveillance de masse exercée sur les sujets. Ainsi, pour Stoycheff (2016), la conscience d'une surveillance gouvernementale en ligne favorise une culture de l'autocensure, particulièrement au sein des groupes minoritaires, ce qu'elle considère comme un danger pour la démocratie.

On peut donc légitimement se demander comment cette surveillance panoptique influence les usagers ivoiriens du cyberspace.

Identification et espace public numérique en Côte d'Ivoire

Dans cette partie de l'article seront présentés les principaux résultats de l'enquête réalisée auprès de vingt usagers réguliers d'Internet en Côte d'Ivoire.

Réseaux sociaux et démocratie en Côte d'Ivoire

Toutes les personnes interrogées sont intimement convaincues que les médias socionumériques jouent un rôle majeur dans le développement d'une démocratie en Côte d'Ivoire. Selon elles, ces médias sociaux offrent aux citoyens des tribunes pour s'exprimer plus librement et dénoncer les tares de la société. Par exemple, ils considèrent pour la plupart qu'ils ont activement participé à la mobilisation de l'opinion publique lors d'événements tragiques tels que le décès du mannequin Awa Fadika⁷.

⁶ La « spirale du silence » est un phénomène étudié par Noelle-Neuman (1974) selon lequel les gens refrènent des opinions impopulaires pour s'adapter et éviter l'isolement social.

⁷ Victime d'une agression, elle est morte après son transfert dans l'un des plus importants centres hospitaliers publics de la capitale économique ivoirienne, qui fut accusée de non-assistance à personne en danger. Cette situation a entraîné de vives critiques de la population sur les conditions de soins dans les hôpitaux du pays.

Les blogueurs, par leurs dénonciations, ont également obligé le gouvernement à réagir à d'autres problèmes sociaux, comme les inondations qui ont eu lieu en 2014 dans certains quartiers défavorisés de la ville d'Abidjan et qui ont fait de nombreuses victimes.

Cependant, si certains blogues sont politiquement engagés, notre enquête nous a permis de relever que ces blogues sont surtout tenus par des personnes vivant à l'étranger. Tel est le cas, par exemple, du blogueur Théophile Kouamouo, qui fait office de pionnier en la matière. En effet, la quasi-totalité des blogueurs interrogés se montre d'une très grande prudence quand il s'agit de s'exprimer sur des questions politiques (l'état de la démocratie dans le pays, l'organisation des élections, les prisonniers politiques, etc.). Ils sont nombreux à avouer éviter délibérément les questions politiques par prudence. Comme disait un des enquêtés : « on ne sait jamais! ». L'interpellation de deux blogueurs au lendemain des événements du Nouvel An 2013 évoqués dans la section précédente semble avoir marqué les esprits bien que, selon les enquêtés, la mobilisation sur les médias socionumériques a certainement joué un grand rôle dans leur rapide libération. Les blogueurs ont donc tendance, et ce, plus que les autres usagers réguliers de ces médias, à privilégier les faits de société ou les problèmes sociaux. L'usage de l'humour est également assez fréquent pour aborder certaines questions sensibles dans leur blogue.

Les autres « cyberactivistes » ivoiriens semblent plus à l'aise pour aborder certains sujets « tabous », tels que la politique ou l'homosexualité, grâce à l'usage de pseudonymes. Pour échapper à la surveillance étatique, certains ont avoué préférer se connecter dans des cybercafés lorsqu'ils souhaitaient s'exprimer sur des sujets considérés comme sensibles afin de ne pas être reconnus par le canal de leur adresse IP. Malgré la méfiance à l'égard de la politique nationale, les personnes interrogées estiment que les blogueurs apportent, en publiant les résultats de chaque circonscription lors des élections locales en temps réel, une aide considérable dans la lutte contre la fraude électorale et participent ainsi au renforcement de la démocratie en Côte d'Ivoire. Le lancement par les blogueurs du projet *Citizen café*, un projet de formation pour blogueurs au sujet du *reporting* lors des élections, est une initiative de l'ABCI (Association des blogueurs de Côte d'Ivoire), qui a connu, selon certains enquêtés, un succès intéressant.

De plus, on constate que de plus en plus d'entreprises commencent à s'intéresser aux blogueurs ivoiriens. Ces entreprises, selon les enquêtés, perçoivent leur collaboration avec les blogueurs comme un moyen de préserver leur image de marque. C'est ainsi que des contrats publicitaires sont maintenant proposés à des blogueurs par certaines entreprises. L'ABCI aide les blogueurs ivoiriens à négocier ces contrats. S'il est légitime de craindre que les intérêts économiques finissent par entraver la liberté d'expression des blogueurs, notamment lorsqu'il s'agit de sujets pouvant porter atteinte à l'image de ces annonceurs, les blogueurs interrogés, tout en reconnaissant la pertinence de ces questionnements, estiment que la diversité des blogues réduit sensiblement l'impact de cette situation.

Pour la grande majorité des enquêtés, leur activité est complémentaire par rapport à celles des médias traditionnels, auxquels ils reprochent d'avoir moins de liberté qu'eux et d'être plus aisément soumis à la censure. Toutefois, les difficultés d'accès à Internet de la part de la grande majorité de la population rendent utopique toute idée de concurrence avec les médias classiques auxquels le public est plus habitué. Cependant, ils estiment avoir l'avantage, contrairement au journaliste classique, de ne pas être obligés de se soumettre aux contraintes d'une ligne éditoriale ou d'un rédacteur en chef qui jouerait le rôle de *gatekeeper*. Ils sont néanmoins fiers de constater que leurs activités peuvent servir de sources d'inspiration aux médias traditionnels. Selon certains enquêtés, plusieurs chroniques sur RFI sont inspirées des productions de blogueurs sur la plateforme *Mondo Blog*. L'information sur les médias socionumériques est diffusée plus rapidement que dans les médias classiques (par exemple les événements du Nouvel An 2013 et du 13 mars 2016) et ils apparaissent, selon les enquêtés, comme une alternative en l'absence d'une véritable libéralisation du secteur de l'audiovisuel en Côte d'Ivoire.

Notre recherche révèle également que de plus en plus de personnalités politiques ivoiriennes ont commencé à embaucher des blogueurs comme *community manager* pour faire la promotion de leurs idées et de leur image sur la Toile. Certains usagers réguliers des médias socionumériques en Côte d'Ivoire consacrent leur temps, selon plusieurs de nos enquêtés, à faire de la propagande d'idées ou à mener des actions variées dans l'intérêt d'hommes politiques sur les réseaux sociaux (marketing viral). On note ainsi l'existence d'un risque de détournement de la mission des blogueurs. Ainsi, pour ces derniers, le principal risque est la perte de crédibilité pourtant essentielle pour continuer d'exister. On peut également constater que les pouvoirs publics utilisent depuis quelque temps des blogues pour faire la promotion de certaines valeurs (par exemple la lutte contre la cybercriminalité).

Espace public numérique en Côte d'Ivoire : entre liberté d'expression et autocensure

Les résultats de notre enquête nous permettent de constater que les médias socionumériques en Côte d'Ivoire se présentent comme de véritables alternatives aux médias publics encore trop influencés par le gouvernement pour une certaine catégorie de citoyens. Ces médias, bien qu'ils ne soient pas encore suffisamment accessibles à une partie significative de la population, facilitent l'accès à l'information et sont devenus de véritables espaces où certains citoyens ivoiriens peuvent s'exprimer et débattre des questions d'intérêts publics au point d'apparaître comme des concurrents aux médias classiques (Bougnoux, 2007; Ramonet, 2011) soumis à différentes formes de pressions politiques ou économiques. Ce constat est en phase avec la vision dite « athénienne », qui établit une relation entre les technologies numériques, la démocratie, la communication et le progrès social (Levy, 2002).

Cette approche met en évidence le potentiel des technologies numériques dans la constitution d'un espace public, une agora qui se caractérise par son accessibilité à tous les citoyens de façon égalitaire et transparente. Cependant, la nouvelle politique

d'identification de tous les usagers des technologies numériques et du cyberspace en Côte d'Ivoire met en lumière la question du potentiel de surveillance et de contrôle social des technologies médiatiques dans une démocratie encore en construction, défendue par les tenants de la vision dite « orwellienne » (Benett *et al.*, 2014; Lyon, 2001; Mattelart et Vitalis, 2014).

La surveillance panoptique (Foucault, 1975) que permet le processus d'identification des usagers des TIC en Côte d'Ivoire a pour corollaire, comme on a pu le constater, une prise de conscience par les usagers des limites de l'agora que peut constituer le cyberspace en Côte d'Ivoire. À l'instar de l'étude réalisée par Stoycheff (2016) aux États-Unis, notre étude nous a permis de constater que, par crainte de cette surveillance panoptique, certains usagers des réseaux sociaux, généralement les blogueurs, développent peu à peu une culture de l'autocensure. Cette situation est particulièrement observable lorsqu'il s'agit de se prononcer sur des questions relevant de la politique nationale. Ce constat peut nous mener à considérer que l'identification des usagers du mobile et d'Internet en Côte d'Ivoire entraîne des formes d'autocensure dans leurs activités en ligne. Selon un blogueur que nous avons interrogé : « le discours engagé est une double prise de risque, à savoir le risque de perdre une partie de son lectorat et le risque d'une éventuelle répression des autorités ».

Conclusion

L'apparition des technologies numériques et le développement de leurs usages ont favorisé l'émergence de nouveaux espaces virtuels de discussion où les citoyens ivoiriens peuvent débattre plus aisément des questions d'intérêt public. Cependant, si l'action des usagers des médias socionumériques en Côte d'Ivoire participe dans une certaine mesure au renforcement de la démocratie, ces derniers doivent faire face, depuis 2012, à la volonté du gouvernement de ce pays d'y réguler les usages des technologies numériques par la mise en place d'une politique d'identification de tous les usagers des services de téléphonie mobile et d'Internet.

Réguler les usages des TIC permet à l'État de la Côte d'Ivoire, en plus de lutter contre le fléau de la cybercriminalité et le terrorisme, de maîtriser le nombre d'abonnés et le flux des communications. Cette régulation permet également à l'État ivoirien de réaffirmer son autorité dans un espace public numérique qui échappait à son emprise. La surveillance panoptique que permet ce processus d'identification a, comme l'a démontré cette étude, une certaine influence sur les activités des « cyberactivistes » ivoiriens sur les médias socionumériques. Ces derniers ont tendance à faire preuve d'autocensure face à certains sujets de nature politique considérés comme sensibles.

Références

- Bennett, C. J., Haggerty, K. D., Lyon, D. et Steeves, V. (2014). *Vivre à nu, la surveillance au Canada*. Edmonton, Alberta : Athabasca University Press.
- Bougnoux, D. (2007). Médias et démocratie. La fonction des médias dans la démocratie. *Cahiers français*, (338), 3-7
- Ceyhan, A. (2006). Enjeux d'identification et de surveillance à l'heure de la biométrie, *Cultures & Conflits*, 64. Repéré à <http://conflits.revues.org/2176>
- Foucault, M. (1975). *Surveiller et punir*. Paris, France : Gallimard.
- Fouda, S. V., (2009). Les médias face à l'ouverture démocratique en Afrique noire : doutes et certitudes. *Les Cahiers du journalisme*, 19.. Repéré à http://www.cahiersdujournalisme.net/pdf/19/16_FOUDA.pdf
- Gingras, A.-M. (2009). *Médias et démocratie : le grand malentendu* (3^e édition revue et augmenté). Québec, Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Levy, P. (2002). *Cyberdémocratie : essai de philosophie politique*. Paris, France : Odile Jacob.
- Lyon, D. (2001). *Surveillance society: Monitoring everyday life*. Buckingham, Royaume-Uni : Open University Press.
- Mabi, C. et Theviot, A. (2014). Présentation du dossier. S'engager sur Internet. Mobilisations et pratiques politiques. *Politiques de communication*, 2(3), 5-24.
- Margolis, M. et Resnick, D. (2000). *Politics as Usual: The Cyberspace Revolution*. Thousand Oaks, CA : Sage.
- Mattelart, A. et Vitalis, A. (2014). *Le profilage des populations, du livret ouvrier au cybercontrôle*. Paris, France : La découverte.
- Ramonet, I. (2011). *L'Explosion du journalisme. Des médias de masse à la masse de médias*. Paris, France : Éditions Galilée.
- Stoycheff, E. (2016). Under Surveillance: Examining Facebook's Spiral of Silence Effects in the Wake of NSA Internet Monitoring. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 93(2), 296-311.

Enjeux sociopolitiques d'un nouvel ordre de discours autour des dispositifs de participation en lien avec la loi pour une « République numérique »

Lucie Alexis
Doctorante en SIC
Université Paris 2
Centre de recherche Carism
alexislucie@hotmail.fr

Christine Chevret-Castellani
Maître de conférences en SIC
Université Paris 13
Laboratoire Labsic
christine.chevret@univ-paris13.fr

Sarah Labelle
Maître de conférences en SIC
Université Paris 13
Laboratoire Labsic
labellesarah@gmail.com

Résumé

La loi pour une « République numérique » préparée par le cabinet d'Axelle Lemaire, secrétaire d'État chargée du Numérique, et promulguée en octobre 2016 est issue d'un long processus qui s'est appuyé sur la participation de nombreux citoyens au travers de plusieurs dispositifs (plateforme collaborative, événements de type hackathon). Nous étudions l'ordre du discours autour de cette « République numérique » et, plus particulièrement, les médiations à l'œuvre. Nous mettons en évidence comment les multiples investissements réalisés par les participants dans le « numérique » affirment leur dimension productive. Nous observons une convergence téléologique des actions par leur finalité politique.

Abstract

The Law for a "Digital Republic" prepared by the cabinet of Axelle Lemaire, Secretary of State in charge of Digital, decreed in October 2016, comes from a process for which the participation of many citizens have been involved (a collaborative platform, workshops...). In this article, we study the order of the discourse about this "Digital Republic", and more particularly the social mediation. We bring to light how the multiple investments of participants claim their productivity. We observe a teleological convergence of the actions as a result of its political purpose.

Des inscriptions discursives à l'instar de la « société de l'information » ou encore de la « démocratie électronique » offrent aux acteurs la possibilité de mobiliser un imaginaire associant le politique à la technique et déterminent un espace de valeurs et de normes dans lequel les acteurs sont invités à agir. Ces discours, leur reprise et leur mode de circulation comportent des enjeux de pouvoir liés à la conception de la manière d'agir en politique, enjeux que nous proposons d'analyser par l'étude de différents dispositifs autour de la loi française pour une « République numérique ».

Le projet de loi préparé par le cabinet d'Axelle Lemaire, secrétaire d'État chargée du Numérique, s'inscrit, par ses objectifs et son cadrage politiques, dans la continuité de celui sur la « société de l'information » qui avait finalement été abandonné en 2001. Il implique, pour le gouvernement français, le déploiement d'un projet de société qui repose sur des enjeux sociaux (l'accès), économiques (l'innovation) et techniques (la neutralité), et définit la valeur politique du projet au travers des questions de partage, d'« ouverture », de service public – on notera la disparition de celle de « communs » dans la version soumise au Conseil d'État. La loi a été votée à l'Assemblée nationale en janvier 2016 et au Sénat, en mai 2016¹. Elle est issue d'un long processus qui s'est appuyé sur la participation de nombreux citoyens.

Avant le projet de loi, le Conseil national du Numérique (CNNum) a lancé une concertation intitulée *Ambition numérique*. Cette consultation a fait l'objet de 4000 contributions d'internautes et de participants à des ateliers. Une stratégie gouvernementale a ensuite été présentée le 18 juin 2015 par le premier ministre de l'époque, Manuel Valls : « Son objectif : faire de la France une "République numérique" dont la devise serait : *Liberté d'innover, Égalité des droits, Fraternité d'un numérique accessible à tous et Exemplarité d'un État qui se modernise*² ». Cette réécriture et ce prolongement de la devise de la France soulignent la prise en charge politique conférant au numérique la capacité de produire un nouveau souffle. Entre septembre et octobre 2015, le projet de loi a fait l'objet d'une relecture et d'une réécriture par les citoyens sur une plateforme dont l'architexte, mêlant des modèles médiatiques du wiki et du forum, offre le temps de la consultation la possibilité du partage du savoir-écrire la loi (Alexis *et al.*, 2017). Le 9 décembre 2015, la présentation du projet de loi au Conseil des ministres a clos les procédures participatives et l'a intégré dans la procédure institutionnelle législative.

Nous souhaitons ici interroger la manière dont les acteurs publics et les praticiens qui s'associent aux premiers durant différents événements soulignent la nécessité pour le champ politique de se transformer par l'introduction de nouvelles méthodes et techniques issues du « numérique ». Pour cela, nous formulons l'hypothèse qu'au-delà des différences de conceptions entre les acteurs publics et les praticiens mobilisés, se

¹ L'examen du texte a eu pour conséquence le dépôt de 155 amendements. Eu égard au nombre, le projet aurait pu être abandonné. Le 29 juin 2016, la commission mixte chargée des dispositions restant en discussion est parvenue à un accord qui permettra une navette parlementaire jusqu'au vote final (Sénat. Espace Presse. *Projet de loi pour une République numérique*. Repéré à <https://frama.link/SenatRepNum>).

² Site du Sénat. *Ibid.*

dessine une convergence téléologique propre à constituer un nouvel ordre du discours sur le « numérique ».

Tout d'abord, nous considérerons l'ordre du discours dans la continuité de la problématique posée par Michel Foucault sur la relation entre pouvoir et savoir dans la circulation des discours. Pour cela, nous cherchons à comprendre les dynamiques politiques et sociales perceptibles dans les pratiques de communication observables sur les dispositifs en ligne et dans quelques événements. Ces dynamiques sont envisagées par la mise en place d'un cadre injonctif à la mobilisation qui s'adresse à un public large et qui suggère la collaboration comme modalité de participation. Enfin, nous nous attacherons à mettre en évidence l'hybridation de différentes cultures informatiques : celle du libre, de l'*open* et du *hacking*. Dans cette troisième partie, nous analyserons comment, sous leur apparente cohérence, discours et pratiques cherchent à produire un espace de neutralisation³ dans lequel de nouvelles manières d'agir en politique sont promues.

Ordre du discours et pratiques politiques

Nouvel ordre du discours « numérique »

Michel Foucault propose l'étude des rapports entre la rationalisation de l'explication du monde, le rapport au savoir et le pouvoir. Elle consiste à mettre en œuvre la « fabrication » d'un outil d'analyse des rationalités, c'est-à-dire des cadres et procédures qui sont mis en place pour organiser le politique. L'auteur envisage non pas d'étudier la rationalisation en général, mais d'analyser des rationalités spécifiques, parmi lesquelles on compte celles à l'œuvre dans les nouvelles pratiques politiques.

Les pratiques politiques dessinent des logiques sociales et, pour ce faire, induisent la construction de discours et leur ordonnancement. Dans un ouvrage intitulé *L'Ordre du discours*, Michel Foucault explique que le discours politique échappe à la transparence. À partir du moment où il est question de pouvoir, sa production est sélectionnée et surtout contrôlée. Selon le philosophe, « le discours n'est pas simplement ce qui traduit les luttes ou les systèmes de domination, mais ce pour quoi, ce par quoi on lutte, le pouvoir dont on cherche à s'emparer » (Foucault, 1971, 2003, p. 12).

Par ailleurs, pour Michel Foucault, la construction du droit cristallise des enjeux de pouvoir et constitue la première rationalité de la société. C'est pourquoi le discours qui l'accompagne doit se présenter comme un discours de vérité. Non seulement, en amont, il nécessite, pour être tenu comme vrai, d'être soutenu et justifié par la parole politique, mais, en aval, cette justification exige un rituel. Telle est la condition de son effectivité, et on pourrait ajouter de son « efficacité » :

³ À l'instar de Claire Oger (2013), nous considérons la *neutralisation* comme l'effacement des oppositions entre des points de vue différents et la production des signes qui permettent le rapprochement des points de vue ou la réduction des écarts.

Le rituel définit la qualification que doivent posséder les individus qui parlent (et qui dans le jeu d'un dialogue, de l'interrogation, de la récitation, doivent occuper telle position et formuler tel type d'énoncé); il définit les gestes, les comportements, les circonstances, et tout l'ensemble de signes qui doivent accompagner le discours; il fixe enfin l'efficace supposée ou imposée des paroles, leur effet sur ceux auxquels elles s'adressent, les limites de leur valeur contraignante (Foucault, 2003, p. 43).

Nous nous intéressons, dans cette contribution, à la manière dont les différents dispositifs autour de la loi « République numérique » s'inscrivent dans un ordre du discours sur le « numérique ». Avec ce terme, un vaste ensemble d'outils de participation (une plateforme), de pratiques (le débat, la programmation), de mode de gouvernement (la République) sont requalifiés. Nous considérons le « numérique » comme un nouvel ordre du discours, en ce qu'il définit et propose une nouvelle forme d'organisation sociale et politique en instituant des médiations présentées comme relevant du « numérique », en reconfigurant des agir politiques et en induisant de nouvelles dynamiques. Le « numérique » s'impose comme un cadre structurant et repose sur des normes qui permettent aux acteurs engagés de s'insérer dans un processus productif : les participants aux différents dispositifs sont invités, d'une part sur la plateforme collaborative, à intervenir dans l'écriture de la loi et, d'autre part, lors des hackathons, à procéder au traitement et à l'analyse des données proposées. Ces dispositifs événementiels constituent des espaces dans lesquels les énoncés sur le « numérique » circulent, sont travaillés, répétés et transformés. Ils permettent à ces énoncés d'acquérir une valeur, celle de la transformation, celle d'un progrès politique. Tous les acteurs sont convaincus du rôle à conférer au « numérique » pour agir et pour transformer.

L'analyse des discours et des rituels par la théorie des composites

Pour interroger cet ordre du discours, et en particulier les deux aspects que sont les enjeux de pouvoirs propres à la dimension discursive et le rituel qui leur sont afférents, nous nous appuyons sur la méthode des composites, développée par Joëlle Le Marc (2004), qui permet d'envisager les discours et les rituels dans leur matérialité et dans leur capacité à circuler dans l'espace social. En effet, ces « composites [...] articulent des situations, des objets et des discours » (p. 145). Cette méthode donne la possibilité d'envisager à la fois une démarche ethnographique et une analyse sémi-discursive. Nous analysons les discours et les pratiques mobilisés par les différents acteurs impliqués à la fois sur leurs sites web (*republique-numerique.fr*/, *cnnumerique.fr*, *#HackRepNum*⁴, sur le site de *hackyourphd.org*/, d' *Open Democracy Now*⁵ et sur celui de *paris.numa.co*) et lors de différents « hackathons » organisés à Paris. Le premier hackathon, *#HackRepNum*, a eu lieu le samedi 12 décembre 2015 à la Paillasse et concerne le traitement des données issues de la plateforme de consultation du projet de loi pour une « République numérique ». Un second hackathon, *Open Democracy*

⁴ Voir : <http://hackyourphd.org/2015/11/hackrepnum-un-hackathon-recherche-autour-de-la-loi-sur-le-numerique-samedi-12-decembre-a-la-paillasse/>.

⁵ Voir : <https://paris.numa.co/agenda/evenement/open-democracy-now-33>.

Now!, qui s'est tenu au Numa⁶ les 22 et 23 janvier 2016, se proposait de poursuivre, entre autres projets, les pistes élaborées au sein de la première manifestation. Ces deux événements sont à l'initiative d'associations qui promeuvent et militent pour la démarche d'ouverture (*open access*, *open law* ou *justice*) et l'action par la programmation informatique. Ces événements, auxquels nous avons participé⁷, s'inscrivent dans un agenda politique international, notamment celui du Partenariat de Gouvernement ouvert dont la France a pris la présidence à l'automne 2016 pour un an.

Une injonction à la mobilisation

La volonté de s'adresser à un public large

Les dispositifs de participation, plateforme et hackathons, sont présentés comme des moyens, pour tous, de se mobiliser autour de l'actualisation du projet de loi. Ils promeuvent l'idée que tout le monde est concerné. Un rapide bilan chiffré de ces dispositifs permet de signifier qu'ils attirent un public relativement important. La plateforme de consultation sur le projet de loi « République numérique » a fait l'objet d'une forte participation : 21 330 participants, 8 500 contributions et 147 000 votes. Les hackathons ont réuni une cinquantaine de personnes pour les temps dédiés à la réalisation de projets et plus de cent pour les tables rondes et débats. Ce succès est induit non seulement par l'actualité des sujets traités, mais encore par les communautés très actives, qu'elles soient professionnelles (Syntec, par exemple) ou associatives (autour du logiciel libre, pour le développement des « communs ») qui s'y intéressent.

Lors des hackathons, les équipes sont invitées à développer un projet informatique sur une période courte : le terme *hackathon* est un mot valise associant « hack », champ sémantique de l'informatique, et « marathon », pour signifier la durée et la continuité. Les deux hackathons auxquels nous avons participé ont été organisés dans le but de mettre en application les présupposés de la loi « République numérique » : les données mises à disposition peuvent servir à l'analyse d'une action ou d'une politique publique; les technologies peuvent favoriser la participation et changer la manière de s'engager en politique.

⁶ La Paillasse et le Numa sont des tiers-lieux parisiens qui croisent des expertises et mettent en avant la collaboration, le partage et l'innovation et, cela, en s'appuyant la plupart du temps sur des technologies informatisées. La Paillasse se décrit comme un « laboratoire de recherche ouvert et citoyen où sont menées des actions d'amorçage et d'accélération de projets scientifiques, entrepreneuriaux et artistiques » (<https://lapaillasse.org/>). Le Numa entend « [soutenir] les entrepreneurs tech qui se donnent pour mission de répondre aux enjeux mondiaux de 2030 » (<https://paris.numa.co/qui-sommes-nous/#qui-sommes-nous>).

⁷ Nous avons également participé à la présentation des projets sur la demi-journée du 15 avril et celle du 10 juin dans le cadre de deux autres hackathons *Open Democracy Now!*. Cependant, notre groupe était dans l'attente de la mise à disposition de la base SARDE pour travailler à la production de tags sur le texte du projet de loi, ce qui favoriserait la participation.

Le type de personnes auxquelles ces événements s'adressent est suggéré dans les textes de présentation et la diversité des profils constitue à la fois une invitation et un prérequis : développeurs, juristes, membres d'associations, chercheurs (par exemple, « pour produire des livrables avec les *legal hackers* et les développeurs ») sont attendus pour leur large potentiel et leurs expertises.

Si le profil des participants permet la préqualification du public attendu, d'autres syntagmes visent à conférer une dimension universelle à l'invitation de participation : « gratuit et ouvert à tous », « avec les organisations, parties prenantes et des experts métiers ». L'enjeu autour de cette pluralité de profils est de constituer des équipes composées de personnes aux compétences différentes et cela est rappelé lors du lancement de chaque journée de travail. La capacité de chacun à s'intégrer à une équipe, à contribuer à la réalisation du projet est mise à l'épreuve. Lors de nos observations, nous avons pu voir des moments où le projet se redéfinissait à l'aune des compétences en présence, des temps d'engagement et de désengagement, des périodes où les participants cherchent à spécifier leur rôle en fonction des objectifs.

Sur les différents sites, les signes « # » ou « @ » sont repris de façon récurrente : c'est ce que Étienne Candel, Valérie Jeanne-Perrier et Emmanuël Souchier (2009) désignent comme l'émergence des « petites forms », c'est-à-dire de « formes textuelles réduites dans la pratique d'écriture sur internet » (p. 166) qui marque « une certaine standardisation » autour de signes reconnaissables et mettant en avant la possibilité de circulation. L'arobase et le mot-dièse constituent des signes partagés de la culture de l'Internet. Sur les sites institutionnels, ces petites formes sont associées à des symboles républicains, à l'instar de l'@ accolé au bonnet phrygien, ou à des termes du champ de la participation, « #Contribuez ». Ces petites formes en provenance des « outils-marques » (Jeanneret, 2014) s'inscrivent dans l'espace visuel du site web et s'articulent à une rhétorique de la participation. Si ces signes, comme le pouce ou le mot-dièse, fonctionnent, c'est parce qu'ils convoquent « une série d'implicites et de conventions » (Candel et Gomez-Mejia, 2013, p. 142). En effet, s'il est bien question de les faire circuler, conventionnellement, comme signes reconnaissables par les participants, il s'agit aussi, implicitement, de donner cette impression que la participation nécessite peu de temps et d'efforts. En outre, si l'on étudie les profils, quelques-uns sont étayés par la présentation d'un parcours ou d'une expertise, mais, pour la plupart, le nom ou le pseudonyme constitue la seule information disponible.

La dimension collaborative

Sur les sites et les outils mis à disposition durant les événements, comme les GitLab⁸ et les wikis, la collaboration est une modalité d'action qui est particulièrement mise en avant. Sur la page d'accueil du site du CCNum, une image animée donne à voir un espace dans lequel des personnes travaillent et échangent. L'image renvoie à l'imaginaire d'un lieu de type *co-working* : la technique du *motion design* (design d'animation) nous place en point de vue extérieur, mais laisse croire à la possibilité

⁸ GitLab est un logiciel libre qui permet de gérer la production collective de développements informatiques et auxquels sont associés des outils collaboratifs de type wiki.

d'observer une scène en train d'avoir lieu. En paratexte de ce bref film, plusieurs actes de langage de type exercitif mettent en évidence l'injonction à créer du collectif, à rendre manifeste la collaboration : « proposez », mais aussi « argumentez », « participez », « évaluez ». Sur le site *République numérique*, la phrase « Écrivons ensemble la loi numérique » met en scène un « nous » collectif au travail. Les hackathons sont également présentés comme favorisant l'« intelligence collective », expression reprise en introduction de deux des journées : la formule de Pierre Lévy est ainsi actualisée dans un espace-temps où le suffixe « co » insiste sur la dimension collective et le faire ensemble. Une organisatrice d'*#HackRepNum* souligne, au moment de se répartir en groupe, qu'« il y a moyen de faire quelque chose avec tout le monde, que tout le monde participe et joue un rôle ». L'agir collectif est présenté à la fois comme une évidence et comme devant s'inscrire dans la poursuite et la réalisation d'un objectif défini collectivement.

Dans ce contexte, la configuration de l'espace dans lequel se déroulent les hackathons se présente de manière comparable à l'agencement intérieur d'une start-up. Salle de « débriefing » (*debriefing*), espace ouvert et espace d'ateliers forment une organisation fonctionnelle qui vise à favoriser la circulation et l'engagement des participants. Les outils utilisés, issus des méthodes agiles (utilisation de notes adhésives, tableaux blancs, etc.), et les échanges collectifs dans lesquels circulent des discours à base d'anglicismes (*pitch*, *brainstorming*, etc.) constituent autant de dispositifs d'implication. Cette orchestration s'appuie sur le suivi par les organisateurs d'un déroulement codifié et par la mise en œuvre, par les participants, de rituels incorporés.

Les institutions partenaires mettent en avant une communauté d'intérêts sur leurs sites. La mobilisation des « petites formes » de l'écriture numérique renvoie à l'idée d'un monde connexionniste, monde en réseau dans lequel les participants sont considérés comme des porteurs de projet ou des ressources. Cette énonciation ancrée dans « un modèle sémio-économique euphorisant » (Candel, Gomez-Mejia, 2013, p. 144) est associée à la dimension collaborative, sur laquelle insistent les acteurs institutionnels et organisateurs des hackathons. Elle semble même reproduire l'« habileté idéologique » du Web 2.0 (Bouquillion et Matthews, 2010, p. 88).

Le mélange des cultures de l'informatique : logiciel libre et *open source*⁹ comme ambition de transformer l'action politique et la démocratie

Les références à une culture informatique issue des mouvements du logiciel libre et de l'open source

S'observent dans les discours des valeurs et des normes issues de cultures informatiques hétérogènes. Ces références puisent indifféremment dans les mouvements du logiciel libre (*free software*) et de l'*open source*. Sans que ces deux conceptions divergentes soient distinguées l'une de l'autre, la conception du *free software* de Richard Stallman et celle de l'*open source* d'Éric S. Raymond sont

⁹ Nous tenons à souligner que le syntagme « open source » peut être traduit par « code source ouvert ».

manifestes dans les dispositifs d'animation autour du projet de loi : elles sont associées et imbriquées pour donner corps à un discours sur le numérique comme pratique de transformation et de développement au cœur de l'action. Les noms des manifestations (« open democracy now », « HackRepNum ») constituent des références claires à cette culture informatique. Les sites regorgent de renvois épars et indifférenciés aux idées de communauté, d'échange et de production collective.

Les sites et les organisateurs s'appuient sur des références à la culture *open* et font appel à la capacité des individus à inventer en dehors des espaces institutionnels, s'érigeant comme des « bazars » (Raymond, 1998) temporaires. Sur les sites institutionnels et des partenaires, on rencontre des références aux valeurs du « gouvernement ouvert », à la « transparence », à la « participation » et à la « collaboration ». Les enjeux de participation sont fortement liés à la mise à disposition des données et l'accès à des technologies qui offre la possibilité de renvois sur des services d'hébergement de projets web *open source* : GitLab, GitHub¹⁰, ou des logiciels comme Cortex.

Sur les sites des organisateurs et des partenaires, avec *Open Democracy Now!*, la phrase exclamative et l'adverbe temporel constituent une injonction à l'association entre des valeurs contenues dans l'adjectif *open* et la référence au système politique en continuité avec l'« Open Gov ». Le qualificatif *open* a l'avantage de pouvoir être associé à des termes appartenant au champ sémantique du politique (depuis le livre de Popper en 1945) comme à des termes renvoyant à l'univers informatique. *Open Democracy Now!* appartient à une thématique du Numa intitulée « *maker society* ». Le terme de *maker* renvoie au mouvement « *do it yourself* » qui promeut les laboratoires de fabrication dont parle Michel Lallement dans *L'Âge du faire* (2015). C'est la valorisation de formes alternatives de production, comme le libre, qui est mise en avant.

Les valeurs de mise en commun et du collectif sont mobilisées. Si la valeur de liberté n'est pas affichée, les postures se situent en phase avec l'absence de contrôle et de privatisation. L'hétérogénéité des acteurs dans les hackathons est revendiquée, et s'observe une volonté de constituer des communautés larges, où l'on vient pour contribuer à un bien commun. Le « ouvert à tous » et le « venez comme vous êtes » entrent en résonance avec les principes du libre. Lors du hackathon *#HackRepNum*, étaient proposés « des ateliers pour apprendre à coder » et, lors du *Open Democracy Now!*, des présentations des outils dits de « civic tech ». La promesse est dans le fait qu'est accueillie toute personne intéressée par les questions traitées durant les événements, par la participation, suivant la terminologie des acteurs, à la « civic tech » ou au travail d'un *legal maker*.

La culture informatique se manifeste par des valeurs technologiques (des logiciels qui sont inclusifs, non propriétaires, participatifs, etc.) et s'inscrit au sein de projets politiques hétérogènes. Les termes comme *open* ont connu un vif succès par les glissements énonciatifs successifs, contrairement au terme *free*, dont l'ambiguïté entre

¹⁰ GitHub est un service d'hébergement web qui propose des comptes pour les projets de logiciels libre ou *open source*.

liberté et gratuité a peut-être empêché la reprise (sans compter la personnalité de Richard Stallman). Aujourd'hui, le terme *open* renvoie à des modalités de conceptions informatiques et à des questions d'inclusion (des minorités, de la société civile avec l'*open gov*, etc.), renforçant ainsi la dimension sociopolitique du mouvement et prolongeant les principes critiques régissant la tradition du logiciel libre (Broca, 2013).

Les références à la culture « hackeur »

L'intitulé *HackRepNum* pour le site éponyme est un mot valise qui emprunte au slogan de la culture pirate, à l'instar de celui du parti pirate français pour les élections législatives de 2012 (Chevret, 2014). Il faut noter que les collectifs de hackers participent eux-mêmes de la construction d'une dénomination en distinguant d'un côté le *black hat*, le hacker criminel, et, de l'autre, le *white hat*, le hacker bienveillant. Le slogan pirate « Hacker la politique » signifie « fabriquer » (Cardon, Granjon, 2013, p. 171), en l'occurrence quelque chose de nouveau en politique.

La reprise du terme *hacker* par les acteurs, dans le cadre des manifestations que nous avons observées, renvoie à plusieurs significations : *traduire*, *tagger* le texte de loi ou encore *bricoler* des dispositifs politiques. En outre, sur la plateforme de consultation du projet de loi, des dessins humoristiques sont mobilisés pour expliquer la loi : une distance ironique est instituée par ces images, comme le rat dans le burger ou le squelette écrivant depuis sa tombe. Dans *Coding Freedom*, Gabriela Coleman (2013) insiste sur l'humour propre à la culture « hackeur », qui autorise à se montrer malin, surtout si on parvient à « décoder » le message humoristique de l'autre.

Ainsi, les dispositifs participatifs et événementiels autour du projet de loi « République numérique » mettent en avant une hybridation des cultures informatiques.

Nouvelles manières d'agir en politique

Les dispositifs étudiés proposent des pistes pour transformer l'agir en politique. Sur le site *HackRepNum* est mobilisé le croquis issu du carnet de David pour la réalisation du serment du jeu de Paume. Il s'agit d'une référence fondatrice de la démocratie, sur laquelle est écrit en bleu fluo la mention « HackRepNum ». C'est l'idée d'une nouvelle page de l'histoire qui s'écrit avec le projet de loi, avec le développement de nouvelles manières d'agir politique : continuité et rupture sont mises en avant. Ainsi, il se dégage une convergence téléologique autour de la nécessité de changer les modalités politiques existantes, convergence observée dans les discours des acteurs institutionnels tout comme dans ceux des organisateurs et des partenaires des différentes manifestations.

La participation au dispositif d'élaboration de la loi est également envisagée comme *empowerment*. Celui-ci renvoie à une « encapacitation » (Ricœur, 1984), « une mise en capacité », c'est-à-dire « un processus d'apprentissage pour permettre à ceux “d'en bas” d'accéder tant au savoir du droit qu'au pouvoir politique tout en engageant leurs propres savoirs » (Commaille, 2015, p. 370). Cette recherche d'encapacitation des

citoyens, parce qu'elle est accompagnée de la promesse d'une transformation sociale par la numérique, supposerait l'évolution d'un ordre du discours reposant sur l'« impératif délibératif » (Blondiaux et Sintomer, 2009) vers celui construit autour d'une injonction à l'innovation dans les procédures de participation.

À travers la promesse d'une transformation sociale par le numérique et la recherche d'encapacitation des citoyens se dégage une convergence téléologique autour de la nécessité de changer les modalités politiques existantes.

Conclusion

Pour conclure, reprenons notre axe sur les valeurs et les normes de l'ordre du discours. Chez Michel Foucault, celles-ci agissent sur les acteurs et les mènent à exercer des actions. Qu'elles conduisent à l'inclusion ou à l'exclusion, elles les engagent dans des processus de production en même temps qu'elles les travaillent. Les dispositifs étudiés s'organisent autour de normes et de valeurs qui visent à l'inscription des participants dans une démarche de projet collectif qui prétend transformer les modalités de l'agir politique.

Cette modalité d'inscription se caractérise tout d'abord par la « neutralisation » grâce à la convocation des cultures libriste et *open*, mélangeant les termes et les principes qui régissent des courants très variés. Claire Oger (2013) définit la neutralisation comme « l'effacement des oppositions entre des points de vue différents et la production des signes de l'évidence d'un seul point de vue, supposé transparent » (p. 50). Cette notion est empruntée à Roland Barthes, qui montre que dans la langue et dans les signes s'observe une tendance à l'évacuation du conflit. La neutralisation entre ces cultures informatiques distinctes opère la création d'un monde lisible, celui où tout concourrait à la meilleure implication des citoyens grâce à l'informatique.

La deuxième caractéristique de cette convergence téléologique repose sur une lecture du réel, déterminée par le numérique, commune aux différents acteurs. Dans le cadre des dispositifs de participation à la loi « République numérique », les problèmes de la démocratie représentative sont présentés comme pouvant être résolus par des dispositifs impliquant davantage les citoyens. Leur mise en place s'insère dans ce que Nicolas Auray et Samira Ouardi (2014) décrivent comme spécifique à une « politique du code », c'est-à-dire en lien avec une croyance envers le pouvoir d'émancipation de l'informatique et le déploiement de transformation sociale grâce au numérique, « tissés dans une lecture informationnelle du réel » (p. 22).

Ainsi, la construction d'un « ordre du discours numérique » ne conduit pas, ici, à neutraliser les différences idéologiques ou à effacer les frontières entre les acteurs institutionnels et les praticiens engagés. Ces différences coexistent, se frottent dans les espaces informatisés et physiques, cependant elles ne s'opposent pas, ne s'affrontent pas. Nos observations des différents dispositifs de participation nous ont conduites à analyser des médiations sociales qui montrent de multiples investissements. Ces

investissements sont réalisés par des acteurs hétérogènes (entrepreneurs, militants, fonctionnaires, etc.), mais s'articulent autour d'une même conception du politique comme étant en transformation : il s'agit, pour les acteurs, de participer à la constitution de « panoplies », des outils et des dispositifs multiformes qui, dans ce contexte, visent à favoriser une activité politique. Cette modalité particulière du politique se présente comme une réponse au constat d'un dysfonctionnement démocratique et s'inscrit dans la volonté productive de faire advenir un nouvel ordre par le numérique. Ainsi, différences et clivages sont relégués et dépassés par l'ambition productive de ces dispositifs, par leur convergence téléologique. Ces dispositifs ne sont pas des arènes de débat : les sujets de conflit peuvent y être exposés, comme sur la question des lobbies (Regards citoyens) ou celle du sort de l'article 8 sur les biens communs dans la Loi pour une République numérique (Lionel Maurel), ou encore la possibilité de développer un « *Candy crush* de la démocratie », mais ils ne sont pas débattus. Ce qui est valorisé et partagé, c'est le produit de l'analyse et du traitement des données. Dans les dispositifs de participation observés, la prétention politique est concentrée sur l'urgence de produire des dispositifs opérationnels qui affirment leur lien avec le réel et effacent les traces du conflit.

Références

Alexis, L., Chevret-Castellani, C., Labelle, S. et Mouratidou, E. (2017). Vers le partage du *savoir-écrire* la loi? Analyse sémio-discursive du dispositif republique-numerique.fr. *Semen*, (42), 93-115.

Auray, N. et Ouardi, S. (2014). Numérique et émancipation. De la politique du code au renouvellement des élites. *Mouvements*, 2014/3(79), 13-27.

Blondiaux, L., Sintomer, S. (2009). L'impératif délibératif. *Rue Descartes*, (63), 28-38.

Bouquillion, P. et Matthews, J. (2010). *Le Web collaboratif*. Grenoble, France : Presses Universitaires de Grenoble.

Broca, S. (2013). *Utopie du logiciel libre. Du bricolage informatique à la réinvention sociale*. Neuvy-en-Champagne, France : Le Passager clandestin.

Candel, E. et Gomez-Mejia, G. (2013). Signes passeurs et signes du web : le bouton *Like* ou les ressorts d'un clic. Dans C. Barats (dir.), *Manuel d'analyse du Web* (p. 141-146). Paris, France : Armand Colin.

Candel, E., Jeanne-Perrier, V. et Souchier, E. (2012). Petites formes, grands desseins. D'une grammaire des énoncés éditoriaux à la standardisation des écritures. Dans J. Davallon (dir.), *L'économie des écritures sur le web* (p. 165-201). Paris, France : Hermès-Lavoisier.

Cardon, D. et Granjon, F. (2010). *Médiactivistes*. Paris, France : Presses de Sciences Po.

Chevret-Castellani, C. (2014). Le noir et la transparence dans la campagne du Parti pirate français pour les élections législatives de 2012. *Mots. Les langages du politique*. Repéré à <http://mots.revues.org/21700>

Coleman, G.-E. (2004). *Coding Freedom. The Ethics and Aesthetics of Hacking*, Princeton, NJ : Princeton University Press.

Commaille, J. (2015). *À quoi nous sert le droit?*. Paris, France : Gallimard.

Foucault, M. (2003/1971). *L'ordre du discours*. Paris, France : Éditions Gallimard.

Jeanneret, Y. (2014). *Critique de la trivialité. Les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*. Paris, France : Éditions Non Standard.

Labelle, S. (2011), « La société de l'information » : Formule, récit et réquisition. Dans M. Chouteau et C. Nguyen (dir.), *Mises en récit de la technique* (p. 33-44). Paris, France : Éditions des Archives contemporaines.

Lallement, M. (2015). *L'âge du faire. Hacking, travail, anarchie*. Paris, France : Le Seuil.

Le Marec, J. (2004). Usages : pratiques de recherche et théorie des pratiques. *Hermès, La Revue*, 1(38), 141-147.

Oger, C. (2013). *Fondements et formes de l'autorité en discours* (Habilitation à diriger des recherches). CELSA, Université Paris-Sorbonne, Paris.

Raymond, É. (1998). *La cathédrale et le bazar*. Repéré à <https://frama.link/RaymondBazar>

Ricœur, P. (1984). *Temps et récit. Tome 2. La configuration dans le récit de fiction*. Paris, France : Le Seuil.

Deuxième partie

Médias et journalisme : des changements potentiels à l'ère numérique?

Les crises numériques du journalisme. Injonctions au changement, mobilisations du numérique et encadrement discursif des transformations de l'économie du journalisme

Arnaud Anciaux
Professeur au Département d'information et de communication
Université Laval
Centre de recherche CRICIS
arnaud.anciaux@com.ulaval.ca

Résumé

Tandis que le journalisme entrait progressivement dans un environnement numérique au cours des dernières décennies, nombre de fragilités structurelles et conjoncturelles de l'économie du journalisme sont apparues. Elles ont pu apparaître comme le contexte ou la justification de nombreux changements dans les organisations médiatiques. Issu d'un travail de doctorat portant sur l'analyse de deux groupes inscrits dans les industries de la culture et de la communication, le présent texte vise à étudier la composante discursive des dispositifs de transformation du journalisme, tels qu'ils peuvent être construits dans une organisation, et qui prennent appui, notamment, sur les énoncés de crise.

Abstract

As journalism has gradually entered the digital age over recent decades, many structural weaknesses have emerged that afflict its economic health. They may have emerged in the context of or as justification for the many changes in media organizations. Based on a doctoral thesis on the analysis of two groups in the culture and communication industries, the present paper intends to study the discursive component of the transformation *apparatus* in journalism as they can be built in an organization, and particularly supported by the statements of crisis.

Depuis les années 1990, le journalisme est entré progressivement dans un environnement numérique, dans le prolongement de l'informatisation de la production, de l'édition et de la distribution de contenus. Dans le même temps, sont apparues au grand jour de nombreuses difficultés et fragilités de l'économie du journalisme, de nature structurelle ou conjoncturelle (Anciaux, 2014b). Sous différents vocables et énoncés, le numérique est fréquemment mobilisé pour encourager, accompagner ou justifier des changements au sein et autour des organisations médiatiques. Ainsi que l'a montré Franck Rebillard (2006), les possibilités sociotechniques ouvertes et les attentes formulées peuvent être interrogées et mises en regard avec les changements effectifs observés, faisant potentiellement apparaître des paradoxes pour les acteurs et les observateurs.

De nombreuses stratégies possibles, réelles et imaginées ont été élaborées dans le cadre de cet environnement, emportant potentiellement de profondes transformations pour certaines organisations et certains groupes industriels (Anciaux, 2014a, 2015). Loin de n'être – seulement – que des choix isolés et des décisions locales, ces stratégies sont construites, explicitement ou non, dans une mise en relation avec des énoncés circulant dans l'ordre du discours. Ce texte, issu de la communication effectuée dans le cadre du colloque, a pour objet d'interroger la composante discursive des dispositifs (Foucault, 1977) de transformation du journalisme, tels qu'ils peuvent être construits dans une organisation médiatique et autour de celle-ci. Le journalisme est fréquemment étudié comme un lieu d'observation de nombreuses trajectoires et mobilisations discursives (Francoeur, 2011; Le Cam, 2005, 2009; Ringoot et Utard, 2005; Ruellan, 2011), mais celles-ci peuvent être réfléchies en parallèle aux pratiques des acteurs et des stratégies des organisations. De manière plus spécifique, il est possible d'étudier le discours comme un espace d'apparition et d'élaboration de stratégies, dont les représentations sont mises en circulation. Pour les organisations médiatiques, les énoncés ainsi construits et partagés par les acteurs sont autant de ressources discursives pour de nouvelles stratégies, et les stratégies mises en œuvre peuvent faire naître à leur tour de nouveaux énoncés (Foucault, 1969).

Pour développer cette analyse, je vais m'appuyer sur un travail de recherche effectué au sein de deux groupes insérés dans les industries de la culture et de la communication¹, à savoir les groupes Québecor au Canada et Ouest-France en France, en développant une analyse du discours fondée sur un corpus de documents, produits par les organisations ou à leur endroit, ainsi que sur des entrevues réalisées avec différents travailleurs. J'ai pour cela repris, en partie, les objectifs et les moyens de la recherche d'une *anthropologie du discours* (Krieg-Planque et Oger, 2010; Oger, 2003; Oger et Ollivier-Yaniv, 2003) en m'attachant, dans les textes et les entretiens, aux traces observables : « Toutes ces pratiques, ces institutions, ces théories, je les prends au niveau des traces, c'est-à-dire presque toujours des traces verbales. L'ensemble de ces traces constitue une sorte de domaine considéré comme homogène : on ne fait a priori entre les traces aucune différence. » (Foucault, 1966, p. 529.) L'objectif poursuivi

¹ Ce travail est issu de ma thèse de doctorat, soutenue en juin 2014, et portant une analyse des transformations des discours et des modèles d'affaires des groupes mentionnés (Anciaux, 2014b). Cette communication reprend les éléments exposés dans la troisième partie de cette thèse de doctorat.

est de voir comment des énoncés sont mobilisés ou construits, circulent pour construire des représentations et des transformations à l'œuvre – et ce, sans établir de hiérarchie entre les énoncés (Oger, 2005). Cette approche de l'analyse du discours repose ainsi sur une appréhension des énoncés et des figements comme autant de matérialités pouvant prendre place au sein de formations discursives (Foucault, 1969), et non comme un voile jeté sur un réel autre, distinguable. Autour des questions numériques et de leur lien avec les difficultés économiques touchant le journalisme, plusieurs dynamiques peuvent être étudiées. Le discours peut se construire comme un espace ouvrant des possibilités et des priorités, créant des représentations saisies par les acteurs et les organisations étudiées. Cet espace construit également les conditions d'existence et de circulation de certaines stratégies, suivant une dynamique propre à l'ordre du discours, mais intimement liée aux modèles d'affaires et aux choix organisationnels des groupes étudiés.

Des discours autorisés

Les stratégies économiques déployées par les groupes à l'étude sont construites au travers de dynamiques énonciatives, produisant des effets pour les organisations, les pratiques et les représentations et réalisant la transformation dans le cadre des déploiements du numérique. Si l'espace du discours est étudié en tant que matérialité, il est néanmoins possible de s'interroger sur les *cercles* (Oger et Ollivier-Yaniv, 2003) d'autorités pouvant donner plus ou moins de poids à l'existence de certains énoncés et à leur résonance sur d'autres, dits ou non-dits. Les constructions discursives abouties participent d'un lissage de la parole (Oger et Ollivier-Yaniv, 2006) au travers notamment, pour les *formules*, de « deux dynamiques de formation des discours autorisés, stabilisation des énoncés et effacement de la conflictualité » (Krieg-Planque et Oger, 2010, p. 94). Au sein des groupes étudiés, la parole peut ainsi se concentrer autour d'énoncés particuliers touchant les organisations médiatiques et participant d'une raréfaction du discours, des énoncés légitimes et acceptables, notamment en ce qui a trait à la transformation sociale et économique des organisations, de leurs stratégies et de certaines tactiques. Ces énoncés peuvent se construire dans deux directions, à savoir le déploiement d'un discours construisant une histoire et un récit de l'organisation, façonnant l'accueil du numérique et de certaines transformations, et la création (ou le renforcement) de légitimités de paroles dans le cadre d'injonctions au changement.

Objets et cadres d'un discours autorisé

Le discours produit par et au sein des organisations médiatiques – au même titre que d'autres organisations – participe de la construction d'une histoire, d'un récit particulier, qui crée et encadre les transformations économiques qui se déploient. Ce récit permet d'exprimer un certain *avant*, notamment lorsqu'il s'agit de donner un cadre à l'intégration du numérique au sein de l'organisation, et la mise en place de stratégies, de dispositifs et de décisions économiques et organisationnelles. Ainsi, au sein du groupe Ouest-France, des éléments énonciatifs communs peuvent venir mobiliser l'idée

d'une prudence dans les transformations autant que d'une inertie de l'organisation, qu'il s'agisse ensuite de les louer ou de les regretter, et peuvent se retrouver dans différents contextes :

prendre le temps de changer pour ne pas risquer d'égarer les lecteurs dans des évolutions trop brutales [...] Pas de changement brutal. Mais le changement permanent².

On a une culture du changement qui est très particulière chez nous, [...]. Les choses évoluent, mais nos lecteurs ne les perçoivent pas forcément immédiatement et directement... parce qu'on ne veut pas non plus les bousculer, les perturber³...

Après, on sait rester à notre place aussi... On peut pas à la fois... profiter de la puissance du groupe et de sa solidité, et puis en même temps le critiquer en permanence en disant que si on n'avance pas, c'est de sa faute⁴.

Prudence et inertie, si elles connaissent des acceptions variées, n'en demeurent pas moins centrales dans les discours pouvant être par la suite construits, mis en circulation et reconstruits par les acteurs. Au sein du groupe Québecor, c'est la centralité de la notion de *convergence* qui vient marquer un certain nombre de stratégies déployées à partir du tournant des années 2000, dont la visée dénotative varie dans le temps, mais apparaît comme un marqueur de transformations importantes⁵. Dans les deux cas, des groupes énonciatifs apparaissent ainsi comme centraux, confirmés le plus souvent par les cœurs institutionnels, et dessinant en creux des formes de silence. Les mouvements discursifs peuvent être inverses, mais non opposés, et entretiennent en commun un espace de discours propre; ils constituent une forme de discours autorisé au sein des institutions, créant ses objets et ses cadres énonciatifs et participant à une dynamique de raréfaction des énoncés économiques proprement dits.

Sujets et acteurs autorisés du discours

Au-delà des récits et des reconstitutions narrées, les constructions discursives se construisent potentiellement dans des énonciations plus intrinsèquement économiques, notamment sous l'apparence de certaines données économiques statistiques, ou au moins chiffrées. Ces énoncés mis en circulation à l'intérieur des groupes sont fréquemment réduits à certains éléments limités (revenus compilés et consolidés, statistiques de diffusion, etc.), ne donnant par exemple qu'une expression globale et parcellaire des modèles d'affaires. Or ceux-ci peuvent être l'enjeu de discussions, voire

² Extrait d'un article de Didier Pillet, rédacteur en chef de *Ouest-France*, publié en 1995 sous le titre « Le projet éditorial d'Ouest-France » dans la revue *Communication et langages*, (103), p. 26-29. Les deux dernières phrases sont en majuscule dans le texte initial.

³ Entretien avec un cadre-journaliste de *Ouest-France*, 10 octobre 2012.

⁴ Entretien avec un cadre-journaliste du *Maine Libre*, 2 août 2012.

⁵ Voir notamment, pour plus d'explications et d'exemples, Anciaux (2014a) et Carbasse (2010).

de disputes entre acteurs, notamment pour pouvoir délimiter de manière certaine les nécessités économiques et financières de certaines décisions prises au centre des organisations. Ainsi, par exemple, se forment des débats ouverts dans l'espace public sur les revenus au sein du groupe Québecor, au sein desquels la maîtrise – et la prise en compte – d'énoncés économiques apparaît comme un enjeu particulièrement manifeste :

Le syndicat est d'avis que l'empire Québecor a pris l'expansion qu'on lui connaît avant tout grâce aux efforts des artisans du Journal de Montréal et que la direction doit en tenir compte. [...] Le syndicat prétend que le Journal de Montréal a accumulé des profits de 15 millions\$ en 1991. La direction refuse de confirmer ces chiffres.

« Le Journal de Montréal n'est pas la vache à lait de Québecor Inc., rétorque un cadre supérieur. Les syndiqués ont tort de le croire. »⁶

Le fils de feu Pierre Péladeau s'en est d'ailleurs pris directement aux 253 lock-outés du quotidien le plus lu de la province, qu'il a appelés à « faire preuve de réalisme ». Car si le conflit perdure depuis janvier 2009 au Journal de Montréal, c'est « en raison de l'incapacité des représentants syndicaux d'admettre la nécessité de diminuer nos effectifs »⁷.

Dans les deux groupes observés, une maîtrise différenciée des énoncés mobilisables laisse la possibilité pour le centre des institutions de les tourner vers des périphéries construites comme telles (travailleurs, syndicats, etc.) – et peut-être plus précisément à leur encontre, en dessinant des formes de responsabilités discursives à l'endroit de ceux qui ne maîtrisent pas tous les énoncés, qui peuvent être légitimes même gardés sous silence. Au final, les énoncés sur la transformation sont très nombreux, mais apparaissent également relativement peu divers dans leurs niveaux de précisions, renvoyant souvent à des positions partagées principalement dans le cœur discursif des organisations.

Des autorisations dans et par le discours

La gestion particulière des énoncés dans les organisations médiatiques construit une dynamique de raréfaction du discours, formant des effets d'ombres et de lumières dans le discours autour des questionnements économiques et du journalisme. Ceux-ci ne sont cependant pas seulement l'œuvre au sein des organisations prises isolément, mais existent à la confluence d'autres discours et énoncés, déjà existants, produits avant ou ailleurs, avec lesquels elles sont appelées à composer. Ainsi, les discours

⁶ Extrait d'un article de Pierre Cayouette, publié en 1993 sous le titre « La rançon du succès. Avec le Journal de Montréal, Pierre Péladeau atteint tous ses objectifs. Y a-t-il une vie après le succès ? » dans le journal *Le Devoir*, 13 mars 1993, p. A1.

⁷ Extrait d'un article de Alexandre Shields, publié en 2010 sous le titre « Péladeau : un passage obligé. Les employés du Journal, comme ceux de TVA, devront acheter le modèle d'affaires de Québecor » dans le journal *Le Devoir*, 13 mai 2010, p. B1.

tenus par et au sein des organisations s'inscrivent dans un champ au sein duquel se mêlent les productions, les stratégies et les fonctions énonciatives, pour former un environnement particulier, que l'on peut qualifier de *champ de présence*, à savoir

tous les énoncés déjà formulés ailleurs et qui sont repris dans un discours à titre de vérité admise, de description exacte, de raisonnement fondé ou de présupposé nécessaire; il faut entendre aussi ceux qui sont critiqués, discutés et jugés, comme ceux qui sont rejetés ou exclus (Foucault, 1969, p. 81).

Ce *champ de présence* offre de nombreux énoncés qui viennent désigner, à un moment donné, des concepts et des objets, saisis ou incorporés par les acteurs au sein des stratégies que ces derniers déploient et venant renouveler continuellement les définitions, les choix ouverts et les décisions visibles.

Parmi différents énoncés, je me concentrerai ici sur la référence à une « crise », tant celle-ci apparaît potentiellement centrale et en grande partie incontournable pour de nombreux acteurs. À la fois métaphore, roman et remède en puissance (Escande-Gauquié, 2009; Guennoc, 2009), elle est l'objet de discours éditoriaux pour parler de la société, d'un environnement contemporain. Elle vient catalyser un grand nombre de récits du passé et d'un présent disruptif, sans pour autant oublier qu'il est « vraisemblable que nous ne vivons pas la Crise, mais une crise qui appartient comme telle, aussi grave soit-elle, au "régime régulier" du capitalisme » (Dumesnil, 2009, p. 112). Elle permet également de construire, dans le champ de présence, des éléments de comparaison et d'exemplarité pour les acteurs au sein des organisations médiatiques.

La mobilisation de certains énoncés permet ainsi potentiellement de répondre à la raréfaction observable à l'intérieur des organisations médiatiques, tout en permettant une certaine continuation des positions de chacun dans le discours. Autrement dit, dans une interrelation construite entre les organisations et leur extérieur, le champ de présence offre des possibilités de justification, de comparaison et de dessiner en creux des choix légitimes, des spécificités organisationnelles, sans pour autant parler directement du soi organisationnel, de développer la précision des modèles d'affaires, par exemple. La transformation à l'œuvre se construit en partie dans le refus de se transformer, ou d'accepter les conséquences devant être tirées de la « crise », mis de l'avant et assigné à d'autres sujets du discours (les concurrents, les syndicats, etc.), ainsi qu'illustré à la fin de la partie précédente. L'idée d'une « crise » apparaît en effet suffisamment assurée dans le champ de présence pour ne pouvoir être soulevée autrement que dans son régime, son ampleur, et non dans son existence. Ainsi, à la suite de conflits de travail au sein du groupe Québecor, cette « crise » pouvait continuer d'être discutée, tout en étant faisant l'objet d'admission et d'une reconnaissance – presque malgré soi pourrait-on dire :

on s'est servi de la crise mondiale pour couper dans les conventions collectives, [...] présentement, si tu regardes le lectorat pis si tu regardes le nombre de parutions là, il y a pas de crise au Québec à ce niveau-là. Mais ils

se servent de ça pour faire des transformations majeures, pis ils ont raison dans un sens qu'il faut... transformer, parce qu'il faut trouver une solution, comment qu'on va passer au numérique [...]. Mais c'est clair qu'il faut qu'ils se préparent, c'est vrai⁸.

Aussi, par l'acceptation d'une crise, reconnue dans le champ de présence, les transformations des organisations apparaissent dès lors comme des étapes incontournables. Les formulations et les concepts qui émergent progressivement dans le discours entourant les organisations médiatiques sont alors autant d'appels à se positionner. Si cette dynamique peut se comprendre à l'échelle de l'industrie et des équilibres dans les modèles d'affaires, elle se comprend aussi à un niveau plus intermédiaire dans les processus d'innovations et de déploiements dispersés vers le multisupport. Ceux-ci peuvent être analysés non pas uniquement sous la forme d'imaginaires déployés dans des dispositifs technologiques et des changements organisationnels, mais également en tant qu'énoncés qui les font circuler et qui appellent à une réception et une adaptation locale, tout en participant à la construction constamment renouvelée d'objets, d'idéaux et de stratégies à suivre (Domingo, 2008; Mico, Masip et Domingo, 2013 ; Schmitz Weiss et Domingo, 2010).

Les choix réalisés par les organisations étudiées peuvent alors être contraints par les énoncés contenus dans le champ de présence à un moment donné. Ces choix s'inscrivent dans une mémoire, en mobilisant à la fois des éléments de récits et d'histoire du journalisme, des groupes ou de titres spécifiques; dans le même temps, ils peuvent oublier ou effacer le caractère court de certains cycles. La formation de stratégies apparaît alors bien comme la dynamique de construction partagée des modèles d'affaires d'organisations données, entre ressources économiques, organisationnelles et discursives.

Conclusion

Il est possible de voir qu'aux nombreuses transformations dans les modèles économiques et organisationnels des groupes médiatiques étudiés correspond une certaine raréfaction du discours autour d'énonciations particulières, admises et acceptées par le centre des institutions, faisant avancer les logiques à l'œuvre et les stratégies souhaitées ou imaginées. De manière simultanée, il est possible de comprendre l'environnement discursif dans lequel des énoncés, portant sur « le numérique » et les transformations qu'il emporterait, établissent un *champ de présence*. Celui-ci fournit autant de ressources discursives, sous la forme d'énoncés difficilement contournables et contestables (notamment autour de la « crise ») par les différents acteurs, qui peuvent servir de soutien aux stratégies souhaitées. Cependant, ce même champ vient limiter dans le même temps l'espace des possibilités, en créant des effets d'urgences et de priorités, en déterminant des stratégies admissibles et légitimes avec lesquelles les acteurs doivent composer. Il s'inscrit ainsi dans une forme de continuité avec les constructions discursives entourant le journalisme, tout en apportant certaines

⁸ Entretien avec un conseiller de la Fédération nationale des communications, Canada, 3 avril 2012.

formes de ruptures touchant aux énoncés organisationnels et économiques, mobilisés et mobilisables, encadrant les pratiques autant que les stratégies des acteurs et des industries.

Références

Anciaux, A. (2014a). Entre discours et transformations des modèles d'affaires, la place nouvelle du médiatique et du journalisme dans un groupe industriel de communication canadien. Dans F. Le Cam et D. Ruellan (dir.), *Changements et permanences du journalisme* (p. 41-59). Paris, France : L'Harmattan.

Anciaux, A. (2014b). *Réinventer l'économie du journalisme. Ouest-France et Québecor, deux essais de transformation d'une pratique discursive et des modèles d'affaires des industries médiatiques à l'ère du numérique* (thèse de doctorat). Université de Rennes 1/Université Laval.

Anciaux, A. (2015). Les ajustements d'une industrie dans l'environnement numérique, essais stratégiques et redéploiements progressifs autour du journalisme au sein du groupe Québecor. Dans É. George (dir.), *Concentration des médias, changements technologiques et pluralisme de l'information* (p. 95-109). Québec, Québec : Presses de l'Université Laval.

Carbasse, R. (2010). « Du solide et du concret » : concentration de la propriété et convergence journalistique au sein du groupe Québecor Média. *Canadian Journal of Communication*, 35(4), 585-594.

Domingo, D. (2008). Interactivity in the daily routines of online newsrooms: Dealing with an uncomfortable myth. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(3), 680-704. doi: 10.1111/j.1083-6101.2008.00415.x

Dumesnil, P. (2009). Fragments d'un discours économique. *Communication & langages*, 2009(162), 107-113. doi:10.4074/S0336150009004074

Escande-Gauquié, P. (2009). La crise : les mots pour la dire. *Communication & langages*, 2009(162), 67-74. doi:10.4074/S0336150009004049

Foucault, M. (1966). *Dits et écrits (vol. I, 1954-1975)*. Paris, France : Gallimard.

Foucault, M. (1969). *L'archéologie du savoir*. Paris, France : Gallimard.

Foucault, M. (1977). *Dits et écrits (vol. II, 1976-1988)*. Paris, France : Gallimard.

Guennoc, J.-F. (2009). La crise : une « métaphore vive ». La doxa du discours éditorial. *Communication & langages*, 2009(162), 75-90. doi: 10.4074/S0336150009004050

Krieg-Planque, A. et Oger, C. (2010). Discours institutionnels. Perspectives pour les sciences de la communication. *Mots. Les langages du politique*, 3/2010(4), 91-96.

Le Cam, F. (2005). *L'identité du groupe des journalistes du Québec au défi d'Internet* (thèse de doctorat). Université Laval/Université de Rennes 1.

Le Cam, F. (2009). *Le journalisme imaginé. Histoire d'un projet professionnel au Québec*. Montréal, Québec : L'émeac.

Mico, J. L., Masip, P. et Domingo, D. (2013). To wish impossible things*: Convergence as a process of diffusion of innovations in an actor-network. *International Communication Gazette*, 75(1), 118-137. doi: 10.1177/1748048512461765

Oger, C. (2003). Communication et contrôle de la parole : de la clôture à la mise en scène de l'institution militaire. *Quaderni*, (52), 77-92.

Oger, C. (2005). L'analyse du discours institutionnel entre formations discursives et problématiques socio-anthropologiques. *Langage et société*, 2005/4(114), 113-128.

Oger, C. et Ollivier-Yaniv, C. (2003). Analyse du discours institutionnel et sociologie compréhensive : vers une anthropologie des discours institutionnels. *Mots. Les langages du politique*, (71), 125-144.

Oger, C. et Ollivier-Yaniv, C. (2006). Conjurer le désordre discursif. Les procédés de « lissage » dans la fabrication du discours institutionnel. *Mots. Les langages du politique*, (81), 63-77.

Rebillard, F. (2006). Du traitement de l'information à son retraitement. La publication de l'information journalistique sur l'Internet. *Réseaux*, 2006/3(137), 29-68.

Ringoot, R. et Utard, J.-M. (2005). Genres journalistiques et « dispersion » du journalisme. Dans R. Ringoot et J.-M. Utard (dir.), *Le journalisme en invention nouvelles pratiques, nouveaux acteurs* (p. 21-47). Rennes, France : Presses universitaires de Rennes.

Ruellan, D. (2011). *Nous, journalistes. Déontologie et identité*. Grenoble, France : Presses Universitaires de Grenoble.

Schmitz Weiss, A. et Domingo, D. (2010). Innovation processes in online newsrooms as actor-networks and communities of practice. *New Media & Society*, 12(7), 1156-1171. doi: 10.1177/1461444809360400

La légitimation des médias de service public à l'ère numérique

Francisco Rui Cádima
Professeur au Département de sciences de la communication
Université Nouvelle de Lisbonne
frcadima@fcsb.unl.pt

Résumé

L'histoire du service public de télévision en Europe est, en un certain sens, l'histoire de la victoire du marché sur la culture, avec des conséquences néfastes pour l'identité et la diversité européenne, mettant ainsi en danger la cohésion de la vieille Europe, ce que George Steiner considérait comme la crise de « l'idée de l'Europe ». Au moment où le service public de télévision migre vers le numérique, il est important d'inverser cette tendance, tout en replaçant les médias publics sur leur propre espace : celui de l'héritage culturel de la grande maison européenne.

Abstract

The history of public television service in Europe is, in a certain way, the story of the market's victory over culture, with adverse consequences on European identity and diversity, making the defense of old Europe's cohesion more unprotected, in what George Steiner defined as a crisis of the "idea of Europe". At a time where the public television is moving to digital, it is important to reverse this trend by repositioning the public media in its own space: that of the cultural heritage of the great European house.

Un des problèmes fondamentaux soulevés par le service public en ligne a été bien posé par Meike Ridinger (2009) :

Les activités en ligne des médias de service public, qui dépassent le cadre du simulcast, provoquent [...] régulièrement un débat avec les opérateurs de médias privés sur les possibilités et les limites juridiques des offres de service public dans les nouveaux médias (p. 3).

Il y a moins d'obstacles quand on pense aux nouveaux médias numériques de service public comme un mode de diffusion (*simulcast*), même s'il s'agit de plateformes, comme YouTube, que lorsque l'on parle d'offres commerciales. Nous nous trouvons face à la difficulté de différencier le commerce électronique de la mission de service public. En fait, si la tendance est à l'abandon progressif du marché publicitaire par les opérateurs publics de télévision (comme on a vu en France et en Espagne), il nous semble qu'il ne se justifie pas de continuer le débat sur l'intérêt général d'un modèle commercial des médias de service public (« public service media »; PSM) pour le . Un bon exemple de cette tendance sont le concept et les modèles du *Public Value Test* implémentés dans plusieurs pays européens (Capello *et al.*, 2015), qui proposent que les fonds publics contribuent notamment au renforcement de la mission d'un service public numérique innovateur (Burnley, 2016), et pas à l'implémentation de purs services commerciaux supportés par des appuis publics.

Il est aussi important de débattre sur l'ambiguïté du fondement de la compétence (non exclusive) de l'Union européenne (UE) en matière de réglementation de la radiodiffusion, entendue comme service d'intérêt économique général. Il y a, certes, non seulement « une compétence de type subsidiaire en matière de culture et, par conséquent, de radiodiffusion » (Ridinger, 2009, p. 4), mais aussi en matière d'économie et de marché intérieur, c'est-à-dire, aussi, en termes d'activités culturelles et, par conséquent, de concurrence. Ridinger (2009) accepte une « ambivalence de la radiodiffusion, qui est à la fois un bien économique et culturel » (p. 4) et ajoute que, selon le Traité de l'UE, les « dispositions en vigueur laissent une marge de manœuvre pour les activités de nature non économique, par exemple dans le cas d'aides de l'État à des fins culturelles » (p. 4) ... Or il y a dès lors une double ambiguïté : la « culture » surgit dans la réglementation européenne comme une espèce de Dr. Jekyll et Mr. Hyde. Le plus souvent, elle surgit comme activité économique soumise à la logique de la concurrence, mais dès qu'il est nécessaire, elle se présente aussi comme activité non économique... Ici, on arrive au « péché mortel » de la politique audiovisuelle européenne des années 1980, celui de l'ambivalence du modèle, ou de la traditionnelle « tension entre commerce et culture » (Bardoel et Lowe, 2007, p. 12), destiné, de notre point de vue, à cacher davantage l'option commerciale et concurrentielle de la grande majorité du système européen au long des dernières décennies, malgré l'appel constant du cadre légal européen pour que les opérateurs publics répondent aux besoins démocratiques, sociaux et culturels du public.

Paradoxalement, la technologie – et les audiences – montre progressivement, à l'UE et à ses politiques, que certaines erreurs ont été commises en matière d'ambiguïtés entre

culture et marché dans l'audiovisuel public au cours de ces 20 dernières années (Cádima, 2007). Or ce n'est pas un problème mineur, étant donné que l'on parle du troisième secteur le plus financé par l'UE. En fait, les médias de service public européens perçoivent chaque année des dizaines de milliards d'euros sous la forme de redevances ou par financement public direct, ce qui fait qu'ils se glissent en troisième place, après l'agriculture et les entreprises de transport, parmi les secteurs bénéficiaires de l'aide de l'État.

Le problème n'est pas la question de la définition de la frontière entre les différents niveaux de compétence de l'UE et celle des États membres. L'UE n'intervient d'ailleurs pas dans des domaines décisifs, notamment en matière de production et de diffusion de contenus d'origine européenne. Roberto Barzanti (2003), ex-vice-président du Parlement européen, a écrit à ce sujet :

Lorsque les chaînes remplissent leurs quotas, elles le font généralement avec des œuvres nationales et non avec des œuvres d'autres pays européens. De ce point de vue, on peut se demander si deux des objectifs principaux de 1989, la circulation européenne des œuvres et le renforcement de la production par la création d'un « second marché », ont bien été atteints (paragr. 9).

Il y a cependant un autre thème important en matière d'intervention réglementaire. C'est la question de la défense du pluralisme et de la diversité des opinions à travers des mécanismes. Bien qu'ils constituent des restrictions à la liberté des radiodiffuseurs, ils cherchent malgré tout à garantir le pluralisme (politique, culturelle, géographique). En fait, c'est vrai que « plus la mission est concrètement définie par l'État, plus on risque de voir les obligations qui en découlent en matière de conception des offres et des programmes interférer de façon illicite avec la liberté éditoriale des médias de service public » (Ridinger, 2009, p. 6). Toutefois, la préservation de l'indépendance et du pluralisme doit être une valeur garantie par le système médiatique, renforcé par les critères et les principes déontologiques et éthiques du journalisme.

Revenons sur le thème du service public médiatique en ligne. Selon la conception de la Commission, les services qui, comme les services d'information en ligne, ne constituent pas des « programmes » au sens traditionnel, peuvent également faire partie intégrante de la mission de service public, à condition qu'ils « servent les mêmes besoins démocratiques, sociaux et culturels de la société » (Ridinger, 2009, p. 6). En fait, il semble fondamental de légitimer les options et les contenus du service public et, dans ce cas concret, l'instrument de contrôle de la BBC (le *Public Value Test*, servant à l'évaluation de l'intérêt public). Pour apprécier la valeur des programmes de la BBC (« Quel intérêt présente le programme pour la collectivité? »), ce dernier instrument nous semble d'un intérêt certain. La décision même de la BBC Trust de permettre que les médias régionaux puissent investir dans l'Internet, en ayant la certitude que la BBC n'interviendra pas sur ce marché, a été un important signal et pourrait définir, dans ce domaine, l'encadrement de futurs développements.

En fait, la tendance générale, en tenant compte des cas français, irlandais, belge et anglais, semble aller dans une direction pertinente de respect pour les intérêts démocratiques, sociaux et culturels des sociétés. De plus, il apparaît clairement que la forme de la réglementation allemande explicite la question en proposant que la mission du service public soit limitée aux offres éditoriales reflétant la plus-value des organismes publics de radiodiffusion axée sur l'information, la formation et la culture, dans les différents domaines (les arts, les sciences, la pensée, le cinéma, la musique, etc.). Il est aussi important de reconnaître, comme l'ont fait les Allemands, l'accès « à la société de l'information à toutes les catégories de la population, [de] garantir aux minorités un accès adéquat aux services, [de] mettre les nouvelles offres numériques au service des citoyens » (Ridinger, 2009, p. 8).

Par contre, le projet d'intégrer des offres payantes dans la mission du service public médiatique mérite un débat. À travers la révision de la Communication de la Commission européenne (COM (2001/C 320/04), dorénavant, il n'y a pas lieu de

[c]onsidérer comme un service nouveau la diffusion simultanée d'un contenu déjà disponible sur une plateforme de diffusion (télévision ou radio) sur de nouvelles plateformes (Internet, appareils mobiles). Les offres payantes peuvent exceptionnellement être considérées comme partie intégrante de la mission de service public pour autant qu'elles se distinguent clairement des offres commerciales. En revanche, la fourniture de contenus premium selon le principe de paiement à la séance n'est pas considéré comme relevant de la mission de service public (Ridinger, 2009, p. 10).

C'est aussi intéressant de repenser le modèle classique du PSM, après avoir vérifié l'ensemble des décisions qui excluent de multiples contenus commerciaux du service public sur le web. En fait, dans le service public classique, notamment au Portugal, on ne se souvient pas de programmes dont les contenus contraires à la mission de service public ont été retirés de la grille de programmes par imposition du régulateur des médias... Pourtant, il y en a eu beaucoup... Certes, il est fondamental de savoir où se situe exactement l'intérêt général (*public value*) des contenus du PSM dans le système télévisuel, et aussi dans les nouveaux médias. Cela vient à l'encontre de la révision de la Communication de la Commission (2001/C 320/04). En d'autres mots, la réalisation d'un test visant à déterminer l'apport d'un service à l'intérêt général permet de vérifier sur une base approfondie, comme l'affirme Ridinger (2009), « si un nouveau service fait ou non partie intégrante de la mission de service public, s'il provoque ou non une distorsion de la concurrence et s'il bloque ou non l'accès au marché » (p. 11). Toutefois, il faudrait aussi penser la question au-delà des services et être tout autant exigeant en matière de qualité et de diversité des programmes des opérateurs publics. Ainsi, par exemple au Portugal, des rapports du régulateur (ERC) constatent que les pratiques de l'opérateur public portugais ne se distinguent pas clairement pas de celles des opérateurs privés. Autrement dit, il y a un mimétisme assez fort entre les chaînes privées et le service public qui ne repose dès lors plus sur le principe d'une programmation distincte. La situation s'est améliorée, mais il reste encore beaucoup à faire.

La question de la qualité est ici également une question essentielle, comme le reconnaît d'ailleurs Ridinger (2009) :

Tout d'abord, il faut considérer le respect des normes de qualité, car les exigences qualitatives au niveau national constituent la marque distinctive des services d'intérêt économique général dans le secteur de la radiodiffusion. [...] Le TPICE considère qu'il n'y a aucune raison de maintenir un mode de financement public lorsque les organismes publics de radiodiffusion ne respectent aucune norme particulière et opèrent sur le marché comme de quelconques prestataires, tels des radiodiffuseurs commerciaux (p. 9).

Médias de service public (PSM) et aides d'État

Il est vrai que le secteur de la radiodiffusion a subi de profondes mutations pendant ces dernières années et que les innovations technologiques et les transformations réglementaires ont modifié les marchés de la radiodiffusion et de l'audiovisuel. On peut dès lors comprendre que les contenus en ligne et d'autres nouveaux projets d'organismes publics de radiodiffusion financés par des fonds publics aient donné lieu à plusieurs plaintes des acteurs commerciaux. Toutefois, la question fondamentale est celle de savoir si l'ensemble de ces nouveaux services et contenus des opérateurs publics qualifient cette offre comme essentiellement destinée au « consommateur » (et non, au moins, comme « public » ou, mieux, « citoyen »), bien que le rapport de la Commission sur les aides d'État le revendique cinq fois en très peu de lignes. Quoi qu'il en soit, il s'agit d'un retour au questionnement des notions d'*audience* et de *public* :

La fourniture de services audiovisuels tend à converger, les consommateurs étant de plus en plus souvent en mesure soit d'accéder à plusieurs services via une seule plateforme ou un seul appareil, soit d'accéder à un service donné via une multitude de plateformes ou d'appareils. La diversité croissante des possibilités offertes aux consommateurs pour accéder au contenu multimédia a conduit à une multiplication des services audiovisuels et à une fragmentation de l'audience. Les nouvelles technologies ont permis d'améliorer la participation des consommateurs. Le modèle traditionnel de consommation passive a évolué progressivement vers une participation active et l'exercice d'un contrôle du contenu par les consommateurs (COM, 2009, paragr. 5).

Comme nous avons vu, le service public légitime son existence en se distinguant des opérateurs commerciaux, en affirmant l'objectif final de servir l'intérêt public, et les citoyens (notamment ceux qui ont un capital culturel ou économique moindre), plutôt que les consommateurs... Cela dit, il n'est pas de la compétence du service public d'imiter les chaînes commerciales, qui comptent déjà en Europe un marché de plusieurs milliers de chaînes privées. En ce qui concerne le rôle du service public de radiodiffusion, il est vrai que les garanties d'indépendance de la radiodiffusion revêtent une importance cruciale. L'histoire du service public portugais est l'histoire d'une forte dépendance, tout d'abord de la dictature (1957-1974) et, par la suite, du système

politique et du gouvernement. De ce point de vue, il n'est pas consensuel de reconnaître, comme le prétend le texte de la communication, que « la radiodiffusion est généralement perçue comme une source d'information fiable et représente la principale source d'information d'une partie non négligeable de la population » (COM, 2009, paragr. 10). Même les résultats des études (Eurobaromètre inclus) ne confirment pas cette évaluation de la « fiabilité » de l'information.

La Commission européenne reconnaît « [l']importance de la radiodiffusion de service public pour la vie sociale, démocratique et culturelle dans l'Union européenne » (COM, 2009, paragr. 12). Comme il est affirmé dans le texte, le service public de radiodiffusion doit « bénéficier des avancées technologiques », apporter « au public les avantages des nouveaux services audiovisuels et services d'information ainsi que des nouvelles technologies » et s'engager en faveur « “du développement et de la diversification des activités à l'ère du numérique” » (*ibid.*). Enfin,

« le service public de radiodiffusion doit être en mesure de continuer à proposer un large éventail de programmes, conformément à sa mission telle que définie par les États membres, afin de s'adresser à la société dans son ensemble; dans ce contexte, il est légitime que le service public de radiodiffusion s'efforce de toucher un large public ». (*ibid.*)

Revenons ici sur la question du « public » par rapport aux « audiences ». Pour être un peu plus précis : qu'est-ce que la Commission entend par « un large éventail de programmes » et aussi par « un large public »? L'expression « large éventail de programmes » renvoie-t-elle au mimétisme par rapport à l'offre des chaînes privées (comme il arrive fréquemment chez les opérateurs publics européens) ou, au contraire, à des programmes que se distinguent clairement de l'offre commerciale? Et qu'est-ce qu'un « large public »? Le document en portugais parle en « *amplas audiências* », ce qui est un peu différent, si on pense comme Daniel Dayan et José Carlos Abrantes (2006). Il y a, en effet, une différence entre les deux notions. Comme le dit Dayan, l'*audience* est « le *double obscur* du public » (Dayan et Abrantes, 2006, p. 14), et cela est tout un programme, si l'on tient compte que l'audimétrie est un pur système de marché soumis à la fameuse « dictature des audiences », auquel la mission du PSM ne peut pas se soumettre.

En ce qui concerne la définition de la mission de service public, d'après le document de la Commission, « la description de la mission de service public devrait être suffisamment précise pour permettre un contrôle effectif de son respect par les autorités des États membres » (COM, 2001, paragr. 39). Dans l'autre communication citée, il est aussi écrit que les activités faisant partie de la mission de service public doivent être clairement définies. Se pose ici la question de ce que l'on entend par les notions d'« activité » et de « programme » (COM, 2009). Le document de la Commission nous dit seulement, tout en invoquant le protocole d'Amsterdam, que « le service public est chargé de fournir une programmation étendue et une offre équilibrée » (paragr. 47), ce qui, d'ailleurs, serait « conforme à l'objectif d'assurer la satisfaction des besoins démocratiques sociaux et culturels de la société et de garantir le pluralisme, y compris

la diversité culturelle et linguistique » (*ibid.*). Le mandat et les compétences de service public restent ainsi trop vagues. La confirmation de notre doute apparaît explicitée dans le paragraphe 48 (COM, 2009), dans lequel il est mentionné que le rôle de la Commission se limite à « contrôler » s'il y a, ou non, « erreur manifeste », c'est-à-dire s'il y a ou non des « activités » qui ne peuvent pas être considérées comme faisant partie intégrante de la mission de service public :

il y aurait erreur manifeste dans la définition de la mission de service public si celle-ci comprenait des activités dont on ne pourrait pas raisonnablement considérer qu'elles satisfont – pour reprendre les termes du protocole d'Amsterdam – les « besoins démocratiques, sociaux et culturels de chaque société » [...]. Une erreur manifeste pourrait en outre se produire si les aides d'État étaient utilisées pour financer des activités qui n'apportent aucune valeur ajoutée en termes de satisfaction des besoins sociaux, démocratiques et culturels de la société.

Dans la communication en question, il est constamment question du Traité de la CE (2002), article 86, paragraphe 2, dans lequel il est écrit que « les entreprises chargées de la gestion de services d'intérêt économique général [...] sont soumises aux règles du présent traité, notamment aux règles de concurrence », sans discuter du caractère non commercial par excellence d'un service public de médias, sans discuter de la question de savoir si ce modèle-ci s'applique dans un contexte qui se développe progressivement vers un système non commercial et de plus en plus éloigné du marché publicitaire (par ex. les cas français et espagnol).

Paradoxalement, on trouve aussi une perspective qui conduit à un triple, voire à un quadruple, financement, non prévu par la Commission, celui de la publicité, des souscriptions, mais aussi des fonds publics directs, en plus de la redevance... Nous défendons la compétence accrue de la part des régulateurs sectoriels spécifiques des médias (et moins aux régulateurs de la concurrence économique, comme il arrive au moins au Portugal) ainsi que de diverses composantes de la société (conseils consultatifs, ombudsman, associations de téléspectateurs, chercheurs, etc.) en ce qui concerne l'appréciation du respect des normes qualitatives définies pour les opérateurs publics et du respect de leur mission de service public, de la qualité et de la diversité des programmes ainsi que de leurs activités.

En fait, nous pensons qu'il y a un vieux malentendu, un paradoxe même (voire la vieille dualité de la radiodiffusion publique entre « culture » et « marché »), en ce qui concerne la définition de sa mission. De notre point de vue, aujourd'hui, dans un marché hypersegmenté qui se caractérise par des offres multiples, l'existence d'opérateurs publics dans un système de concurrence est moins justifiable. Alors, s'il y a – comme on le constate facilement – un nouveau modèle audiovisuel tout à fait différent de la période de monopole d'État, si, aujourd'hui, on compte des milliers de chaînes en Europe et s'il y a en plus le développement du numérique, la tendance des médias du système public doit aller dans le sens de la réduction et de la densification qualitative de ses contenus, et non pas dans le sens contraire. La présence du service public sur les

nouvelles plateformes de distribution doit être bien discutée dans l'espace public, doit satisfaire des besoins démocratiques, sociaux et culturels de la société et jamais mettre en question sa légitimité en introduisant des effets disproportionnés sur le marché, qui ne sont pas nécessaires à l'accomplissement de la mission de service public.

Ainsi, même la présence du service public dans le système de « pay TV » est hautement discutable, et cela de différents points de vue : du point de vue de l'universalité, du point de vue de l'égalité, du point de vue de la cohésion nationale. Tout cela est d'ailleurs prévu dans la Constitution portugaise, mais aussi dans la Loi sur la Télévision portugaise. La Commission nous dit ainsi que

[s]i, traditionnellement, les services de radiodiffusion publics sont en accès libre (« free-to-air »), la Commission considère que la présence d'un élément de rémunération directe dans ces services (bien qu'ayant une incidence sur l'accès par les téléspectateurs) ne signifie pas nécessairement que ceux-ci ne relèvent manifestement pas de la mission de service public, pour autant que l'élément payant ne porte pas atteinte au caractère distinctif du service public, qui est de répondre aux besoins sociaux, démocratiques et culturels des citoyens, ce qui le distingue des activités purement commerciales (COM, 2009, parag. 83).

Conclusion

Enfin, concluons notre propos par quelques considérations finales en vue de poursuivre la réflexion. Il faut être très attentif aux distorsions de la concurrence dès qu'on trouve dans le PSM une espèce de mimétisme face aux radiodiffuseurs commerciaux. Et, logiquement, il importe de faire attention aux activités développées au sein du service public, qui ne relèvent pas de ses missions.

D'un autre côté, les services d'information en ligne servent les besoins démocratiques, sociaux et culturels de la société, mais nous pensons qu'il faut porter notre attention sur le cas allemand, où la mission de service public est axée sur l'information, la formation et la culture, dans ses différents domaines (les arts, les sciences, la pensée, le cinéma, la musique). De plus, il nous semble fondamental que toutes les chaînes de service public des États membres prennent surtout en considération l'héritage culturel européen et l'idée d'Europe. Étant donné l'état actuel de la perte de valeurs et de références européennes dans les télévisions publiques du vieux continent, comment le PSM peut-il contribuer à l'approfondissement de la consolidation du projet européen?

À notre avis, il est important, d'avoir une intervention plus claire de la part de l'Union européenne, assurant à la fois une définition plus approfondie de la mission de service public, un appui à la production et à la diffusion de contenus d'origine européenne, la monitorisation de l'indépendance des opérateurs et des régulateurs, l'adéquation des principes établis pour le PSM, en ligne, avec ceux du service public traditionnel et la réflexion sur les notions d'*audience*, de *public*, de *citoyens* et de *consommateurs*.

Sur le thème des nouveaux publics dans le contexte du web, considéré comme un média participatif, et à propos du concept de *public value*, il importe de clairement approfondir le débat sur le nouveau rôle sur les destinataires effectifs du PSM, c'est-à-dire de penser la notion de *public value* du service public centré sur la consolidation du projet européen, fondée sur la cohésion sociale, la diversité culturelle et aussi sur une forte expérience démocratique de la citoyenneté.

Sur la migration vers le numérique : la redéfinition de la mission du PSM dans ce domaine – sur les « ambiants » web – devrait être accompagnée d'un renforcement des exigences face au modèle classique de radiodiffusion, notamment en matière de qualité et de quantité des contenus d'origine européenne. Pour finir, il nous semble que le *public service media*, à l'ère numérique, doit être pensé d'une façon plus proche d'un service public universel, ouvert, complémentaire de l'offre commerciale, alternatif au *mainstream*, plus que d'un service public à des fins commerciales et en concurrence directe avec les opérateurs privés, comme cela se produit généralement en Europe.

Références

Bardoel, J. et Lowe, G. F. (dir.) (2007). *From Public Service Broadcasting to Public Service Media*. Gotenburg, Suède : Nordicom.

Barzanti, R. (2003). Les défis de la transparence dans le secteur audiovisuel. *Conseil de l'Europe*. Repéré à http://www.coe.int/t/f/com/dossiers/evenements/2003-01-Audiovisuel/Contribution_Barzanti.asp#TopOfPage

Batz, J.-C. (2005). *L'Audiovisuel européen : un enjeu de civilisation*. Paris, France : Séguier.

Burnley, R. (2016). PSM Remit Principles for the Digital Media Age. *EBU*. Repéré à https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/EBU-Legal-Focus-Remit_EN.pdf

Cádima, F. R. (2007). *A Crise do Audiovisual Europeu – 20 anos de políticas europeias em análise*. Lisbonne, Portugal : Media XXI.

Cádima, F. R. (2010). La legitimación de los medios publicos en la era digital. *TELOS – Cuadernos de Comunicación y Innovación*, 83, 13-22.

Cádima, F. R. (2016). Da TV pública europeia à 'alienação' da Ideia de Europa. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 39(2), 39-47.

Cádima, F. R. (2016a). O Public Service Media, a RTP e os Desafios da Era Digital. *Mediapolis*, (2), 63-71. doi: http://dx.doi.org/10.14195/2183-6019_2_5

Capello, M. *et al.* (2015). Online activities of public service media: Remit and financing. *IRIS Special Report*. Strasbourg, France : European Audiovisual Observatory.

COM (2001). Communication de la Commission concernant l'application aux services publics de radiodiffusion des règles relatives aux aides d'État (Journal officiel n° C 320 du 15/11/2001). Repéré à [http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=CELEX:52001XC1115\(01\)](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=CELEX:52001XC1115(01))

COM (2009). Communication de la Commission concernant l'application aux services publics de radiodiffusion des règles relatives aux aides d'État (2009/C 257/01). Repéré à [http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:52009XC1027\(01\)&from=FR](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:52009XC1027(01)&from=FR)

Dayan, D. et Abrantes, J. C. (dir.) (2006). *Televisão: das Audiências aos Públicos*. Lisbonne, Portugal : Livros Horizonte.

Iosifides, P. (2010). *Reinventing Public Service Communication: European Broadcasters and Beyond*. Londres, Royaume-Uni : Palgrave Macmillan.

Jay, A. (2008), *How to save the BBC*. Londres, Royaume-Uni : Center for Policy Studies.

Lowe, G. et Martin, F. (2014). *The Value of Public Service Media*. Gotenburg, Suède : Nordicom.

Moe, H. (2008). Public Service Media Online? Regulating Public Broadcasters. *Internet Services: A Comparative Analysis*. *Television & New Media*, 9(3), 220-238.

Portugal. (2007) *Loi de la Télévision portugaise* (n° 27/2007 du 30 juillet). Repéré à <http://www.wipo.int/wipolex/fr/details.jsp?id=7984>

Regourd, S. (2008). *Vers la fin de la télévision publique?*. Toulouse, France : Éditions de l'Attribut.

Ridinger, M. (2009). *La mission de service public et les nouveaux médias, IRIS plus*. Strasbourg, France : Observatoire européen de l'audiovisuel.

Steiner, G. (2005). *A Ideia de Europa*. Lisbonne, Portugal : Gradiva.

Traité CE (2002). Traité instituant la Communauté européenne (version consolidée 2002). *Journal officiel des Communautés européennes*, C 325/33, 24.12.2002. Repéré à <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=CELEX%3A12002E%2FTXT>

Médias localisés et mobilités partagées, création et activation dans trois dispositifs artistiques contemporains

Bernard Guelton
Professeur du Département d'arts plastiques et sciences de l'art
Université Panthéon-Sorbonne Paris 1
UMR ACTE CNRS 8218
bernard.guelton@archifiction.net

Résumé

Un nombre croissant de dispositifs artistiques, ludiques et fictionnels utilisent comme fondements la mobilité des personnes et leurs interactions par l'intermédiaire d'interfaces numériques. Dans ce contexte, les notions de *médias situés* et de *mobilités partagées* constituent deux déterminations essentielles qui sont complémentaires. Trois exemples de pratiques artistiques qui profitent de ces bouleversements très importants dans notre approche de la culture et des médias sont ici présentés.

Abstract

A growing number of artistic, playful and fictional devices are based on users' mobility and on their interaction via digital interfaces. In this context, the notions of *situated media* and *shared mobility* are two complementary key points. Three examples of artistic practices that benefit from these very important substantial transformations in our cultural approach are presented here.

La mobilité des personnes, des informations, des objets, des réseaux et, consécutivement, des œuvres artistiques contemporaines évolue très rapidement¹. Les façons de concevoir et de vivre l'espace-temps et les rapports sociaux sont profondément et constamment modifiés (voir Vincent-Geslin et Ravalet, 2015). Dans ce contexte, les mobilités partagées deviennent particulièrement significatives et reçoivent une attention de plus en plus importante². Je propose d'aborder et de resserrer une première approche de ces mobilités partagées à partir d'une deuxième approche d'un développement très significatif de nos nouveaux rapports à l'espace et à la communauté qui sont les médias situés. Par la même occasion, je montrerai comment les médias situés sont au cœur du développement des mobilités partagées.

Médias situés

L'approche la plus générale de la notion de *médias situés* pourrait se résumer sous cette forme lapidaire : « *Locative media is to bring context to information* » (Tuters, 2012). Plus précisément, cette première définition devrait être complétée par celle-ci : « *We use the term situated media to refer to multimedia and hypermedia that are embedded in the user's surroundings*³ » (Guyen, Freiner et Oda, 2006). On pourra apprécier, à travers ces deux niveaux d'approche, une sorte d'histoire contemporaine des médias : 1) celle où, dans la diffusion traditionnelle de l'information de type mass média (radio, télévision), il est fait appel à un « correspondant » qui témoigne sur place d'un événement; 2) dans le contexte d'un changement fondamental, celle où l'information multimédia ou hypermédia est incorporée et intégrée dans l'environnement du sujet. Dans ce contexte, les participants sont successivement ou simultanément

¹ Il s'agit d'une évolution accélérée qui se développe au moins à trois niveaux : celui des médias, celui des conceptions de l'œuvre d'art et celui des couplages avec certaines avancées technologiques. Ainsi, du point de vue des médias, aux médias traditionnels se sont ajoutés les pratiques de l'installation, des environnements multi-sensoriels, les pratiques en ligne et en réseaux. Du point de vue de la conception de l'œuvre d'art, à la dématérialisation de l'œuvre s'est ajoutée la perte de l'original (dans le domaine des arts visuels), la mise en question puis la disparition de l'auteur, l'œuvre participative et collaborative, le nomadisme, la mobilité. Du point de vue des couplages avec les technologies, aux transferts analogique-numérique, aux ressources logicielles se sont entre autres ajoutés les manipulations du vivant, du bio-art et du nano-art. C'est autant de domaines où les œuvres artistiques évoluent à grande vitesse depuis la fin des années soixante en Europe et aux États-Unis. Aucun ouvrage ne témoigne de l'ensemble de ces transformations. Permettez-moi ici de faire référence à certains ouvrages : pour la question des dispositifs artistiques, *Dispositifs artistiques et interactions situées*, aux Presses universitaires de Rennes (PUR), en 2016 (sous ma direction); pour la seule question des environnements multi-sensoriels, on pourra consulter *Figures de l'immersion*, aux PUR en 2014; un site riche en ressources pourra également être indiqué pour les liens et les évolutions de l'art contemporain avec les technologies, soit Leonardo, <https://www.leonardo.info/>, ou une liste très active pour les couplages arts-sciences-technologies à yasmin_announcements@estia.media.uoa.gr, ou encore, à Montréal, le site d'Hexagram, <http://hexagram.uqam.ca/>.

² Voir, par exemple, l'importance d'une communauté scientifique qui a pour objet d'étude les mobilités, comme *Cosmobilities Network : Sharing Mobillities : New perspectives for societies on the move?* (<http://www.cosmobilities.net/>).

³ On utilisera volontairement de façon indifférente les termes anglo-saxons de *locative media* et de *situated media* pour l'expression française de « médias situés ».

récepteurs et émetteurs d'une information qui acquiert sa signification en fonction du lieu où elle est produite.

La forme la plus ancienne de mobilité partagée, constitutive du développement humain est très certainement la marche à plusieurs. On peut s'apercevoir qu'elle reste un mode très important dans nos expériences actuelles de la mobilité partagée. Il est également remarquable qu'avant même le développement des médias situés dans le contexte artistique, *Marcher-crée*⁴ a constitué un paradigme pour la création et la performance. Or, dans ce contexte, la mobilité expérimentée par l'artiste constitue plutôt une expérience individuelle qu'une expérience collective qui nécessite par la suite une documentation pour la partager.

Mobilités partagées

La situation est radicalement nouvelle lorsque la partition entre l'action de l'artiste et la documentation qui permet d'en rendre compte après coup pour un spectateur disparaît. Il ne s'agit plus d'un artiste et d'un spectateur, mais d'autant d'acteurs partageant un même espace-temps. De plus, l'utilisation de médias situés permet de faire de l'environnement propre à chacun un environnement commun, ouvert, redéfinissable et ré-actualisable en termes d'espaces physiques et virtuels. En tenant compte de ces différentes considérations, on propose de définir les « mobilités partagées » sous leurs aspects contemporains comme différentes formes de déplacements combinés, physiques et/ou virtuels, entre plusieurs personnes, dans un espace continu ou discontinu⁵.

Un nombre croissant de dispositifs artistiques, ludiques et fictionnels utilise comme fondements la mobilité des personnes et leurs interactions par l'intermédiaire d'interfaces numériques (Guelton, 2016, 2017). Dans ce contexte, on peut distinguer les dispositifs artistiques et ludiques « fixes » (installations, expositions) qui sollicitent la mobilité et les actions du sujet pour les activer et les dispositifs artistiques et ludiques « nomades » qui se déploient à l'échelle urbaine dans un territoire qui n'est que partiellement configuré. En effet, dans les jeux urbains, les jeux en réalités alternées ou les *Location-Based Mobile Games* (LBMGs) (de Souza e Silva et Sutko, 2009) l'espace dans lequel évoluent les joueurs ne possède pas de limites fixes déterminées à l'avance, mais va dépendre de la situation spatiale des joueurs, de leurs interactions, du scénario envisagé et des caractéristiques propres de l'espace urbain parcouru.

⁴ Pour reprendre le titre d'un ouvrage célèbre de Thierry Davila *Marcher-Créer* (2007), aux Éditions du regard.

⁵ La distance physique, géographique entre les sujets n'implique pas nécessairement de discontinuités, alors que l'accès, la connectivité et le passage d'un support perceptif à un autre peut être discontinu.

Dispositifs fixes ou embarqués : opérativité et performativité

Ces derniers dispositifs, pour lesquels la mobilité est constitutive, ont comme but d'être « opérables » et « reconfigurables ». L'opérativité, ou le « caractère d'une action ou série d'actions organisées en vue d'atteindre un but donné » (Guelton, 2016, quatrième de couverture), se concentre sur l'utilisateur. Plutôt que la simple mise en scène ou mise en situation du dispositif artistique pour un spectateur, il s'agit désormais, dans un nombre important de situations artistiques contemporaines, de les rendre opérables pour un participant. Celui-ci, à travers ses actions, sa participation, son implication « performe », exécute, accomplit, joue le dispositif (Bianchini, 2012). En ce sens, un principe de performativité régit également de façon conséquente un grand nombre de dispositifs dans les pratiques contemporaines.

Questions

Fort de l'ébauche de ce contexte associant médias situés et mobilités partagées, opérativité et performativité dans les pratiques artistiques, on esquissera plusieurs questions : comment circonscrire et mieux définir les médias situés et les mobilités partagées ? Comment les mobilités partagées sont-elles permises et activées par les médias situés ? Comment certaines pratiques artistiques se sont-elles emparées des médias situés au sein des mobilités partagées pour de nouveaux usages créatifs ? Mais peut-être faut-il se demander avant tout en quoi le terme de *numérique* est concerné par ces nouvelles pratiques ?

Seuils et démultiplications du « numérique »

Si le « tout numérique » relève très certainement de l'ordre du discours dans notre société contemporaine, il apparaît sans doute utile d'en rappeler une sorte de généalogie technique. Je vais d'abord tenter une représentation intuitive un peu brouillonne, que je compléterai ensuite par un deuxième schéma plus technique. Le premier schéma s'intitule « Seuils et démultiplication du numérique » et le second, « Transferts analogico-numériques, convergence des interfaces et accélération du transport ».

Dans le premier schéma (Figure 1), j'ai situé huit moments, comme autant de seuils et de démultiplications dans le développement du « numérique » : étapes de la numérisation du signal, du calcul, des conversions, interconnexions, transferts, convergence, vitesse et instantanéité. Chacune de ces étapes s'ajoute à la suivante, en en démultiplie les possibilités, et relève d'une histoire technique qui lui est propre, par exemple que l'on prenne l'histoire longue et complexe de la numérisation du signal analogique et des différentes étapes de conversions analogiques-numériques (Hardy, 2009).

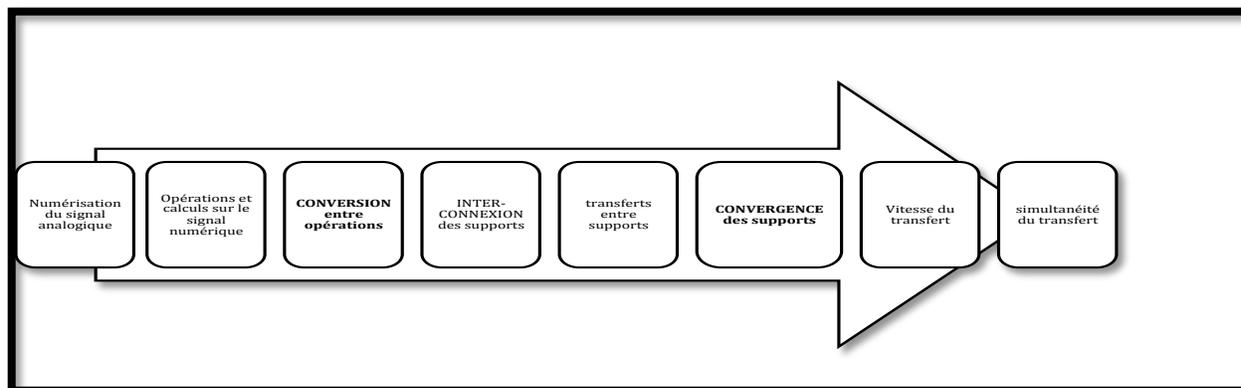


Figure 1. Seuils et démultiplication du numérique

La multiplicité des conversions que permettent les étapes de numérisation et de calcul me semble une des caractéristiques fondamentales du « numérique ». Il s'agit donc, dans ce schéma, de différents seuils et de démultiplications successives. Dans le cadre des interrelations entre médias situés et mobilités partagées, les trois derniers moments repérés dans ce schéma sont particulièrement déterminants, et il faudrait leur ajouter une autre étape encore plus fondamentale, qui est celle de la géolocalisation. Il conviendrait également de prendre en compte d'autres caractéristiques accompagnant ces mutations, comme la portabilité des appareils, qui rend possible les usages embarqués et permet à chacun de se faire à la fois récepteur et émetteur d'informations.

Il convient ensuite de compléter et de corriger ce premier schéma intuitif par un deuxième⁶, ci-dessus (Figure 2), qui organise de façon plus technique et cohérente l'ensemble des opérations qui aboutissent à la convergence des interfaces, des supports et des réseaux avec l'accélération du transport. Ce sont ces opérations qui permettent notamment la combinaison des médias situés et des mobilités partagées.

⁶ Ce deuxième schéma fait suite à une communication personnelle avec Christian Jacquemin, chercheur en informatique au LIMSI (<https://perso.limsi.fr/jacquemi/>).

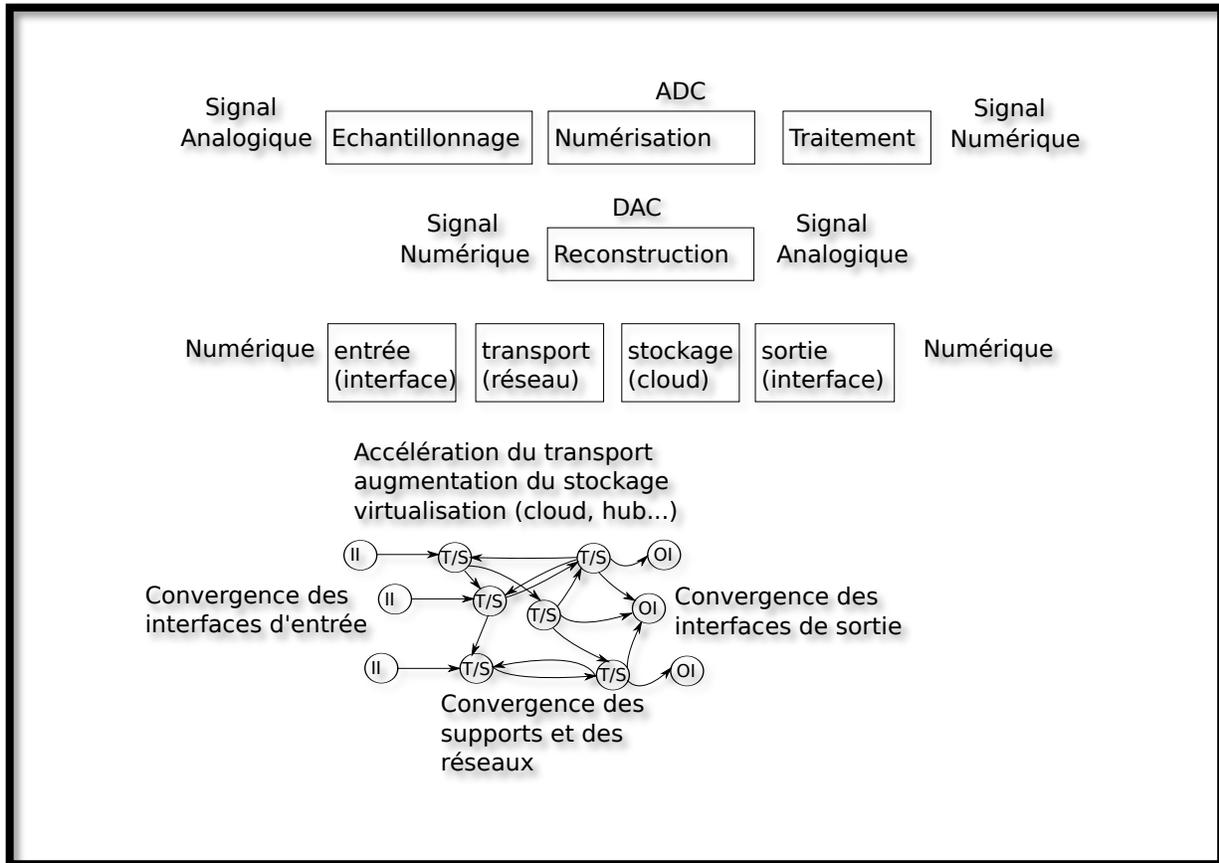


Figure 2. Transferts analogico-numériques, convergences des interfaces et accélération du transport (ADC : Analog-Digital Converteur; DAC : Digital-Analog Converter; II : Input Interface; OI : Output Interface; T/S : Transfert/Stockage)

Comment circonscrire et mieux définir les médias situés et les mobilités partagés?

Plusieurs régimes et niveaux peuvent être repérés. Sur le plan des médias situés :

- formes visuelles, sonores, autonomes ou combinées;
- référentiels externes et internes;
- outils, applications, contextes, vitesse, traçabilité;
- formes physiques, virtuelles, fictionnelles.

Sur le plan des mobilités partagées :

- formes contributives, participatives, collaboratives;
- activation, spatialisation, transformation, hybridation;
- cognitions situées, étendues, distribuées, partagées.

Comment certaines pratiques artistiques se sont-elles emparées des médias situés au sein des mobilités partagés pour de nouveaux usages créatifs?

J'examinerai très brièvement trois exemples : le « Remote Paris » du groupe d'artistes Rimini Protokoll, à travers l'expérimentation d'une série de tests d'interfaces pour la création d'une ville hybride à la fois physique et virtuelle résultant de l'association de deux villes (Hupareel); le « Paris-Rio », qui constitue la création d'une carte partagée simultanée avec émission et récupération de photographies géolocalisées; et le « Paris-Shanghai », soit la découverte par guidage réciproque du centre de la ville virtuelle et fictionnelle d'Hupareel qui résulte de l'hybridation des deux villes physiques distantes.

« Remote Paris »

Dans « Remote-Paris », réalisé durant l'été 2015, le groupe d'artistes Rimini Protokoll propose une déambulation dans trois arrondissements parisiens à une quarantaine de personnes munies d'écouteurs. Au fur et à mesure des lieux parcourus, une cinquantaine d'instructions, d'actions et de commentaires, délivrés simultanément, sont proposés aux participants. La succession des événements corrélés à un parcours dans la ville peut prendre rétrospectivement l'aspect d'un récit pour les protagonistes. Pourtant, durant la performance, aucune histoire n'est explicitement racontée, si ce n'est sous la forme de microrécits accompagnant un lieu ou une action.

Le parcours a duré deux heures entre un départ au cimetière du Père-Lachaise et une arrivée dans le centre du parti communiste construit par Oscar Niemeyer. En échange d'une carte d'identité, les participants reçoivent un casque d'écoute ou utilisent leur propre matériel. La distribution d'un mini-plan leur permet de situer le point de départ de la performance. Plusieurs éléments peuvent être convoqués pour documenter cette œuvre performative et collaborative : un parcours urbain, une série de lieux identifiés, les actions proposées et les commentaires audio délivrés au long du parcours qui sont de deux ordres, soit 1) les considérations sur l'environnement et 2) les considérations sur les réactions individuelles ou collectives au long du parcours.

Une fois le démarrage engagé, il est demandé à chacun d'explorer les alentours sans trop s'éloigner du point d'écoute. Il s'agit de choisir une tombe, d'imaginer les personnes liées à celle-ci, etc., de prendre conscience de notre propre éphémérité. Le commentaire développe cet aspect contingent de la vie et notre situation personnelle par rapport à celle-ci. La voix s'identifie comme un personnage s'appelant Untel, mais son identité masculine ou féminine basculera prochainement en une autre identité. Ce faisant, celle-ci annonce progressivement son identité transgenre, transpersonnelle et « trans-temporelle ». Il s'agit d'une voix omnisciente. Le commentaire développe à la fois des considérations sur l'environnement, nous demande d'y prêter attention, tout en indiquant qu'elle souhaite que nous puissions accéder à une situation « trans-contingente » et « trans-temporelle ».

Les éléments essentiels à retenir à travers cette expérience sont de trois ordres : 1) le média situé est ici de nature sonore; 2) les instructions sont délivrées en fonction des

lieux parcourus; 3) la mobilité est essentiellement celle du groupe appelé « la horde », qui se déplace au fur et à mesure des instructions. Si des échanges sont toujours possibles entre les membres de la horde, il n'y a aucun retour entre « la voix » et les protagonistes.

« *Paris-Rio* »

Dans ce deuxième exemple, réalisé avec ORBE⁷, les protagonistes sont séparés en deux groupes : un groupe à Rio et un groupe à Paris. En profitant de la superposition sur un serveur commun de deux quartiers des deux villes distantes, les participants construisent une carte partagée. Celle-ci est constituée des tracés et de l'emplacement des photographies géolocalisées. Elle permet à chacun (ou par groupes) de voir à la fois son propre tracé en train de se faire et celui des autres marcheurs. L'application permet également de « poster » des photographies prises pendant l'évolution du trajet ou d'afficher les photographies émises dans la ville distante en atteignant les différents cercles de géolocalisation des photographies. À titre d'illustration, la vidéo présentée ci-après permet de restituer la progression des différents parcours et l'émission/de la réception des photographies : <https://vimeo.com/142309729>.

« *Paris-Shanghai* »

Plusieurs tests d'interactions ont été réalisés entre Paris et Shanghai, également avec le concours d'ORBE. Celui que je souhaite documenter ne dispose pas de documentation vidéo, mais seulement d'un extrait des instructions audio délivrées aux participants : <https://vimeo.com/126418630>. Dans cette expérience, il s'agit également d'hybrider les espaces distants, mais aussi les univers physiques, virtuels et fictionnels. Ainsi, l'accomplissement des suites d'instructions et des échanges entre les participants permet d'atteindre le centre de la ville virtuelle et fictionnelle d'Hupareel, qui est en même temps un lieu physique dans la ville de Shanghai ou dans celle de Paris. Ces instructions sont délivrées simultanément, mais sont néanmoins modulées de trois façons importantes : les particularités de chaque environnement urbain conditionnent directement la possibilité pour chacun d'accomplir ces instructions. Atteindre un passage piéton, un jardin public, etc., ne peut se réaliser qu'en fonction des données et des aléas locaux. Alternativement, le guidage dans la ville se fait en suivant les instructions données par le protagoniste distant. Les indications de direction doivent également être demandées à des passants locaux.

Conclusion

À travers la présentation très succincte de ces trois exemples, on peut retenir certaines caractéristiques en ce qui concerne l'intrication des médias situés et des mobilités partagées.

⁷ Voir le site <http://orbe.mobi/> et la contribution de Xavier Boissarie.

Dans le cas de « Remote Paris », il s'agit d'un média exclusivement sonore qui délivre des instructions au fur et à mesure des lieux parcourus. Le retour sur la mobilité du groupe est programmé à l'avance, mais sollicite un retour réflexif. Il s'agit d'une voix omnisciente sans interaction possible avec celle-ci. Dans le deuxième exemple, Paris-Rio, il s'agit de construire un espace commun en associant simultanément les tracés et les photographies distantes. Enfin, dans Paris-Shanghai, il s'agit d'appréhender une troisième ville hybride, virtuelle et fictionnelle résultant de l'association d'un guidage réciproque entre deux quartiers physiques distants.

Ces nouvelles intrications entre médias situés et mobilités partagées entraînent une série de bouleversements dans le contexte des pratiques artistiques contemporaines et donc, plus généralement, en ce qui concerne les « métamorphoses numériques de la culture et des médias » :

- franchissement de l'espace physique;
- hybridation des espaces distants;
- polyvalence et hybridations des perceptions et des médias;
- co-construction et reconfiguration de l'espace par les individus;
- configuration et reconfiguration des échanges et des communautés;
- régime de l'instantanéité combiné à celui de la temporalité locale;
- régime de la connectivité et consécutivement de la dé-connectivité;
- régime combiné du virtuel, du fictionnel et du réel.

Ces bouleversements fondamentaux dans la perception de l'espace et des interactions entre individus résultent de la démultiplication des étapes de conversions, de convergences et de transmissions du signal numérique. Il s'agit de nouvelles formes de création, d'activation et d'appropriation au sein des médias situés et des mobilités partagées par des communautés certes restreintes mais engagées.

Les groupes d'artistes Blast Theory et Rimini Protokoll forment de bons exemples de cet engagement, qui peut prendre des formes diversifiées. Pour l'expérience décrite ici avec Rimini Protokoll (« Remote Paris »), il s'agit de s'interroger sur le regard et les conditionnements liés à l'espace urbain, à ses lieux et à ses institutions (le cimetière, le métro, l'hôpital, l'église, le quartier chinois, la prostitution...). Il s'agit également de s'interroger sur la construction d'une identité collective (la horde) en contraste avec l'identité anonyme de l'espace urbain et, consécutivement, avec la capacité à agir et à se représenter comme groupe⁸. Plus généralement, ce sont nos représentations individuelles ou collectives (et leurs conflits), mais aussi nos rapports à la « machine omniprésente » dans nos sociétés, celle qui délivre automatiquement des instructions, son identité, son caractère omniscient.

Dans le cas de Blast Theory, qui s'est focalisé très tôt sur l'usage du téléphone portable reconfigurant espace privé et espace public⁹, son usage déterminant chez les sans-

⁸ À travers des actions comme danser collectivement sur une place publique, lever les bras dans une rame de métro...

⁹ Voir *Can you see me now?* : <http://www.blasttheory.co.uk/projects/can-you-see-me-now/>.

abris, l'engagement politique peut prendre aussi la forme d'une mise à l'épreuve. Ainsi, lors de leur intervention performée à la cinquante-troisième biennale de Venise, il s'agit, pour les participants, de choisir d'agir comme Ulrike Meinhof ou Eamon Collins¹⁰, entre l'engagement du groupe de la fraction armée rouge ou celui de l'IRA. Dans « A Machine to see with¹¹ », il s'agit de rencontrer des partenaires et de s'associer pour cambrioler une banque. Ce sont bien la mobilité des protagonistes, la géolocalisation en temps réel de leurs parcours urbains, mais aussi la géolocalisation des médias interactifs utilisés qui autorisent ces nouvelles expérimentations. Ce sont l'accélération des conversions numériques, mais aussi la portabilité des appareils qui rendent possibles des usages embarqués. Ils permettent à chacun de se faire à la fois récepteur et émetteur d'informations, dans des espaces à la fois distants et hybrides, en modifiant ainsi profondément le cadre de notre environnement social et culturel.

Références

Bianchini, S., (2012). La performance. Quand faire, c'est dire. Dans J.-P. Fourmentraux (dir.), *L'Ère post-média. arts, humanités digitales et cultures numériques* (p. 137-162). Paris, France : Hermann.

Cosmobilities Network (s.d.). *Sharing Mobillities: New perspectives for societies on the move?*. Repéré à <http://www.cosmobilities.net/2016/06/16/sharing-mobilities-new-perspectives-for-societies-on-the-move/>

Davila, T. (2007). *Marcher-Créer*. Paris, France : Éditions du regard.

De Souza E Silva, A. et Sutko, D. M. (2009). *Digital Cityscapes, Merging Digital & Urban Playspaces*. New York, NY : Peter Lang.

Guelton, B. (2016). (dir.) *Dispositifs artistiques et interactions situées*. Rennes, France : Presses universitaires de Rennes.

Guelton, B. (2017). (dir.) *Digital Interfaces in Situation of Mobility: Cognitive, Artistic and Game Devices*. Chicago, IL : Common Ground Publishing.

Güven, S., Freiner, S. et Oda, O. (2006, octobre). Mobile Augmented Reality Interaction Techniques for Authoring Situated Media On-Site. Dans *Proceedings IEEE and ACM ISMAR 2006* (p. 235-236), Santa Barbara, CA.

¹⁰ Voir Ulrike And Eamon Compliant : <http://www.blasttheory.co.uk/projects/ulrike-and-eamon-compliant/>. « Commissioned by the De La Warr Pavilion for the Venice Biennale Ulrike And Eamon Compliant places each participant at the centre of a world of bank robbings, assassinations and betrayals. Assume the role of Ulrike or Eamon and make a walk through the city while receiving phone calls. The project is based on real world events and is an explicit engagement with political questions. What are our obligations to act on our political beliefs? And what are the consequences of taking those actions? »

¹¹ Voir : <http://www.blasttheory.co.uk/projects/a-machine-to-see-with/>.

Hardy, D. (2009). Télécommunications : la révolution numérique. *Encyclopédie Universalis* (version 9).

Tuters, M. (2012). From mannerist situationism to situated media. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 18(3), 267-282. doi: 10.1177/1354856512441149

Vincent-Geslin, S. et Ravalet, E. (2015) La mobilité dans tous ses états. Représentations, imaginaires et pratiques. Introduction du dossier. *SociologieS*. Repéré à <http://sociologies.revues.org/5134>

Troisième partie

Industries culturelles : un virage numérique

Révolution numérique et industries culturelles : la fin d'un cycle d'innovations?

Philippe Chantepie
Inspecteur général, ministère de la Culture et de la Communication
Professeur, École Polytechnique Telecom Paris-Tech
Chaire « Innovation et régulation des services numériques »
philippe.chantepie@culture.gouv.fr

Résumé

Cet article résume l'analyse de la nature et des effets pour les industries culturelles d'un cycle schumpétérien : la révolution numérique, ainsi qu'on la désigne, s'observe depuis quinze ans dans de nombreux domaines (économie, gestion, droit de la concurrence, propriété intellectuelle). Ces effets reposent sur des mutations techniques de longues périodes (infrastructure) qui modifient la nature économique des biens culturels. Ils ont transformé l'organisation industrielle de la culture : la fonction de distribution. Des « médias de masse communautaires interactifs » émergent, comme le modèle économique omniprésent des marchés bifaces qui bénéficient d'effets de réseau. Ce modèle a pu intégrer le comportement social à travers les *Big data*, cruciales pour le marketing contemporain. L'ensemble du système institutionnel est ainsi fracturé, comme l'illustre l'émergence du concept d'*industries créatives*; il a remplacé celui d'*industries culturelles*. Cette mutation est remarquable dans l'industrie des jeux vidéo, qui devient un modèle. Cependant, l'adaptation des régulations n'est pas encore terminée. Plusieurs questions restent ouvertes, en particulier en ce qui concerne la durabilité de la nouvelle économie du contenu.

Abstract

This article summarizes the nature and the effects for cultural industries of the schumpeterian wave: the digital revolution, as it is designated, which, for the last fifteen years, as impacted numerous disciplines (economics, management, competition law or IPR). These effects rest on technical mutations of long periods of time (infrastructure) that modified the economic nature of cultural goods. They transformed the industrial organization of the culture, the function of distribution, the emerging "community and interactive mass media" with, as a pervasive economic model, the two-sided market that benefit of network effects. This model was able to include social behaviour through the Big data, crucial for contemporary marketing. The whole institutional system is thus shattered, as illustrated by the emergence of the concept of *creative industries*; it has replaced that of *cultural industries*. This change is notable in the video game industry, which is becoming a model. But the adaptation of the regulations has not yet been completed. Several questions remain open, in particular concerning the sustainability of the new economy of content.

Dresser une synthèse de vingt années d'une mutation technologique des contenus culturels et médiatiques, de son économie et des régulations est une gageure. Le faire à partir de travaux commencés depuis les années 2000 le facilite à travers une mise en perspective de recherches qui associent plusieurs disciplines : l'économie du numérique et des contenus culturels et médiatiques, les droits de la communication, de la propriété intellectuelle et de la concurrence, de l'information et de la communication. D'autres disciplines devraient être requises en supplément : la sociologie des pratiques et de l'innovation, les sciences de gestion, la science politique, l'histoire des techniques, etc. Cette mise en perspective prend plus de sens si elle est scandée chronologiquement, car les hypothèses et les intuitions, des mises en relations pluridisciplinaires en sont la source, à des moments singuliers, souvent avant que la réalité ne leur donne une certaine consistance.

C'est l'intérêt original de la Chaire « Innovation et régulation des services numériques¹ » de permettre de combiner ces approches et de mettre en débat les questionnements ouverts entre plusieurs disciplines (économie des réseaux et des contenus, gestion, régulations), puisque ce texte, issu de notre communication, répond à une double demande : une mise en perspective des recherches; un état des lieux des travaux en cours². Il est prématuré d'engager un travail rétrospectif sur la révolution numérique, encore que la discipline historique a commencé à s'y pencher. Cependant, des éléments s'agrègent pour considérer que la « révolution numérique », qui désigne, par facilité, un cycle schumpétérien de croissance liée à des innovations de rupture, est peut-être en voie de s'achever pour laisser place à d'autres mutations par l'intelligence artificielle, les nanotechnologies, la biotechnologie et leurs zones de recoupement. Il ne s'agit pas de dire que des effets multiples du numérique n'auront pas lieu, mais de mesurer dans un domaine (culture et médias), qui est souvent devancier, que le cycle s'accomplit et qu'un nouvel équilibre commence à émerger.

Si l'on veut ordonner la double demande à laquelle préside ce texte, on peut requérir deux concepts marxistes (infrastructure/superstructure), non par parti pris, mais par souci de synthèse, afin de rendre compte du cycle. C'est bien d'une analyse économique-technique dont il s'agit et qui crée l'infrastructure d'une mutation industrielle engagée au moment où se forment des grappes d'innovation (1); c'est, ensuite et parallèlement, que le système juridico-institutionnel qui structurait un ordre ancien (les industries culturelles, des réseaux, des conditions d'accès aux contenus culturels) connaît une mutation (2); et que, à présent, la mise en place de nouvelles formes de régulation et de modèles économiques, dont la soutenabilité devra être confirmée, soit à l'œuvre, témoigne de l'adaptation de la superstructure à la nouvelle infrastructure (3).

¹ Chaire « Innovation et régulation des services numériques », École Polytechnique – Telecom ParisTech – Orange.

² Cette demande explique évidemment que l'essentiel des notes de bas de page renvoie à des ouvrages, des articles et des conférences personnelles. Le lecteur voudra bien excuser l'auteur de cette contrainte qui répond au souhait de disposer d'une mise en perspective de plusieurs années de recherches qui ont pris la forme d'ouvrages, d'articles et de conférences auxquels renvoie cette communication sur la question des industries culturelles et de communication confrontées au numérique d'un point de vue économique et de régulations.

Une révolution techno-économique

La révolution numérique peut s'analyser à rebours assez aisément comme la rencontre problématique de deux économies : d'une part, l'économie des réseaux numériques, avec ses dynamiques propres mises en lumière durant les années 1980; d'autre part, celle du capital, qui caractérise les industries culturelles et médiatiques. Ce sont des industries de prototypes, de concurrence monopolistique entre biens d'expérience protégés par des droits de propriété intellectuelle, où la valeur ajoutée se répartie entre contributeurs à la création et investisseurs et qui maximisent autant que possible l'exploitation des biens à travers le *versioning* de celles-ci (Shapiro et Varian, 1998; Varian, 1997).

Une révolution économique attribuable à la technologie

Le basculement des industries culturelles dans l'environnement numérique modifie partiellement la structure de leur fonction de production. Il affecte surtout la fonction de distribution des contenus et la capacité des modes d'exploitation à garantir leur rentabilité. Il transforme les caractéristiques économiques des biens (rivalité/non-rivalité; excluabilité/non excluabilité [Samuelson, 1954]) et l'efficacité des droits de propriété littéraire et artistique qui peut être défendue (Arrow, 1962; Landes, 1982; Landes et Posner, 1989) ou bien plus contestée (Hurt et Schuchman, 1965; Palmer, 1989). Pareils effets procèdent d'une révolution qui s'est concentrée sur les maillons de l'intermédiation et de la distribution des contenus informationnels, dont les biens culturels, c'est-à-dire l'« infomédiation » (Hagel et Singer, 2000). En effet, il est essentiel à l'équilibre traditionnel du secteur de maîtriser au mieux la distribution, à défaut l'information sur les contenus, pour réduire les risques d'investissements, car la valeur des biens culturels glisse des biens eux-mêmes à l'information sur ceux-ci. Avec le numérique, les goulets d'étranglement (Girard, 1978) cessent d'être localisés sur le segment de la distribution pour se déplacer du côté de l'information sur ces biens et, ainsi, sur les capacités d'attention du ou des publics ou communautés sollicités dans une situation d'hyper-offre. Le numérique a induit des modèles économiques fondés sur la disparition du prix de bien unique. L'économie fondée sur la vente d'exemplaires ne peut qu'être en perte de vitesse face à des biens dématérialisés. Hors support physique numérique de stockage (CD, DVD), les modèles de ventes unitaires s'effritent au profit de modèles d'abonnement, d'accès illimité ou d'audience gratuite, même si des stratégies d'exclusivité peuvent subsister sur l'exemple de la télévision payante.

Un modèle économique émergent : les médias de masse communautaires interactifs

Depuis un certain temps, et en plus du modèle classique de distribution physique et à la croisée des modèles d'accès et des modèles d'audience, un modèle qu'on a désigné de « médias de masse communautaires et interactifs » (MMCI) émerge. Ce modèle hybride et articule l'ensemble des modes d'appropriabilité de revenus (Chantepie et Le Diberder, 2005). Dans ce modèle, il est possible de combiner les utilités différenciées propres aux différentes structures de réseaux (qualité de contenus, échange de

contenus, contribution des utilisateurs aux contenus). On peut s'appuyer sur les effets, en partie seulement vérifiés, de la « longue traîne » (Anderson, 2004, 2006; Brynjolsson, Hu et Smith, 2003, 2006), effets qui ont été contestés ou précisés (Benghozi, 2008; Benghozi et Benhamou, 2010; Bourreau, Maillard et Moreau, 2015; Bourreau et Senellart, 2011; Elberse, 2008). En effet, le numérique assure, par la disponibilité des titres, une plus grande diversité d'appariements entre offre et demande et une vitalité des niches, mais induit une concentration de l'offre mise en lumière. Stratégique, cette fonction, largement numérisée, d'infomédiation produit par elle-même un modèle de nouvelle économie des biens culturels.

L'analyse de l'évolution des modèles économiques de contenus dans une ère d'abondance et d'hyper-choix vers celui de MMCI s'est trouvée confortée par des travaux économiques engagés dans le domaine de l'économie numérique. En commun de ces deux approches, la notion d'accès (Chantepie, 2006a), qu'il s'agisse des industries culturelles comme des télécommunications (Chantepie, 2015a), y est centrale. Elle permet d'articuler la rencontre entre l'économie des réseaux, certains modèles de l'économie des contenus (télévision payante, économie du jeu vidéo sur console, etc.) avec les dynamiques de l'économie des réseaux (externalités de réseaux, compatibilité, interopérabilité, etc.) (Economides, 1996; Katz et Shapiro, 1985, 1986, 1994; Rohlfs, 1974), du moins en interrogeant le système des régulations mis en cause par cette rencontre : les régulations sectorielles des contenus, la concurrence, les droits de propriété intellectuelle (Chantepie, 2015b).

Une approche théorique féconde : les marchés bifaces

Les apports théoriques concernant les plateformes numériques, par la notion de *marché biface* (*two-sided markets*) sont particulièrement féconds pour analyser l'émergence des modèles économiques de contenus (Armstrong, 2006; Rochet et Tirole, 2003). Ces plateformes sont devenues le centre de stratégies industrielles, notamment du Web 2.0. Elles peuvent s'analyser par les marchés bifaces ou multifaces (*multi-sided markets*) et les stratégies de prix associées, l'intégration des consommateurs, ainsi qu'aux technologies mobilisées. Ce modèle d'organisation d'interactions entre les versants de marché s'applique à un très grand nombre de secteurs des industries de contenus (télévision, presse, distributeurs de musique, de cinéma, de jeux vidéo). La valeur de la plateforme résulte de sa capacité à jouer des dynamiques d'offre et de demande entre les catégories et les effets de réseaux qui les caractérisent dans le domaine des médias et de la culture, en particulier avec le développement d'acteurs numériques (Evans, 2003; Evans, Hagiu et Schmalensee, 2008).

Les plateformes numériques s'appuient en effet sur des externalités de réseaux de communautés d'utilisateurs-contributeurs, de développeurs, etc., capables d'enrichir l'offre initiale présente sur celle-ci. De fait, de Google à Amazon en passant par Apple ou les consoles de jeux, les nouveaux entrants dans la distribution de contenus s'appuient sur des modèles de cette nature dans leurs stratégies de concurrence. Celles-ci peuvent jouer du caractère plus ou moins ouvert de la plateforme pour

maximiser les interactions à travers des formats de logiciels non propriétaires. Ces acteurs mettent alors à disposition les outils de programmation nécessaires (*application program interfaces*) et des logiques d'interopérabilité pour démultiplier l'offre à moindre coût et intégrer davantage les utilisateurs dans des univers liés à un système d'exploitation, un ensemble de services, une base enrichie de contenus ou d'informations sur les contenus. C'est ainsi, que les nouveaux entrants de la distribution (Amazon) et de l'intermédiation (Google), etc., ont pu mettre en doute des acteurs jugés durablement installés (Microsoft, Sony) sur les nouveaux marchés de la communication, y compris les réseaux sociaux (Facebook), et qu'ils modifient le périmètre de la concurrence (téléphonie fixe et mobile).

La « logicialisation » des comportements culturels

L'hybridation des économies de contenus et du numérique est opérée sur fond technologique à travers un appareillage logiciel qui s'est étendu aux comportements.

L'instrumentum économique et social des plateformes

La recherche suppose d'analyser l'*instrumentum* renouvelé des formes d'accès aux biens culturels et des systèmes de distribution. La domination du modèle de plateformes que constituent les médias de masse communautaires interactifs peut en effet se comprendre à travers la « logicialisation » des systèmes de distribution dans l'économie industrielle (Evans, Hagiú et Schmalensee, 2008). Elle se traduit par des technologies précises qui assurent le déplacement de la valeur du côté de l'information sur les biens culturels plus que sur les biens culturels eux-mêmes, à travers les moteurs de recherche (Chantepie, 2007a) et la « logicialisation » de l'intermédiation entre offre et demande (Chantepie, 2007c), par les technologies dites « du Web 2.0 » au cœur desquelles les propriétés intellectuelles (droit d'auteur, droit du logiciel, droit des marques, brevets) renouvellent en profondeur ses fonctions, ses frontières et ses hiérarchies (Chantepie, 2007b).

Ce qui est central tient aux conditions d'articulation entre l'économie des réseaux numériques et l'économie traditionnelle des contenus, en particulier en ce qui concerne le segment de la promotion (Beuscart et Mellet, 2012), un lien qui s'opère par la sociologie des réseaux et un terrain formé par le marketing numérique (Chantepie, 2008a). L'enjeu concerne l'analyse des ressorts économiques et techniques de « l'économie de l'attention » (Simon, 1971) qui connaît, avec le numérique, de véritables regains récents (Boullier 2013; Citton 2014; Davenport et Beck, 2001; Goldhaber, 1997; Kessous et Mellet, Zouinar, 2010), qui s'étendent des industries de la culture à l'économie de la culture (Chantepie, 2009), y compris pour des établissements culturels non numériques, à l'instar des musées à travers les marques culturelles.

Dans l'environnement numérique des contenus, ces plateformes fondent leur développement sur les usagers et la valeur qu'ils peuvent leur apporter. Les actifs les plus centraux sont les logiciels qui « logicialisent » le bouche-à-oreille et l'accumulation

des prescriptions, soit une économie réputationnelle (Gensollen, 2004; Lefebvre, 2005), où le bouche-à-oreille est nécessaire pour les biens d'expérience (Chevalier et Mayzlin, 2006; Dellarocas, 2003). L'élément central de la prescription pour l'intermédiation des biens culturels constitue une hybridation des modèles des industries numériques et culturelles.

Le lieu opératoire : le marketing numérique comportemental

Ces stratégies se sont développées dans le domaine de la publicité en ligne, nouveau segment des marchés publicitaires classiques, mais aussi à travers de nouveaux modes de financement de contenus culturels. Sur ce segment, le cœur de l'économie numérique des contenus est bien celui de l'économie de l'attention. Les technologies algorithmiques permettent fondamentalement une réduction des coûts d'appariement entre offre et demande (Bakos, 1997). Du point de vue de l'organisation industrielle, elles se fondent sur la création de bases de données personnelles constitutives des requêtes des consommateurs, de leurs recommandations, de leurs parcours, etc., et, dès lors, des éléments constitutifs d'un profilage nécessaire en termes d'efficacité publicitaire.

De même, les contributions sont de nouvelles ressources de contenus, mais constituent un élément parmi d'autres de la dynamique de déploiement des plateformes à travers les réseaux sociaux. Ces facteurs nouveaux d'offre qu'internalisent les plateformes, sont, parmi d'autres éléments comme la géolocalisation, les déterminants de développement du ciblage marketing et du marketing comportemental qui assurent de nouvelles synthèses par où refonder l'économie de la culture à l'ère du numérique. Chaque fois, la robustesse de ces modèles tient à la capacité des plateformes à internaliser des externalités, à valoriser des ressources. Ce qu'internalisent les nouveaux modèles dans la création de valeurs relève de la consommation. Ce que mettent à jour les stratégies nouvelles est la place centrale occupée par le consommateur, qui devient lui-même une plateforme en quelque sorte, dont le comportement, les choix, les goûts et les préférences, les recherches, etc., sont à la fois une ressource des plateformes numériques de contenus, mais aussi un mode de déploiement personnel sur les réseaux socionumériques (Allard et Vandenberghe, 2003; Cardon, 2012, 2015). De ce point de vue, les industries culturelles opèrent une mutation peut-être plus profonde que celle qu'opèrent la piraterie et la déstabilisation des réseaux de distribution bientôt perçus pour ce qu'ils sont : des symptômes d'une première série d'effets de la révolution numérique. Or la connaissance, le suivi, l'analyse, le contrôle, l'utilisation des comportements des utilisateurs, qu'ils soient abordés du côté de la consommation ou de la création de contenus ou d'informations, deviennent plus structurellement de nouveaux ressorts du financement des biens culturels. Ils jouent déjà un rôle majeur, car ils constituent le facteur le plus dynamique du nouvel ensemble sectoriel : la maîtrise de l'information sur les consommateurs. Il s'agit d'une révolution culturelle, car, à une économie centralisée d'offre de contenus, se substitue une économie des usages mutualisés à travers une économie de l'information de la consommation culturelle, devenue la culture de l'économie numérique de la culture.

L'adaptation juridico-institutionnelle

Parallèlement à la révolution numérique, on observe une modification profonde du périmètre des industries culturelles, du moins de leur désignation. En effet, au concept d'industries culturelles issu notamment de l'École de Francfort et d'une tradition française (Miège, 1995, 1997, 2007), s'est progressivement substituée une désignation répondant à une idéologie nouvelle, celle des *creative industries*, portée par les mutations numériques et la difficulté à l'appréhender, mais favorable à l'intégration des industries culturelles dans une acception plus large et conduisant à ne plus guère lui reconnaître de spécificités d'ordre industriel, éliminant dès lors toutes les formes de régulations singulières.

Les creative industries, nouveau paradigme statistique?

La notion de *creative industries*, introduite au début des années 2000 (Caves 2000; Throsby, 2001), s'est imposée sinon dans les disciplines économiques et de sciences de l'information et de la communication, du moins au sein des institutions publiques, nationales comme internationales.

Cette transformation a été repérée en particulier dans l'évolution des travaux statistiques menés à l'échelle internationale par l'UNESCO et au sein de l'Union européenne, particulièrement à travers l'*Essnet Culture*, chargé de définir un cadre statistique de la culture (Deroin, 2011). Si ce dernier travail n'a pas participé à la domination progressive de la notion de *creative industries*, en raison de la comparaison et de la généalogie de cette notion, celle-ci a continué de prospérer malgré les critiques adressées à sa généalogie ou son utilité conceptuelle (Bouquillion, 2012; Bouquillion, Miège et Moeglin, 2013; Chantepie, 2008b; Georges, 2012; Tremblay, 2008). En effet, cette mutation idéologique de la culture et des médias n'aurait sans doute pas connu un tel succès sans la déstabilisation et le renouveau que le numérique opérait dans l'ordre économique, déstabilisation analysée sur le plan national et sur le plan européen (Chantepie, 2014, 2016b). À cette évolution, souvent biaisée dès lors qu'elle fait l'objet d'une analyse statistique (Chantepie et Benhamou, 2016), correspond une mutation de la valeur du côté des actifs immatériels.

Pareilles transformations de l'écosystème de la culture et des médias ont évidemment bouleversé ou mis en cause le cadre juridique et institutionnel de l'économie de la culture et des médias par l'apparition et la concentration des problématiques des industries culturelles autour des plateformes numériques et de leurs régulations possibles (Chantepie, 2007d).

L'adaptation résistante de la propriété intellectuelle

Au sein des questions concernant la régulation, celle de la propriété intellectuelle est essentielle, car elle forme la superstructure juridique de l'écosystème des industries culturelles antérieurement à l'émergence du numérique. Celui-ci ne peut que

bouleverser assez fortement le système institutionnel (Paris, 1999). Cette question centrale pour la préservation de l'ordre ancien a été la plus et la mieux appropriée par l'opinion publique, du moins de la part de consommateurs bénéficiant de la dématérialisation des contenus et du bouleversement des modèles économiques d'appropriabilité des revenus, c'est-à-dire d'organisations de remontées de rémunérations au titre des droits de propriété intellectuelle qui ne sont pas fondées sur une logique de droit exclusif appliqué à des exemplaires, soit des licences légales (Liebowitz, 1985, 1986).

C'est pourquoi la copie privée numérique et la contrefaçon ont été, avec le *fair use*, parmi les sujets les plus débattus de la dernière décennie (Chantepie, 2003a), car elles sont au cœur de la mutation des modèles économiques numériques (Chantepie, 2004a). Et le point nodal du débat ne pouvait porter que sur la gestion des droits numériques (Chantepie, 2004b) et sur les *Digital Rights Managements* (DRM), puisque ceux-ci consistent précisément à « logicialiser » la propriété intellectuelle en déplaçant le centre de gravité du pouvoir assis sur le capital de droits vers les opérateurs de distribution des œuvres, c'est-à-dire les nouveaux entrants du numérique. D'autres questions connexes, comme celle de l'allongement de la durée des droits, ont pour fonction d'exacerber l'enjeu d'un point de vue temporel et non de celui de l'accès (Chantepie, 2003b).

La « logicialisation » de la propriété intellectuelle a été en effet l'occasion d'examiner la source historique et juridique du droit de propriété intellectuelle. Elle ouvre une question essentielle, à savoir celle de l'adaptation entre plusieurs couches : celle des technologies numériques, celle des droits fondés sur de précédentes technologies, celle des usages, celle des modèles économiques; le déplacement de chacune des couches s'opérant à des rythmes différents dans un cycle d'innovation schumpetérien. À ce titre, les DRMs constituent un objet de recherches éclairant, car ils convoquent l'ensemble de ces couches juridiques (Chantepie 2006b; 2007e).

Un déplacement de l'enjeu des régulations éclairé par le secteur du jeu vidéo

Numérique par nature, le dernier venu des secteurs des industries culturelles apparaît alors comme l'un des plus pertinents à étudier alors que sa part créative est essentielle (Benghozi et Chantepie, 2017; Le Diberder et Le Diberder, 2002). L'organisation de la filière caractérisée par une domination de l'aval (les consoles) y a modifié la situation des acteurs (industriels, créatifs) et le système concurrentiel. Le système productif est sensiblement orienté vers l'innovation dont il dépend à travers les technologies. Précurseur, le secteur du jeu vidéo connaît paradoxalement sa révolution numérique postérieurement avec la dématérialisation de la distribution, propice à l'invention de nouveaux modèles d'affaires (Benghozi et Chantepie, 2017). Ce secteur, dénué de propriété littéraire et artistique au profit des créateurs, présente des caractéristiques qui peuvent *a contrario* apparaître plus nettes vis-à-vis de secteurs traditionnels (Chantepie, 2010, 2016a). Les jeux vidéo disposent d'une place particulière du point de vue des technologies et forment aussi un terrain fécond des nouveaux usages culturels (Chantepie, 2009). Ce secteur aux caractéristiques économiques singulières, voire

contraires à celles des industries culturelles et médiatiques classiques, révèle les limites des régulations, d'autant qu'il est le premier qui a été majeur dans l'émergence du modèle des plateformes numériques, même s'il est désormais comme débordé par la dématérialisation et la domination de l'économie des applications.

La régulation de ces plateformes est complexe et désormais engagée, comme la question de la régulation de l'économie de l'attention pour la poursuite des objectifs inchangés de pluralisme de l'information et de diversité culturelle. C'est que, juridiquement, les définitions de plateformes sont délicates à formuler. Deux définitions sont à l'œuvre :

Stricto sensu, les plateformes sont des espaces numériques de mise en contact entre offre et demande sur un marché spécifique. De manière plus large, la plateforme peut désigner un écosystème complet de services d'accès intégrés pour les utilisateurs regroupant à la fois un moteur de recherche, un *store* ou une place d'API (« *Application Programming Interface* ») elle-même parfois qualifiée de plateforme, ainsi que l'accès à des réseaux sociaux (Conseil national du numérique, 2014, p. 55-56).

Cette expression désigne usuellement les sites qui permettent à des tiers de proposer des contenus, des services ou des biens ou qui donnent accès à de tels contenus : magasins d'applications, sites de partage de contenus, places de marché, moteurs de recherche... (Conseil d'État, 2014, p. 21.)

Cette pluralité de définitions ouvre un champ juridique où il est question de loyauté, de neutralité, de marchés, etc. L'enjeu est de mesurer si ce nouvel appareillage juridique est de nature à appréhender des aspects plus techniques ou économiques (externalités de réseau, API, données) et des objectifs distincts : concurrence, innovation, pluralisme, diversité. Les plateformes numériques relèvent d'une multitude de régulations et impliquent une interrégulation dont le soubassement intellectuel commun est encore absent.

Conclusion

Au terme de cette rétrospective synthétique, il apparaît que l'ensemble des strates (technologiques, économiques, juridiques) forme un nouvel équilibre. La question de la fin du cycle paraît désormais pouvoir se poser. Il conviendrait de le vérifier dans des secteurs des industries culturelles (la musique, le cinéma, par exemple), mais aussi dans des domaines où les objectifs institutionnels n'auraient pas dû être modifiés par une révolution technique (le service public culturel et médiatique, par exemple). Chaque fois, l'un des enjeux de recherche peut consister à analyser les dynamiques et les vecteurs à l'œuvre entre chacune de ces strates.

Références

- Allard, L. et Vandenberghe, F. (2003). Express yourself! Les pages perso : entre légitimation technopolitique de l'individualisme expressif et authenticité réflexive *peer to peer*. *Réseaux*, 117(1), 191-219.
- Anderson, C. (2004). The Long Tail. *Wired Magazine*, 12(10), 170-177.
- Anderson, C. (2006). *The Long Tail*. Londres, Royaume-Uni : Random House.
- Armstrong, M. (2006). Competition in two-sided markets. *Rand Journal of Economics*, 37(3), 668-691.
- Arrow, K. J., (1962). Economic Welfare and the Allocation of Resources for Invention. Dans National Bureau of Economic Research (dir.), *The Rate and Direction of Inventive Activity: Economie and Social Factors* (p. 609-626). Princeton, NJ : Princeton University Press.
- Bakos, Y. J. (1997). Reducing Buyer Search Costs: Implications for Electronic Market-Places. *Management Science*, 43(12), 1676-1692.
- Benghozi, P.-J. et Chantepie, P. (2017, à paraître). *Économie des jeux vidéo, industrie culturelle pervasive*. Ministère de la Culture, Département des études, de la prospective et de statistiques.
- Benghozi, P. J. et Benhamou, F. (2010). The Long Tail: Myth or Reality?. *International Journal of Art Management*, 12(3), 43-53.
- Benghozi, P.-J. (dir.) (2008). *Effet longue traîne ou effet podium : une analyse empirique des ventes de produits culturels en France*. *Culture Prospective 2008-1*. Paris, France : DEPS, Ministère de la Culture et de la Communication.
- Beuscart, J. S. et Mellet, K. (2012). *Promouvoir les œuvres culturelles. Usages et efficacité de la publicité dans les filières culturelles*. Paris, France : DEPS, Ministère de la Culture et de la Communication.
- Boullier, D. (2013). L'attention : un bien rare en quête de mesure. *Sciences de la société*, (87), 128-145.
- Bouquillion, P. (dir.) (2012). *Creative Economy, Creative Industries : des notions à traduire*. Saint-Denis, France : Presses universitaires de Vincennes.
- Bouquillion, P., Miège, B. et Moeglin, P. (2013). *L'industrialisation des biens symboliques : les industries créatives en regard des industries culturelles*. Grenoble, France : Presses universitaires de Grenoble.

Bourreau, M., Moreau, F. et Senellart, P. (2011). *La diversité culturelle dans l'industrie de la musique enregistrée en France (2003-2008)*. Paris, France : DEPS, Ministère de la Culture et de la Communication.

Bourreau, M., Maillard, S. et Moreau, F. (2015). Une analyse économique du phénomène de la longue traîne dans les industries culturelles. *Revue française d'économie*, 30(2), 179-216.

Brynjolsson, E., Hu, Y. J. et Smith, M. D. (2003). Consumer surplus in the digital economy: Estimating the value of increased product variety at online booksellers. *Management Science*, 49(11), 1580-1596.

Brynjolsson, E., Hu, Y. J. et Smith, M. D. (2006). From niches to riches: Anatomy of the long tail. *MIT Sloan Management Review*. Repéré à <http://sloanreview.mit.edu/article/from-niches-to-riches-anatomy-of-the-long-tail/>

Cardon, D. (2012). Montrer/Regarder. L'économie de la visibilité sur les réseaux sociaux d'Internet. Dans J. Marquet et C. Janssen (dir.), *Lien social et Internet dans l'espace privé* (p. 21-50). Paris, France : Academia/L'Harmattan.

Cardon, D. (2015). *À quoi rêvent les algorithmes. Nos vies à l'heure des big data*. Paris, France : Le Seuil.

Caves, R. E. (2000). *Creative Industries, Contracts between Art and Commerce*. Cambridge, MA : Harvard University Press.

Chantepie, P. (2003a). *Moyens de lutter contre la contrefaçon numérique*. Paris, France : La documentation française.

Chantepie, P. (2003b). *Allongement de la durée des droits voisins : impacts économiques et juridiques*. Paris, France : La Documentation française.

Chantepie, P. (2004a). *Économie des modèles de distribution des contenus numériques : DRMS et/ou P2P*. Paris, France : IGAC/La Documentation française.

Chantepie, P. (2004b). *Technologie et enjeux juridiques d'un guichet unique de gestion numérique des droits*. Paris, France : IGAC.

Chantepie, P. (2006a). Contrôler l'accès. Entre stratégies industrielles et régulations publiques. *Esprit*, 5, 169-178.

Chantepie, P. (2006b). Le dilemme numérique sous l'éclairage de l'analyse économique. *Propriétés Intellectuelles*, avril(19), 136-146.

Chantepie, P. (2007a). D'une économie de recherche d'informations à une économie de plateforme informationnelle. Dans A. Stowell (dir.), *Google et les nouveaux services en ligne : impact sur l'économie du contenu et questions de propriété intellectuelle*. Bruxelles, Belgique : Édition Bruylant.

Chantepie, P. (2007b). Éléments d'économie du « Web 2.0 » : interfaces, bases de données, plateformes. *Propriétés Intellectuelles*, juillet(24), 285-290.

Chantepie, P. (2007c). *Logicialisation du droit d'auteur : de la propriété à l'interopérabilité*. Cycle de conférences de la Cour de cassation/Droits de propriété intellectuelle : approches juridiques et économique, Lamy.

Chantepie, P. (2007d). L'accès : convergence des régulations des plates-formes numériques?. Dans X. Greffe (dir.), *Création et diversité au miroir des industries. Actes des Journées d'économie culturelle* (p. 373-411). Paris, France : DEPS, Ministère de la Culture.

Chantepie, P. (2007e). *Le droit d'auteur à l'épreuve des nouvelles technologies*. Cycle Cour de Cassation, Lamy.

Chantepie, P. (2008a). Culture web. Dans X. Greffe et N. Sonnac (dir.), *L'utilisateur comme plateforme : l'économie du marketing en ligne* (p. 495-511). Paris, France : Dalloz.

Chantepie, P. (2008b). Capitaux immatériels : centre de gravité de la future économie de la culture?. *Economia della Cultura*, (4), 499-510.

Chantepie, P., (2009). Web 2.0, économies de l'attention : l'insaisissable internaute – hypertexte. *Esprit*, mars-avril(3), 107-127.

Chantepie, P. (2010). Économie de la musique numérique en France : crise et crises. *Les cahiers de l'ARCEP*, (2), 31.

Chantepie, P. (2014). *Creative industries*, HEC Montréal, été.

Chantepie, P. (dir.) (2015a). The Regulation of Digital Platforms. *Communication & Strategies*.

Chantepie, P. (2015b). Droits des plates-formes numériques. *Concurrences*, (4).

Chantepie, P. (2016a). *Marques culturelles et communication numérique des musées*. Paris, France : Dalloz.

Chantepie, P. (2016b). Cultural industries. *Economia della Cultura*, (3), 445-456.

Chantepie, P. et Benhamou, F. (2016). Culture et économie, chiffres et cryptes. *Bulletin des Bibliothèques de France*, (8), 8-18.

Chantepie, P. et Le Diberder, A. (2005). *Révolution numérique et industries culturelles*. Paris, France : La Découverte.

Chevalier, J. A. et Mayzlin, D. (2006). The Effect of Word of Mouth on Sales: Online Book Reviews. *Journal of Marketing Research*, 43(3), 345-354.

Citton, Y. (2014). *Pour une écologie de l'attention*. Paris, France : Éditions du Seuil.

Conseil d'État (2014). *Le numérique et les droits fondamentaux*. Paris, France : La Documentation française.

Conseil national du numérique (2014). Neutralité des plateformes. Réunir les conditions d'un environnement numérique ouvert et soutenable. Paris, France : CNN.

Davenport, T. et Beck, J. (2001). *The Attention Economy*. Boston, MA : Harvard Business Publishing.

Dellarocas, C. (2003). The digitization of word of mouth: Promise and challenges of online feedback mechanisms. *Management science*, 49(10), 1407-1424.

Deroin, V. (2011). *Approche statistique européenne de la culture : synthèse des travaux européens ESSnet-Culture, 2009-2011*. Paris, France : Département des études, de la prospective et des statistiques.

Economides, N. (1996). The Economics of networks. *International Journal of Industrial Organization*, 14(6), 673-699

Elberse, A. (2013). *Blockbusters: Hit-making, Risk-taking, and the Big Business of Entertainment*. New York, NY : Henry Holt & Company.

Evans, D. (2003), Some empirical aspects of multi-sided platform industries. *Review of Network Economics*, 2(3), 191-209.

Evans, D. S., Hagiu, A. et Schmalensee, R. (2008). *Invisible Engines. How Software Platforms Drive Innovation and Transform Industries*. Cambridge, MA : MIT Press.

Gensollen, M., (2004). Biens informationnels et communautés médiatées. *Revue d'économie politique, numéro spécial*(113), 9-40.

George, É. (2012). Pour une critique de la notion d'industries créatives : perspectives canadiennes sur les industries de l'information. Dans P. Bouquillion (dir.), *Creative economy, creative industries : des notions à traduire* (p. 47-60). Vincennes, France : Presses universitaires de Vincennes.

Girard, A. (1978). Industries culturelles. *Futuribles*, (17), 597-605.

Goldhaber, M. H. (1997). The Attention Economy and the Net. *First Monday*, 2(4). Repéré à <http://firstmonday.org/article/view/519/440>.Gomis

Hagel, J. et Singer, M. (2000). *Valeur sur le Net. Infomédiaires : les nouveaux champions du web*. Paris, France : Éditions d'Organisation.

Hurt, R. et Schuchman, R. M. (1989). The Economic Rationale of Copyright. *American Economic Review, Papers and Proceedings*, 56, 421-432.

Katz, M. et Shapiro, C. (1985). Network externalities, competition, and compatibility. *American Economic Review*, (75), 424-440.

Katz, M. et Shapiro, C. (1986). Technology adoption in the presence of network externalities. *Journal of Political Economy*, (94), 822-841.

Katz, M. et Shapiro, C. (1994). Systems competition and network effects. *Journal of Economic Perspectives*, 8(2), 93-115.

Kessous, E., Mellet, K. et Zouinar, M. (2010). L'économie de l'attention : entre protection des ressources cognitives et extraction de la valeur. *Sociologie du travail*, 52(3), 359-373.

Landes, W. M. (1982). Copyright Protection of Letters Diaries and Other Unpublished Works. An Economic Approach. *Journal of Legal Studies*, 21(1), 79-113.

Landes, W. M. et Posner, R. A (1989). An Economic Analysis of Copyright Law. *Journal of Legal Studies*, 18(2), 325-363.

Le Diberder, A. et Le Diberder, F. (2002). La création de jeux vidéo en France en 2001. *Bulletin du Département des études et de la prospective*, juillet(139), 1-11.

Lefebvre, A. (2005). *Les réseaux sociaux. Pivot de l'Internet 2.0*. Paris, France : Fix.

Liebowitz, S. J. (1985). Copying and indirect appropriability: Photocopying of journals. *Journal of Political Economy*, (93), 945-957.

Liebowitz, S. J. (1986). Copyright law, photocopying, and price discrimination. *Research in Law and Economics*, 8, 181-200.

Miège, B. (1995). *La pensée communicationnelle*. Grenoble, France : Presses universitaires de Grenoble.

Miège, B. (1997). *La Société conquise par la communication. Tome 2. La communication entre l'industrie et l'espace public*. Grenoble, France : Presses universitaires de Grenoble.

Miège, B. (2007). *La société conquise par la communication. Tome 3. Les TIC entre innovation technique et ancrage social, parution*. Grenoble, France : Presses universitaires de Grenoble.

Palmer, T. G. (1989), Intellectual property: A non Posnerian Law and Economics Approach. *Hamline Law Review*, 12, 261-304.

Paris, T. (1999). *Le droit et les auteurs. La gestion du droit d'auteur en France, entre systèmes globaux et régulation globale* (Thèse de doctorat). École polytechnique, Paris.

Rochet, J.-C. et Tirole, J. (2003). Platform Competition in Two-Sided Markets. *Journal of the European Economic Association*, 1(4), 990-1029.

Rohlf, J. (1974). A theory of interdependent demand for a communications service. *Bell Journal of Economics*, V(1), 6-37.

Samuelson, P. A. (1954). The pure theory of public expenditure. *Review of Economics and Statistics*, (36), 387-389

Shapiro, C. et Varian, H. (1998). *Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy*. Boston, MA : Harvard Business School Press.

Simon, H. (1971). Designing Organizations for an Information-Rich World. Dans M. Greenberger (dir.), *Computers, Communication, and the Public Interest* (p. 37-72). Baltimore, MD : Johns Hopkins Press.

Throsby, D. (2001). *Economics and culture*. Cambridge, Royaume-Uni : Cambridge University Press.

Tremblay, G. (2008). Industries culturelles, économie créative et société de l'information. *Global Media Journal (Canadian edition)*, 1(1), 65-88.

Varian, H. R. (1997). *Versioning information goods*. Berkeley, CA : University of California.

« Crise » ou « mutation » du public en salle? Le cas du cinéma au Québec¹

Sophie Dubois-Paradis
B.A. en animation et recherche culturelles
Université du Québec à Montréal
dubois-paradis.sophie@courrier.uqam.ca

Martin Têtu
Doctorant en sociologie
Université du Québec à Montréal
Centre de recherche CRICIS
tetu.martin@courrier.uqam.ca

Ariane Fillion
B.A. en animation et recherche culturelles
Université du Québec à Montréal
fillion.ariane.2@courrier.uqam.ca

Résumé

Les salles de cinéma au Québec connaissent une baisse marquée de fréquentation depuis 10 ans. Or il n'y a pas nécessairement un déclin de la popularité du cinéma, mais plutôt un déclin de la forme traditionnelle de projection en salle. Ce déclin des cinémas traditionnels, mis en parallèle avec l'irruption de nouvelles technologies numériques de masse, pose l'hypothèse d'une nouvelle culture de l'écran, dans laquelle s'inscrirait maintenant une consommation des films en dehors des cinémas traditionnels. Cette culture de l'écran conduirait ainsi à des formes alternatives de diffusion, à la fois hors ligne et en ligne.

Abstract

Movie theatres in Quebec are experiencing a steep decrease in attendance. This decrease, however, is not as such the sign of a loss of interest toward films as a cultural object, but rather a loss of interest for the traditional movie theatre. This phenomenon, in parallel with the generalization of the digital technologies, leads to a hypothesis: a new "culture of screen" which would drive the consumption of movies outside the movie theatre. This culture of screen thus would help to build alternative ways of transmission, in different venues and online.

¹ Nous remercions Marc Bédard, professeur à l'École des médias de l'UQAM, qui a contribué à ce texte par de nombreux éclaircissements.

La fréquentation des salles de cinéma au Québec est en chute libre depuis 15 ans, étant passée de 30 millions d'entrées en 2001 à 20 millions d'entrées en 2015². Par ailleurs, la fréquentation des arts de la scène en salle de spectacle est stagnante au Québec, et ce, depuis une décennie. Ceci est visible par le nombre similaire de billets de spectacles vendus annuellement dans la province entre 2004 et 2014, soit 6 millions par année³.

La décroissance du public en salle amène les médias à se demander si une « crise du public » existerait au Québec. Nathalie Petrowski, du journal *La Presse*, publiait déjà en 2014 un article intitulé « Public, où es-tu? » et posait les questions suivantes : « Comment ramener le public devant des films qu'il boude de plus en plus? Comment l'arracher à son écran de télé où il regarde *La voix* en boucle? Comment l'extirper du cocon de son cinéma maison?⁴ » Une telle crise de fréquentation semble bouleverser l'écosystème traditionnel de diffusion culturelle québécois, lequel est constitué d'un réseau de salles de cinéma implanté depuis quarante ans, ainsi que d'une structure publique d'aide à la production et à la diffusion cinématographique. Si le public québécois déserte les salles, comment celles-ci vont-elles pouvoir rester ouvertes? Comment les artistes vont-ils continuer à tourner? Comment les films québécois vont-ils être diffusés et visionnés?

Or y a-t-il vraiment crise et, si oui, de quelle crise s'agit-il? Est-ce une rupture entre l'offre et la demande culturelles ou, plutôt, est-ce un désintérêt envers les expériences culturelles collectives (par ex. le cinéma en salle) par rapport aux expériences culturelles individuelles (par ex. le cinéma maison), ce qui relèverait de la problématique plus large du lien social dans le monde contemporain?

Le discours médiatique récent sur le sujet associe la crise présumée à de multiples facteurs, notamment l'usage croissant des plateformes numériques comme loisir culturel, l'implantation domestique du « cinéma maison », le changement générationnel, le désir d'usagers de médias devenus « participatifs » plutôt que passifs, etc. Ces facteurs expliqueraient le désintérêt pour la consommation culturelle « en commun » dans un même lieu traditionnel. En 2016, le *New York Times* allait même jusqu'à se demander: « *Is staying in the new going out*⁵ ».

² Institut de la statistique (Québec). Résultats d'exploitation des établissements cinématographiques, données mensuelles, Québec. *Statistiques et publications*. Repéré à www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/cinema-audiovisuel/resultats-exploitation/projection_region.htm.

³ Institut de la statistique (Québec). Statistiques des représentations payantes en arts de la scène selon la discipline, la provenance et la taille de la salle, régions administratives et ensemble du Québec. *Statistiques et publications*. Repéré à http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/arts-scene/frequentation-spectacles/representations_provenance.html

⁴ Petrowsky, N. (2014, 30 janvier). Public, où es-tu?. *La Presse+*. Repéré à http://plus.lapresse.ca/screens/4bb7-23b8-52e93062-89da-3d10ac1c606a%7C_0.html.

⁵ Young, M. (2016, 12 avril). Is Staying In The New Going Out?. *The New York Times*. Représé à <https://www.nytimes.com/2016/04/12/t-magazine/is-staying-in-the-new-going-out.html?mcubz=1>

Par contre, associer le contexte actuel de diminution ou de stagnation de la fréquentation en salle à son seul aspect de crise peut être trompeur. En effet, cette décroissance pourrait plutôt constituer le symptôme d'une forme de « mutation culturelle » à l'œuvre, qui donnerait plutôt lieu à moyen terme au renouvellement des publics, et ce, autant en salle qu'en ligne. L'hypothèse d'une mutation culturelle nous paraît crédible d'emblée. D'abord, l'émergence de nouvelles manifestations culturelles comme les festivals gratuits ou payants, lesquels « explosent » littéralement, notamment dans les domaines de la musique (voir Audet et Saint-Pierre, 2015) et du cinéma, témoignent à tout le moins d'une dynamique culturelle en réelle transformation. De plus, de nouvelles pratiques intensives très populaires, comme le cinéma maison connecté à des plateformes de diffusion en ligne (par ex. Netflix), favorisent l'accès à des contenus audiovisuels nombreux et diversifiés. Il reste toutefois à identifier de quelle mutation culturelle il pourrait s'agir.

En somme, qu'est-ce qui est réellement en déclin et en émergence dans le phénomène de fréquentation en baisse des salles de cinéma? Pour répondre à cette question, il importe de dépasser tout discours apocalyptique quant à la « fin du théâtre » ou la « fin du cinéma ». Il s'agit plutôt de penser plus largement ce phénomène de désaffectation des salles pour identifier les dynamiques sociales et culturelles sous-jacentes qui peuvent l'expliquer. Pour ce faire, ce sont des modifications sociales plus profondes qui doivent être identifiées et analysées, comme l'émergence de nouvelles pratiques culturelles, mobilisant des formes de lien social autour de la consommation culturelle, hors des salles de diffusion traditionnelles.

Dans ce texte issu de notre communication, nous proposons d'observer un cas de diffusion culturelle pour cerner d'abord empiriquement cette dynamique de crise/mutation et, ensuite, pour tenter une analyse plus large qui l'expliquerait théoriquement. L'exemple retenu est celui du cinéma en salle au Québec et plus spécifiquement à Montréal. Il s'agit d'un cas emblématique, car le cinéma est le domaine le plus directement touché par la baisse de fréquentation. L'exemple du cinéma, de plus, est bien documenté sur les plans statistique et analytique (contrairement au spectacle) et par ailleurs utilisé comme indicateur de la diversité culturelle à l'échelle internationale (UNESCO, 2013). Ce cas pourrait, ultimement, éclairer plus largement des phénomènes similaires existant dans d'autres domaines, particulièrement pour les arts de la scène.

Le cas du cinéma au Québec

La récente faillite du complexe cinématographique indépendant Excentris, la baisse de fréquentation et la fermeture de nombreuses salles sont des indications fortes d'un contexte de désaffectation du cinéma en salle comme infrastructure de diffusion au Québec. Alors que l'art cinématographique est omniprésent, consommé sur une multitude de plateformes, nous éclairons ici le cas du cinéma en salle au Québec à travers ses deux volets, négatif (déclin) et positif (innovation).

Déclin de la fréquentation du cinéma en salle

Il est possible d'appréhender le déclin de la fréquentation du cinéma en salle au Québec par une triple perspective : statistique, historique et théorique. L'observation d'un exemple « sur le terrain » montréalais, celui du cinéma Excentris, viendra valider les perspectives utilisées et compléter le portrait général.

Tout d'abord, avec le plus bas taux d'occupation depuis l'existence de cette statistique au Québec (1975), les salles de cinéma québécoises font face à un déclin évident de fréquentation. En 2015, seulement un siège sur dix était occupé en moyenne dans les salles de cinéma de la province (10,3 %⁶). Ce chiffre est nettement inférieur à celui du début des années 2000, où l'arrivée des multiplex quelques années auparavant avait fait augmenter significativement l'offre en salle et stimulé fortement la demande. La fréquentation annuelle passe ainsi de 30 millions d'entrées en salle en 2001 à 20 millions en 2015, mais, surtout, le nombre d'établissements actifs diminue de 118 (2009) à 101 (2015)⁷. Ces données témoignent d'une modification des habitudes de consommation des films. En effet, le cinéma comme production artistique est de moins en moins lié à une diffusion réservée aux salles de cinéma : les contenus (films) sont désormais diffusés sur une variété de supports, tels les téléphones, les tablettes électroniques et les télévisions, ainsi que sur de nombreuses plateformes comme Netflix, l'ONF (Office national du film du Canada) en ligne, le câble, l'Internet, etc.

Historiquement, le septième art a connu quantité de changements avec l'arrivée d'innovations technologiques, lesquelles ont eu des impacts importants sur la demande de cinéma en salle. Gaudreault et Marion (2013) recensent huit « morts » du cinéma, coïncidant notamment avec l'arrivée de la télévision, de la couleur, du cinéma parlant, de la télécommande et du magnétoscope. Selon ces auteurs, ce qui différencierait par contre la « huitième » mort pressentie du cinéma est son passage au numérique :

Le passage au numérique est tout sauf un événement ponctuel, c'est un processus, qui s'inscrit dans la durée. Le passage du numérique est précisément un passage, dans tous les sens du mot. [...] Le cinéma est donc en train de suivre le passage au numérique [...] et il se transforme. Il se transforme parce que la proposition numérique par fichier et algorithmes est trop différente de la proposition argentique de base pour qu'on reste dans l'univers du pareil au même. Le cinéma d'après le passage ne saurait être le même que celui du passé (p. 52).

⁶ Institut de la statistique (Québec). Indicateurs des résultats d'exploitation des établissements cinématographiques, données annuelles, Québec. *Statistiques et publications*. Repéré à www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/cinema-audiovisuel/resultats-exploitation/indicateur_exploitation.htm

⁷ Institut de la statistique (Québec). Nombre et caractéristiques des établissements cinématographiques actifs, Québec. *Statistiques et publications*. Repéré à www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/cinema-audiovisuel/infrastructure-exploitation/etablissements.htm

Le passage au numérique de la production et de la diffusion cinématographique amène ainsi à repenser plus profondément la diffusion de films au Québec dans un nouveau contexte résolument élargi.

Dans une perspective plus théorique, la destruction créatrice (*creative destruction*) s'applique bien au cas actuel de désaffectation des salles de cinéma. La théorie de la destruction créatrice, rappelons-le, prend forme dans l'ouvrage de Joseph Schumpeter *Capitalisme, socialisme et démocratie* (1972). Selon celui-ci, le modèle capitaliste produit des structures monopolistiques sur les marchés économiques. De telles structures doivent leurs monopoles à leur capacité d'innovation, autant en matière de produits de consommation que de méthodes de production. À ce titre, Schumpeter énonce :

dans la réalité du capitalisme, ce n'est pas cette modalité de concurrence (le prix) qui compte, mais bien celle inhérente à l'apparition d'un produit, d'une technique, d'une source de ravitaillement, d'un nouveau type d'organisation [...] qui s'attaquent à leurs fondements et leur existence même (des théories du caractère statique des analyses économiques du capitalisme) (p. 118).

Le phénomène de destruction créatrice s'exerce au détriment des structures qui n'ont pas su s'adapter aux bouleversements engendrés par la nouveauté. Ce concept est repris plus largement, par ailleurs, dans le but d'éclairer la « mondialisation culturelle » (Cowen, 2004). La capacité des entreprises à innover et à s'adapter aux changements permet donc à celles-ci de pouvoir fonctionner dans le modèle économique capitaliste, et ce, dorénavant à une échelle mondiale. Celles qui ne le font pas sont « détruites », étant donné leur manque de capacité d'innovation. La destruction créatrice est donc un processus continu de disparition et de création d'activités économiques. Dans le cas de l'industrie du cinéma en salle, la distribution traditionnelle a été récemment soumise à de nombreuses innovations, comme celles des nouvelles plateformes de diffusion des films. Toutes les innovations en matière de diffusion (par ex. Netflix et YouTube) viennent théoriquement et empiriquement détruire le monopole des salles qui doivent alors se renouveler.

Selon une visée plus appliquée, la fermeture récente à Montréal du cinéma d'auteur Excentris fournit un cas emblématique qui permet de vérifier empiriquement les perspectives d'analyse précédentes. Diffusant du cinéma d'art et d'essai et comprenant trois écrans, l'Excentris a dû fermer ses portes en novembre 2015 et a fait faillite quelques mois plus tard. Des raisons liées à la réorganisation même du domaine éclairent la fermeture d'une telle institution, qui jouait pourtant un rôle prépondérant sur la scène québécoise de la diffusion du cinéma.

Or, selon une intervenante d'Excentris⁸, il s'est produit, ces dernières années, une modification importante du rapport entre le film et le spectateur, aller au cinéma devenant davantage une activité sociale. À ce sujet, l'intervenante rencontrée

⁸ Entretien avec l'ancienne directrice générale et artistique d'Excentris, Caroline Masse, avril 2016.

mentionne que « le cinéma dans les multiplex, c'est le nouveau perron de l'église. Il n'y a plus de rapport de cinéphilie de la part du spectateur face au film ». Cette nouvelle réalité implique un changement direct quant à la façon de consommer les films dans les plus petites salles d'art et d'essai, qui se basent spécifiquement sur un tel rapport de cinéphilie entre spectateurs et productions artistiques. Par ailleurs, le développement de nouvelles offres audiovisuelles à l'extérieur des salles ferait partie des causes du déclin du cinéma Excentris, puisque les publics du cinéma comme art se retrouvent avec une multitude d'options, non seulement de films, mais aussi de modes de consommation de ceux-ci. Les cinémas, particulièrement ceux avec un nombre réduit de salles comme Excentris, ne peuvent alors pas rivaliser avec cette diversité offerte sur les multiples plateformes.

Ces perspectives sur le déclin de la diffusion du cinéma en salle au Québec laissent croire à une disparition – à plus ou moins long terme – des salles. Toutefois, on observe au contraire un phénomène étonnant d'innovation dans l'offre, dont la conséquence directe est l'apparition de lieux alternatifs de diffusion cinématographique dans la province. Ces nouvelles offres audiovisuelles vont-elles remplacer l'infrastructure traditionnelle de diffusion du cinéma ou coexister avec celle-ci? Elles témoignent, à tout le moins, d'une infrastructure de diffusion dynamique et non seulement en déclin.

Nouvelles offres de diffusion cinématographique

Une nouvelle offre en matière de diffusion audiovisuelle est visible au Québec, autant hors ligne qu'en ligne. D'abord, on observe le développement marqué d'une offre « alternative », c'est-à-dire hors des salles traditionnelles, à travers une augmentation du nombre de festivals de cinéma (par ex. Fantasia, Cinemania, Festival du cinéma israélien de Montréal, Festival du film brésilien de Montréal, etc.). Apparaissent aussi des séries de projections en plein air, en bonne partie dans des parcs, surtout estivales, mais également en hiver, des programmations focalisées sur des classiques du cinéma (par ex. *Film noir sur le canal*) ou sur des nouveautés locales (par ex. *Cinéma urbain à la belle étoile*) et internationales (par ex. *Cinéma Beaubien dans les parcs*), de même que sur des films cultes (par ex. *Goonies*, *Retour vers le futur*, *Ferris Bueller day off*, etc.). L'investissement de lieux non conventionnels, comme les églises, fait aussi partie des modalités de diffusion, comme le retour à des équipements plus anciens comme le 16 mm (par ex. *Montreal Film Society Club*). Il s'agit donc d'une explosion de la diffusion cinématographique de toutes sortes, par tout type d'organisme, axés sur des contenus eux aussi très divers, allant des classiques populaires aux nouveautés, en passant par des films socialement engagés.

Du côté des salles, on constate la création de plusieurs lieux alternatifs de diffusion. À Gatineau, par exemple, le café Aux quatre jeudis présente une ciné-terrasse, où les clients sont amenés à regarder un film tout en prenant un verre ou en mangeant un morceau, de même que les Bar Ritz et BrouHaha de Montréal, devenus sur une base régulière des ciné-clubs gratuits de diffusion de films cultes. Le cinéma Apéro de Jonquière, quant à lui, vient tout juste d'ouvrir ses portes pour offrir le même genre d'expérience, mélangeant visionnement et apéritif, pour une clientèle majeure. Dans un

autre registre, le cinéma Première Classe dans le quartier Dix30 permet aux consommateurs et aux entreprises de s'offrir la location de la salle et le visionnement d'un film dans des sièges très confortables et de boire du champagne ou encore de commander des bouchées par le service d'hôtesse.

Il existe une offre exponentielle de contenus audiovisuels en ligne. Cette offre sur Internet est diffusée à partir de deux modèles de distribution, soit les modèles dits « économiques » et les ceux dits « alternatifs » de distribution. Les modèles économiques impliquent un paiement en échange du visionnement de films⁹. Les modèles alternatifs consistent en des pratiques de piratage (téléchargement « illégal ») et de *streaming* gratuit, comme le Web 2.0. Le web (et spécialement le Web 2.0) agit ainsi comme plateforme de diffusion délocalisée à grande échelle et inclut des contenus diversifiés, notamment des films québécois (Têtu, 2016). Ces modèles de distribution transforment la façon dont sont consommés les films en ligne en élargissant grandement les options de diffusion. Les plateformes numériques jouent de cette manière un nouveau rôle, central, dans l'écosystème de diffusion des films au Québec.

Toute cette nouvelle offre cinématographique hors salle suggère d'une part que la diffusion en salle ou en public tend à changer et non à disparaître et, d'autre part, que des nouveaux canaux de diffusion en ligne amènent un accroissement important de la diversité des contenus à travers une large diffusion dans l'espace domestique.

Analyse

Il existe manifestement à la fois un déclin des formes traditionnelles et une émergence de nouvelles offres de diffusion cinématographique. Un type de diffusion diminue (la projection traditionnelle en salle) et un autre émerge (la diffusion alternative hors ligne et en ligne). Comment réunir un tel déclin et une telle innovation autour du cas du cinéma pour obtenir une synthèse qui illustre la dynamique de mutation culturelle contemporaine? Cette synthèse permettra de dépasser l'opposition binaire entre pratiques collectives en salle (expérience collective) et pratiques individuelles à la maison (usage privé), une opposition basée sur le concept d'anomie et sur l'idée d'une sociabilité actuelle qui serait en baisse. Il existe à l'évidence une effervescence sociale autour du film même hors salle traditionnelle, une forme de lien social associé à des projections en public et en privé, lien social qui se reconstruit sans qu'on puisse facilement saisir comment il s'articule.

Une nouvelle « culture de l'écran »

La « multiécranité » (amenant l'ubiquité) et la désintermédiation (amenant l'accès) favorisent des nouvelles pratiques massives partagées, où l'écran devient résolument central. Ces pratiques partagées pourraient s'inscrire plus globalement dans une forme

⁹ Comme c'est le cas avec le modèle économique *transactionnel*, qui implique des transactions à la carte, par exemple avec Illico sur demande. Dans cette même catégorie, il existe le modèle de *subscription*, qui implique un paiement mensuel, par exemple Netflix, ou encore le modèle *Ad-supported* qui, comme son nom l'indique, est financé par des publicités, comme YouTube.

de « culture de l'écran », un concept utile, selon nous, pour éclairer la présente reconfiguration des pratiques contemporaines autour de la diffusion du cinéma. Ce concept de culture de l'écran était proposé dès 1999 par Josiane Jouët et Dominique Pasquier pour comprendre comment, s'appuyant sur une enquête nationale française, la population des 6-17 ans intégrait une nouvelle dynamique culturelle incluant désormais l'ordinateur :

Il se dessine ainsi une génération qui représente un tournant dans le rapport aux médias, un tournant que l'on ne doit pas réduire aux chiffres sur la hausse globale des pratiques et des équipements, car il est aussi d'ordre symbolique. Les écrans, alors qu'ils se sont extraordinairement complexifiés dans les potentialités qu'ils offrent, sont pour la classe d'âge étudiée ici, des objets fondamentalement quotidiens, routiniers, simples et amusants. Ils en ont une perception très différente de celle que peut en avoir la génération qui les précède (Jouët et Pasquier, 1999, p. 28).

L'enquête sur laquelle se basent les analyses de Jouët et Pasquier, rappelons-le, a été réalisée en 1997, soit au début d'Internet. Or pourrait-on actualiser cette théorie avec les récents développements de multiécranité et désintermédiation mentionnés précédemment? Comment définir, alors, cette culture de l'écran dans sa phase actuelle? Quelle expansion a-t-elle prise? Une proposition de conceptualisation de la place actuelle de l'écran est avancée en ce sens par Ferran Saez et Lluiza Llamero (2016), lesquels y voient un changement culturel d'importance :

Screens have become central objects of the contemporary society since the last decade. This centrality entails not just a technological change but, more importantly, a qualitative cultural change, and marks a tipping point in the general and massive process of digitalization. We do not mean to the contents disseminated, but to the screen itself, which has to be understood as a phenomenon that deserves a differentiated and specific attention. With the exception of books and printed papers, an overwhelming amount of information is consumed through a screen; be it the smartphone mobile screen, the tablet screen, the laptop screen, etc. This new habit of information consumption through screens involves a deep transformation that goes beyond the audiovisual products (p. 1).

On comprend ici qu'il s'agit d'une nouvelle valorisation de l'écran comme vecteur privilégié des produits culturels et, plus globalement, de la culture. En ce sens, Saez et Llamero suggèrent un rôle social et culturel de l'écran qui sera encore accru : « *the role the screen is going to have in the cultural imaginary and cultural practices of the future* » (*ibid.*).

Selon cette logique, la centralité de l'écran dans la vie quotidienne contemporaine, documentée notamment par les statistiques d'usage des équipements avec écran (ordinateur, téléphone intelligent, tablette, télévision, etc.), ferait ainsi de l'écran le vecteur d'une culture partagée qui passe en très grande partie par celui-ci. Il s'agirait

alors, suivant cette hypothèse dégagée plus tôt, de repenser les dynamiques de déclin et d'innovation autour de la diffusion du film pour observer non pas si le lien social a disparu, mais plutôt pour suivre une nouvelle reconfiguration de celui-ci. Plutôt que d'opposer spectacle en commun à pratique individuelle, l'opposition concerne maintenant culture nouvelle partagée ou non. Et cette culture partagée, fait nouveau en 2016, concernerait beaucoup une culture de l'écran. Cet écran peut être collectif (par ex. parc) ou individuel (connecté sur YouTube). C'est alors la participation à une telle culture de l'écran qui mobiliserait le lien social.

Lien social et culture de l'écran

Une forme de lien social se développerait de la sorte autour de la participation à cette nouvelle culture de l'écran, où sont conjuguées les précédentes technologies audiovisuelles (télévision, VHS, DVD, jeux vidéo, Internet, etc.) et leur circulation/remédiation maintenant exponentielle via Internet, accessible sur une multitude de supports et à volonté. Cette culture de l'écran, dès lors, prend une place importante dans les pratiques culturelles, devenant peut-être même une forme de culture populaire.

Cette culture de l'écran partagée expliquerait pourquoi la fréquentation des films en salle diminue, au moment même où un engouement pour le film en public et dans l'espace domestique se développe clairement¹⁰. En effet, selon cette interprétation, assister à un film en salle traditionnelle ne serait plus vu comme inhérent au développement ou au maintien du lien social, puisque la salle de cinéma n'est plus le seul lieu de l'expérience collective. De même, les types de films diffusés hors salle traditionnelle pourraient être très hétéroclites, puisque le film sert de référent (sinon de prétexte) au lien social. Ce peut être un film classique ou culte, plutôt qu'une nouveauté (qui était pourtant la norme dans les salles traditionnelles), un film diffusé lors d'un « événement » faisant appel par exemple à une certaine nostalgie ou une référence audiovisuelle commune.

Ainsi, les pratiques collectives migreraient en quittant la salle de cinéma traditionnelle pour se mobiliser dorénavant vers de nombreux autres usages culturels et sociaux de l'écran. Ce lien social investirait alors les lieux alternatifs de diffusion du cinéma, catégorisés plus haut. Plus largement, ce lien social autour de l'écran serait potentiellement à la source du développement de toutes sortes d'usages collectifs nouveaux de l'écran, comme les spectacles musicaux « de masse », où des écrans géants diffusent le spectacle, les phénomènes de « réalité augmentée », comme des jeux vidéo devenus viraux dans la ville (ex. *Pokémon Go*), les diffusions d'images sur les lieux publics urbains (ex. *Cité Mémoire*) et même les lieux de socialité où les écrans sont désormais omniprésents (par ex. les bars diffusant systématiquement des activités sportives de tout ordre).

¹⁰ Il faut écarter comme explication possible la dimension non technologique des cinémas traditionnels, puisque ceux-ci ont tous migrés vers le projecteur numérique (Allaire et Tétu, 2012). Il s'agit donc davantage de raison sociale que technologique.

Du côté des pratiques individuelles de l'écran, le lien social est aussi bien actif sur les communautés électroniques. Plus récemment, apparaît la nouvelle figure de « l'utilisateur participatif » (Livingstone, 2012), un individu connecté impliqué à la fois dans la diffusion et la réception des informations. La diminution des pratiques en salle ne signifie donc pas la fin du lien social.

Il faudrait par contre vérifier s'il existe une coupure générationnelle quant à cette culture de l'écran, notamment en fonction de pratiques de fréquentation du cinéma en salle et d'une diffusion alternative. Ceci appelle à réaliser de nouveaux travaux sur les publics pour identifier si une polarisation des pratiques peut s'observer sous cet aspect en fonction de caractéristiques comme l'âge, les moins de 40 ans délaissant possiblement les cinémas.

Reste enfin à déterminer les effets de cette culture de l'écran sur la matérialité de la diffusion culturelle et en particulier sur la dimension esthétique des pratiques : la consommation de film hors salle régulière est-elle, en ce sens, une activité à caractère moins « cinéphilique » que la consommation traditionnelle dans une salle dédiée? Il s'agit d'une question ouverte, qui mériterait un examen plus approfondi.

Pour des recherches futures, sur le plan théorique, il faudrait situer cette culture de l'écran avec d'autres concepts parents en sociologie de la communication, notamment ceux de *Media Spectacle* (Kellner, 2003), qui pose que la culture médiatique devient un véritable « spectacle » contemporain, celui de *Cultures of mediatization* (Hepp, 2013), qui concerne la connexion permanente aux médias techniques, e, celui de *Convergence Culture* (Jenkins, 2006), qui situe la place centrale d'une culture de masse médiatique dans laquelle l'individu contemporain *fan* est pourtant créatif.

Conclusion

Dans cet article, nous avons vu qu'il n'y a pas nécessairement un déclin de la popularité de l'art cinématographique, mais plutôt un déclin de la forme traditionnelle de diffusion en salle. Ce déclin des cinémas traditionnels, analysé statistiquement et mis en parallèle avec l'irruption de nouvelles technologies numériques de masse pose l'hypothèse d'une nouvelle culture de l'écran dans laquelle s'inscrirait la consommation des films en dehors des cinémas traditionnels. Cette culture de l'écran conduirait ainsi à des formes alternatives de diffusion, à la fois hors ligne et en ligne. Dans cette diffusion alternative, l'aspect social serait important, sinon prédominant. Il y aurait donc création ou investissement du lien social dans une culture de l'écran partagée, touchant au premier chef les générations plus jeunes, valorisant l'usage multiple de l'écran dans les pratiques culturelles. Le rôle de cette culture de l'écran au sein des pratiques culturelles reste toutefois à définir, à la fois par rapport aux types de contenus véhiculés et par rapport aux pratiques des spectateurs. Par ailleurs, la question de la qualité de « cinéphilie » de telles pratiques de visionnement hors salle traditionnelle reste ouverte.

Il faudrait faire le même exercice pour les autres domaines culturels (théâtre, musique, danse, etc.), pour voir comment ceux-ci se réorganisent, comment une possible mutation des publics par de nouvelles cultures partagées à définir peut influencer les pratiques et, conséquemment, la structure traditionnelle de diffusion des œuvres artistiques à moyen terme.

Références

Allaire, B. et Tétu, M. (2012). *Statistiques sur l'industrie du film et de la télévision indépendante 2012*. Québec, Canada : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Audet, C. et Saint-Pierre, D. (2015). Les festivals de musique du Québec. Résultats d'une enquête. *Surv. Bulletin de la recherche et de la statistique*, (26), 1-48.

Cowen, T. (2004). *Creative Destruction: How Globalization Is Changing the World's Cultures*. Princeton, NJ : Princeton University Press.

Fortier, C. (2015). La fréquentation des cinémas en 2014. *Optique culture*, (37), 1-4.

Gaudreault, A. et Marion, P. (2013). *La fin du cinéma? Un média en crise à l'ère du numérique*. Paris, France : Armand Collin.

Hepp, A. (2013). *Cultures of mediatization*. Cambridge, Royaume-Uni : Polity Press.

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where old and new media collide*. New York, NY : New York University Press.

Jouët, J. et Pasquier, D. (1999) Les jeunes et la culture de l'écran. Enquête nationale auprès des 6-17 ans. *Réseaux*, 17(92), 25-102.

Kellner, D. (2003). *Media spectacle*. Abingdon-on-Thames, Royaume-Uni : Routledge.

Livingstone, S. (2012). Exciting moments in audience research: Past, present and future. Dans H. Bilandzic, G. Patriarche et P. Tradt (dir.), *The Social Use of Media. Cultural and Sociological Scientific Perspectives on Audience Research* (p. 259-274). Bristol, Royaume-Uni : Intellect Books.

Saez, F. et Llamero, L. (2016). *Reality and screen, a postmodern mirror*. Appel à communication, Blanquerna School of Communication and International Relations (Barcelone, Espagne).

Schumpeter, J. (1972). *Socialisme, Capitalisme et Démocratie*. Paris, France : Éditions Payot.

Têtu, M. (2016). *La diffusion en ligne comme nouvel enjeu pour la diversité culturelle : le cas du cinéma québécois dans les médias sociaux*. Québec, Canada : Les Presses de l'Université Laval [en impression].

UNESCO (2013). La diversité dans les films de long-métrage. *Bulletin d'information de l'ISU*, (24), 1-6.

Les « pratiques inédites » du sport-spectacle : MLB Advanced Media (MLBAM) et le tournant numérique de la Ligue nationale de hockey (LNH)

Philippe-Antoine Lupien
Doctorant en communication
Université du Québec à Montréal
Centre de recherche CRICIS
lupien.philippe-antoine@courrier.uqam.ca

Résumé

Depuis le 1^{er} janvier 2016, la Ligue nationale de hockey (LNH) confie tous les aspects de ses activités numériques à une filiale de la Major League Baseball (MLB), MLB Advanced Media (MLBAM). Cette entente provoque de nouvelles configurations qui étendent l'emprise et le contrôle de la LNH sur ses discours, ses produits et les déclinaisons de ses images de marque. Ce texte expose les modalités de pratiques qualifiées d'« inédites » par la LNH, en identifiant les acteurs impliqués dans la chaîne de production des images du sport et en interrogeant les discours qui accompagnent ces changements.

Abstract

Since January 1st 2016, the National Hockey League (NHL) has delegated all of its digital operations to MLB Advanced Media (MLBAM), a subsidiary of the Major League Baseball (MLB). This agreement induces new configurations, which extend the influence and the control of the NHL on its discourses, its products, and its brands. This text outlines the forms of what the NHL qualifies as “unprecedented ways”, by identifying the actors involved in the production chain of sport images, and by questioning the discourses that accompany these changes.

Le premier janvier 2016, les amateurs de hockey auront remarqué que le site web et les applications mobiles de la Ligue nationale de hockey (LNH) ont changé de manière importante par rapport à la veille. Les changements visibles étaient de nature esthétique (implantation d'une nouvelle charte graphique), ils concernaient le traitement du contenu (de nouveaux « journalistes » sont notamment apparus pour commenter les extraits et les faits saillants vidéo de la ligue), et, finalement, affectaient certaines fonctionnalités interactives. Ces modifications ont été initiées à la suite du transfert de toutes les activités numériques de la ligue sous la responsabilité d'une coentreprise née d'une entente entre la LNH, quatrième ligue sportive nord-américaine la plus riche, et la Major League Baseball (MLB), deuxième ligue la plus riche au monde, juste derrière la National Football League (NFL)¹.

L'annonce de cette entente a donné lieu à un vif élan d'enthousiasme de la part des commissaires des deux ligues, les principaux gagnants de cette entente, si on en croit le communiqué qui annonçait la nouvelle, devant être les fans de hockey. En fait, l'objectif de ces changements, selon les ligues, était d'améliorer (« *to enhance* ») l'expérience des utilisateurs, de donner aux partisans la possibilité de se connecter au jeu à des niveaux inédits et, surtout, de planifier l'avenir en rendant encore plus, ou encore mieux, accessible un contenu plus riche que jamais :

Sitting side-by-side in the NHL's midtown office, NHL Commissioner Gary Bettman and his counterpart from Major League Baseball, Rob Manfred, served perfectly as a symbol of the groundbreaking partnership between two of the most successful sports leagues in the world.

Commissioner Gary Bettman and Commissioner Mandred on Tuesay announced a six-year digital media rights partnership between the NHL and Major League Baseball Advanced Media, the technical arm of Major League Baseball, that is expected to enhance the user experience across the League's digital platforms, [...]

"It's really all about the fans and giving them the ability to not only continue to connect with the game, in what up until this point had been unprecedented ways, but to look to the future and our ability to create even richer content with even better access" Commissioner Bettman said. "It's transformational, to say the least. We think it's the type of deal that the everevolving technology age requires" (Rosen, 2015, s.p.).

Par ce texte issu de ma présentation, je chercherai à dégager les véritables avantages de cette importante association, ce qu'ont vraiment à gagner les fans de cette nouvelle mouture et quels pourraient être les contenus plus riches qui émaneront de cet « âge de la technologie en constante évolution ».

¹ Voir le classement par revenu des ligues sportives : https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_professional_sports_leagues_by_revenue#cite_note-6.

La régulation « quasi socialiste » du sport professionnel nord-américain

Les ligues sportives nord-américaines sont qualifiées de ligues fermées, puisqu'elles sont formées d'un nombre fixe d'équipes. Dans la LNH, il y a trente équipes, et ce sont toujours les mêmes trente équipes qui participent au championnat. Les ligues ouvertes, au contraire, sont organisées en réseau et permettent à une équipe d'une ligue de moindre envergure de gagner sa place dans une division supérieure. C'est notamment le cas des ligues de football en Europe et en Amérique du Sud.

Paradoxalement, les ligues fermées nord-américaines font « exception au credo libéral et concurrentiel du capitalisme américain » (Andreff, 2007, parag. 9) et leur structure a été qualifiée de système « quasi socialiste » (Andreff, 2007; Szymanski, 2003) principalement pour les raisons suivantes :

1. Les ligues majeures sportives sont des organisations indépendantes rassemblant plusieurs membres et sont fermées par une barrière à l'entrée (franchises au nombre fixe).
2. Chaque club a le monopole sur un marché local (urbain, régional, etc.) pour la vente de son spectacle sportif.
3. La ligue a un pouvoir de monopsonne sur le marché du travail où s'échange le talent sportif des joueurs.
4. La ligue procède à une vente collective (*pooling*) des droits de retransmission des matchs aux chaînes nationales de télévision et redistribue ces revenus. Elle assure ainsi un pouvoir de monopole sur le marché national de son produit dérivé (le sport télévisé).
5. La ligue est un cartel de clubs d'existence légale qui maximise son profit joint et le répartit entre les clubs².

Portons ici notre attention au point quatre de la liste précédente. En fait, l'importance que la télévision a prise dans le financement des ligues sportives nord-américaines a considérablement modifié l'industrie sportive à partir des années 1960³. Les nouveaux rapports qui se sont établis entre les organisations sportives et la télévision ont conduit à un modèle, celui du complexe sport-médias, utilisé depuis les années 1980, qui introduit un troisième joueur sur le terrain du sport : les commanditaires et les publicitaires, appelons-les les annonceurs. Sut Jhally (1984) est le premier à avoir utilisé ce modèle afin d'illustrer les liens entre le sport, les médias et les annonceurs. À la suite de Dallas Smythe (1977, 1980), il place les audiences au cœur du complexe sport-médias, à titre de marchandise que s'échangent les ligues, les réseaux de télévision et les annonceurs. C'est l'attention des téléspectateurs, captifs du match, que les chaînes vendent à des publicitaires, qui financent ainsi l'achat des droits de

² Le « sport professionnel est le seul secteur de l'économie américaine où cette pratique de cartel bénéficie d'une exemption de la loi anti-trust, grâce au *Sports Broadcasting Act* (1961) » (Andreff, 2009, p. 598).

³ Voir, entre autres : Andreff, Vladimir et Nys (1987). *Le sport et la télévision relations économiques : pluralité d'intérêts et sources d'ambiguïtés*. Paris, France : Dalloz; Whannel, G. (1992). *Fields in Vision: Television sport and cultural transformation*. Londres, Royaume-Uni : Routledge.

télédiffusion. Le public sportif est d'autant plus captif qu'on ne zappe que rarement pendant un match, de crainte de rater une action décisive. Les matchs sont par ailleurs des événements qui se vivent en direct, l'intérêt d'une rencontre diminuant grandement une fois le résultat connu. Il faut finalement souligner que le genre télévisuel sportif se prête très bien à la publicité, ce qui est d'autant plus payant pour les ligues et les équipes, voire les athlètes eux-mêmes, qui établissent directement des ententes de commandite avec des entreprises dont l'objectif est que leur logo soit vu à la télévision et que leur marque soit associée au prestige des athlètes ou d'une formation.

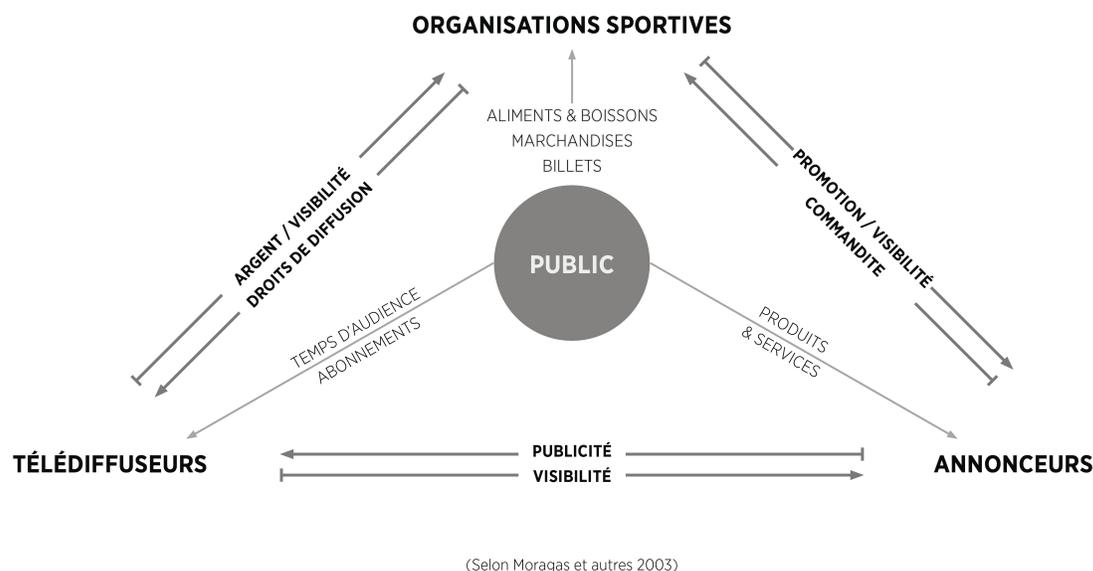


Figure 1. Le complexe sport-médias

À partir du modèle du complexe sport-médias (Figure 1), on remarque que le financement des ligues se fait selon trois modalités qui impliquent, en somme, toujours les amateurs de sport. D'abord, de manière directe, les clubs tirent des revenus de la billetterie et de la vente de marchandises ou de produits alimentaires, bref, du spectacle et du stade. Ensuite, les ligues vendent un produit secondaire, le match médiatisé – donc les droits de télévision – aux différents réseaux, lesquels vont financer l'achat de ces droits par la publicité et, de manière de plus en plus généralisée, par leurs revenus d'abonnement.

À cet effet, soulignons qu'au Canada, Rogers Sportsnet et TVA Sports (des chaînes par abonnement) paient, depuis 2013, 433 millions de dollars par an à la LNH pour le droit de diffuser jusqu'en 2026 les 20 matchs nationaux des sept équipes canadiennes ainsi que les séries de fin de saison (Poirier, 2013). En plus, chaque équipe négocie des contrats locaux de diffusion pour les 62 autres matchs de leurs saisons respectives. Les Canadiens de Montréal ont donc une entente avec le Réseau des sports (RDS) et, ailleurs au Canada, les clubs ont des ententes ponctuelles avec les réseaux spécialisés The Sport Network (TSN) et certaines des filiales régionales de Sportsnet. À la télé

généraliste, il n'y a que la Canadian Broadcasting Corporation (CBC) qui diffuse toujours des matchs de hockey, en anglais, en vertu d'une entente avec le détenteur des droits.

En fait, les grands réseaux généralistes canadiens délaissent de plus en plus les événements sportifs au profit des chaînes spécialisées. De 1952 aux années 1980, les compétitions sportives étaient inscrites aux grilles horaires des réseaux généralistes qui se servaient du sport comme d'un produit d'appel pour attirer et retenir des téléspectateurs (Lupien, 2013). L'achat des droits était principalement financé par la vente de publicité, ou carrément par des commanditaires, comme la Brasserie Molson, longtemps propriétaire des Canadiens, qui a aussi été propriétaire des droits de diffusion de toutes les équipes canadiennes jusqu'au début des années 1980 (« NHL wants court », 1984). C'est d'ailleurs au courant des années 1980 que sont nées les chaînes spécialisées en sport au Canada (1894 pour TSN et 1988 pour RDS).

Aujourd'hui, les chaînes sportives se sont multipliées et tiennent certainement le haut du peloton sur le plan des revenus d'abonnement et de recettes publicitaires (CRTC, 2016). Toutefois, si la télévision est loin d'être dépassée en matière de sports, ainsi que nous le verrons plus loin, le numérique semble ouvrir de nouvelles fenêtres d'accès au contenu du sport.

Le numérique et le sport professionnel

Selon le site web de MLBAM, qui a opéré le virage numérique de la MLB il y a quelques années, l'entreprise se spécialise dans les activités suivantes :

- la stratégie d'affaires et de contenus;
- l'expérience utilisateur et le design de produits numériques;
- le marketing et les médias sociaux;
- le multimédia et la diffusion en direct sur Internet;
- le web mobile et les applications;
- les applications de statistiques et de collecte de données;
- la billetterie;
- la commandite et la publicité;
- le commerce électronique et le contenu commandité.

En fonction de ces opérations, j'ai donc cherché à comprendre ce qu'entend le commissaire Gary Bettman lorsqu'il propose que l'entente avec MLBAM est principalement à l'avantage des fans. Pour procéder, j'ai défini chacune des manières de « se connecter au jeu », le type de « contenu » créé par la LNH et les modalités pour y accéder (voir Figure 2).

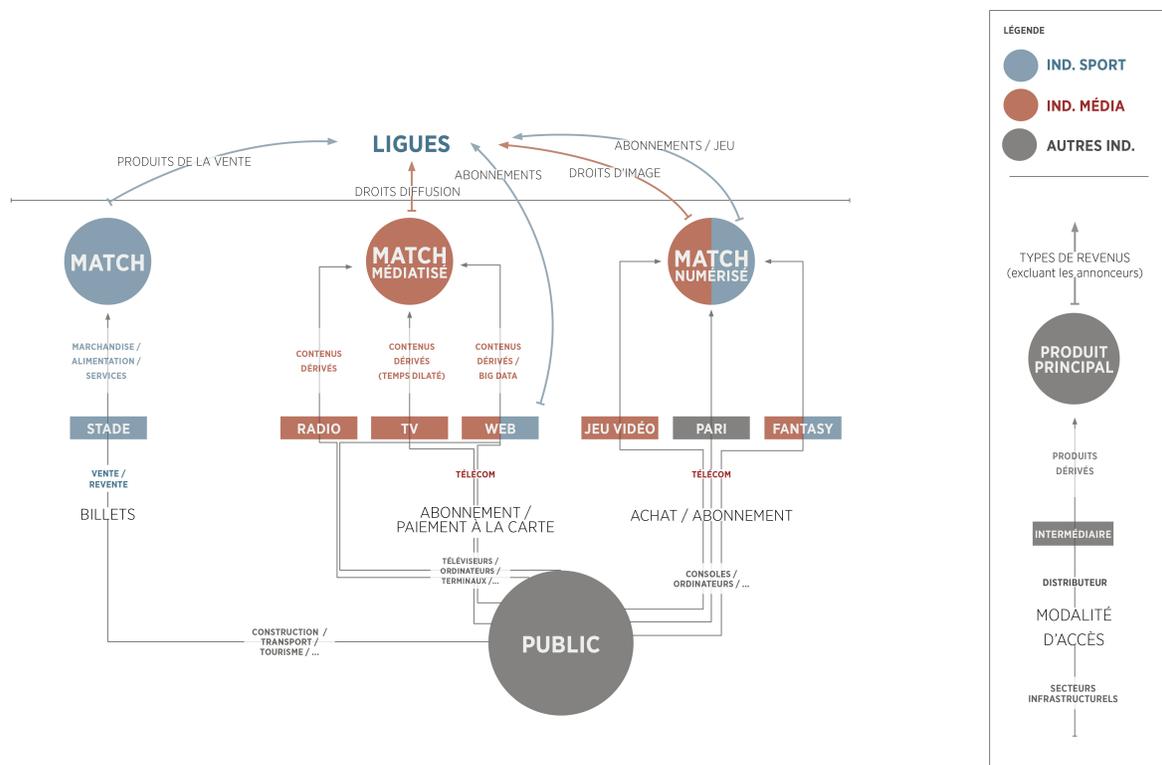


Figure 2. Manières de se connecter au spectacle sportif

Il y a d'abord les manières depuis longtemps établies, dont la première est d'assister au match en personne, ce qui implique l'achat d'un billet pour accéder au stade. Ensuite, symboliquement, les partisans peuvent se connecter à leur équipe en en portant les couleurs, ce qui implique donc l'achat de marchandise sportive. Puis – et c'est probablement la manière la plus répandue de se brancher sur son équipe ou son sport –, les partisans peuvent suivre le match à la télévision (ou l'écouter à la radio). Ceci implique la consommation de publicité et, de manière généralisée aujourd'hui, l'abonnement à une ou plusieurs chaînes, ou le paiement à la carte (*pay per view*), modèle retenu principalement par les sports de combat (boxe/arts martiaux mixtes/lutte professionnelle).

À ce qui précède, on pourrait ajouter l'achat de produits promotionnels, comme une caisse de bière aux couleurs de son équipe préférée, ou même un forfait cellulaire qui donne accès à du contenu bonus. Notons à cet effet que Bell, Rogers et Vidéotron sont toutes impliquées dans le sport au Canada et se servent du sport comme produit d'appel pour leurs produits de télécommunication. Mentionnons aussi que, bien que la tendance ait été forte au courant des années 1990-2000 (Law, Harvey et Kemp, 2002), il n'y a désormais qu'au Canada que les grandes entreprises de communication sont propriétaires d'équipes de hockey (Lupien, 2017). À Toronto, Rogers et Bell, deux concurrents, sont d'ailleurs copropriétaires des Maple Leafs, la troisième équipe la plus riche de la ligue, et ce, malgré des résultats sportifs décevants depuis plusieurs saisons. L'entreprise Rogers est d'autant plus puissante en sports du fait qu'elle est

aussi propriétaire de la seule équipe canadienne évoluant dans la Major League Baseball (MLB), les Blue Jays, de la seule équipe de basketball canadienne, les Raptors, qui évolue dans la National Basketball Association (NBA), et de quatre autres équipes professionnelles, dont l'équipe de la Major League Soccer (MLS), le Toronto FC. On pourrait finalement ajouter à la liste des moyens de « se connecter au sport » le plus ancien mode de financement du sport commercial, le pari sportif, aujourd'hui encadré soit par l'État, soit par la pègre, et progressivement investi par les organisations sportives. Nous y reviendrons.

Le numérique permet de nouvelles fenêtres de relation entre les partisans et leurs sports préférés, notamment par les jeux vidéo, comme les séries *NHL* (EA Sports, depuis 1991), *Madden NFL* (EA Sports, depuis 1988), ou *MLB: The Show* (SIE San Diego Studio, depuis 2006), des jeux réédités chaque année et qui prétendent à un réalisme toujours plus saisissant. Fait intéressant, les jeux de sport sont généralement présentés comme une retransmission télévisée et leur narrativité emprunte carrément aux codes de la télévision. La présence du jeu vidéo a ouvert, depuis les années 1990, toute une série de litiges en matière de gestion des droits de l'image⁴. La vente de droits sur l'image de marque des ligues, des équipes, des athlètes et même des statistiques⁵ fait partie des nouveaux atouts des grandes ligues. L'enjeu des droits sur l'image et la marque est particulièrement important en corrélation avec les activités des sites de pools sportifs.

Les pools sportifs, ou *fantasy sports*⁶, constituent une nouvelle manne (Freeman et Scher, 2006) pour les ligues qui profitent ainsi du potentiel de la technologie pour organiser des activités de pari sportif à grande échelle⁷. Aux États-Unis, les sites de pools sportifs bénéficient d'un article spécial du *Unlawful Internet Gambling Enforcement Act* (2006), qui les exclut de la définition du *gambling* et autorise, tout en les encadrant, leurs activités. Désormais, les sites de gestion de pools sportifs offrent ainsi aux amateurs de sport la possibilité de jouer au directeur-gérant, et non pas seulement sur des saisons complètes, mais aussi sur diverses périodes de temps, avec un très grand nombre d'autres participants. Aux États-Unis, les sites Fanduel.com et Draftkings.com mènent le jeu en la matière. L'entente entre la MLB et la LNH pourrait prochainement permettre à la LNH de se réapproprié elle-même le haut du pavé sur ces tournois virtuels, comme le fait déjà la NFL – l'onglet « Fantasy » est d'ailleurs le premier dans le menu du site www.nfl.com.

⁴ On peut notamment penser à l'appropriation, sans compensation, de l'image des joueurs des ligues universitaires américaines par les compagnies de jeux vidéo (Matzkin, 2001).

⁵ Sur cet enjeu de la gestion des droits de propriété des statistiques des ligues, voir : Freeman et Scher, 2006; Massari, 2006; Moonier, 2007.

⁶ Aucun équivalent français pour *fantasy sports* ne semble encore s'imposer. On trouve tour à tour les vocables *sports virtuels*, *sports imaginaires*, *sports de fantaisie*, *ligues fantastiques*, *jeux de sport*, etc. L'Office québécois de la langue française propose l'emploi de *jeu du directeur général*, mais, au Québec, le terme *pool sportif* est le plus usuel.

⁷ Pour une introduction aux enjeux des *fantasy sports* américains, voir l'épisode du 15 novembre 2015 de l'émission *Last Week Tonight with John Oliver* (<https://youtu.be/Mq785nJ0FXQ>). Pour aller plus loin, voir : Bowman, N. D., Spinda, J. S. et Sanderson, J. (2016). *Fantasy Sports and the Changing Sports Media Industry: Media, Players, and Society*. Londres, Royaume-Uni : Lexington Books.

L'autre fenêtre principale pour se connecter au sport que permet le numérique est la diffusion en direct sur Internet (*live streaming*). Actuellement, la LNH autorise les fans à regarder sur Internet les matchs des équipes à l'extérieur de leur marché local. À Montréal, par exemple, l'abonnement aux services de diffusion directe de la LNH permet de regarder les parties de toutes les équipes sauf celles des Canadiens⁸. La particularité de la diffusion en direct sur Internet est qu'elle permet de regarder les matchs sans s'abonner à un distributeur, mais en s'abonnant directement auprès de la LNH. Soulignons ici que le service vidéo de la LNH, le Game Center, reprend les images des diffuseurs officiels des équipes de la ligue, mais ne diffuse pas de publicité.

Si la LNH s'inspire un tant soit peu de ce que fait la MLB, sous peu, elle devrait permettre l'abonnement à des forfaits ponctuels du type de ceux que propose MLB.TV, par exemple l'accès à tous les matchs des séries (sauf celles de son équipe locale) pour un montant forfaitaire relativement bas, ou l'accès à des matchs ou à des compétitions hors saison.

La tendance générale est donc celle d'une plus grande centralisation des activités par les ligues. Cela se manifeste notamment dans le traitement du spectacle : la ligue a par exemple mis de l'avant une brigade de « journalistes » qui produisent du contenu pour le compte de la LNH et commentent les faits saillants de la semaine, ou agissent dans ce que Françoise Papa (2000) appelle le temps dilaté de la compétition, c'est-à-dire les reprises, les commentaires, les coulisses, les analyses, etc. Les intermédiaires que constituent les médias sont de moins en moins nécessaires et toutes ces stratégies de contenu permettent d'augmenter la captivité des amateurs de sport dans l'environnement de la ligue. C'est ce que la MLBAM propose : un environnement captif, qui pourrait potentiellement en venir à écarter les médias traditionnels au profit d'un contrôle complet des activités médiatiques par la ligue. On n'en est déjà pas très loin puisqu'éthiquement, on peut mettre en doute la liberté journalistique d'un « joueur-journaliste » (un ancien joueur devenu journaliste), lequel est employé d'un réseau qui est aussi propriétaire... de l'équipe sportive. Rappelons que Rogers et Bell sont toutes deux propriétaires des principaux réseaux spécialisés en sport au Canada, et que Vidéotron, propriétaire de TVA Sports, est impliquée dans l'éventuel retour d'une franchise de la LNH à Québec. Bell et Rogers sont ainsi représentés au sein même de la LNH et prennent part aux décisions quant à l'avenir de la ligue.

Le complexe sport-médias, s'il se déploie et devient plus complexe, compte de moins en moins d'acteurs et il est de moins en moins diversifié. En somme, la ligue intègre progressivement tous les secteurs impliqués dans la chaîne de production. C'est ce que l'on pourrait appeler la force du monopole. Le contrôle de la ligue est d'autant plus symbolique qu'avec l'entente signée entre la NHL et MLBAM, le centre de contrôle des activités numériques s'est déplacé de Toronto à New York, là où se trouve déjà le siège social de la LNH.

⁸ La LNH procède ainsi à du géoblocage qui vise à protéger les droits d'exclusivité des réseaux téléés, même s'il s'avère de plus en plus facile pour les utilisateurs de contourner ces contraintes, que ce soit à l'aide de l'accès à un réseau privé virtuel (VPN) ou en regardant les matchs sur des sites pirates.

Si la relation entre les médias et le sport commercial a impliqué le développement d'un contenu spécifique, le développement d'un genre et le développement économique des diffuseurs et télédiffuseurs, leur relation implique aussi les équipementiers de télévision et les entreprises du secteur des technologies. On le comprend avec la mise au point des téléviseurs 3D, qui, on le voit bien, servent plus le sport que la fiction. On parle aussi aujourd'hui de plus en plus de la télévision holographique, et ce, sans compter ce qui se développe sur les plans de la réalité augmentée ou de la réalité virtuelle. Le sport fait vendre des appareils. De sorte, si le complexe sport-médias s'est complexifié avec l'arrivée du numérique, c'est en multipliant les moyens de se brancher au sport. Et ce qu'on remarque, c'est que ce branchement, cette connexion, passe de plus en plus par les ligues et non plus tant par d'autres intermédiaires, dont les médias.

De cette manière, d'une part les ligues tirent un profit certain puisque chaque façon de se connecter au jeu, comme le proposent les commissaires dans l'extrait cité plus haut (Rosen, 2015), implique un échange monétaire et la consommation d'annonces publicitaires et, d'autre part, les données colligées par les ligues sur leurs partisans deviennent autant d'atouts dans une logique de big data pour mieux orienter leur développement d'affaires. Mais compte tenu de l'importance encore très grande des diffuseurs dans la mise en spectacle du sport, tout comme des fabricants de technologies télévisuelles, on pourrait difficilement prédire la fin du sport à la télévision et le rapatriement complet des activités médiatiques vers la ligue et vers les plateformes numériques. L'intérêt du modèle tel qu'il se déploie avec le numérique, c'est que les modes d'accès au sport se multiplient plutôt que de se substituer les uns aux autres.

Par ailleurs, la majorité des contrats de diffusion des matchs des grandes ligues américaines, dont la LNH, viendront à terme au courant des années 2020. On comprend alors que tous ces nouveaux moyens de se connecter au sport sont autant de moyens pour les ligues d'accroître leur capital en multipliant les formes de monétisation. Le « ever evolving technology age » dont parle Bettman (Rosen, 2015), serait ainsi une ère où chaque nouvelle technologie implique de nouveaux produits qui contribuent à multiplier l'offre. Pour les ligues, il est tout à leur avantage de maintenir les relations existantes, notamment en resserrant les liens avec les autres acteurs du complexe sport médias, mais aussi, en s'appropriant le développement des nouvelles formules marchandes que permettent les nouvelles technologies. De cette manière, elles renforcent leur « connexion » avec le public, et augmentent la pression sur les télédiffuseurs, qui pour conserver leur rôle central en termes de diffusion du sport, pourraient avoir à payer des droits encore et toujours plus élevés.

Références

Andreff, W. (2009). Équilibre compétitif et contrainte budgétaire dans une ligue de sport professionnel. *Revue économique*, 60(3), 591-633.

Andreff, W. (2007). Régulation et institutions en économie du sport. *Revue de la régulation. Capitalisme, institutions, pouvoirs*, (1). Repéré à <https://regulation.revues.org/1274>

Andreff, W. et Nys, J.-F. (1987). *Le sport et la télévision relations économiques : pluralité d'intérêts et sources d'ambiguïtés*. Paris, France : Dalloz.

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes [CRTC] (2016). *Rapport de surveillance des communications 2016*. Repéré à <http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/policymonitoring/2016/cmr.pdf>

Freeman, R. et Scher, P. (2006). Fantasy Meets Reality: Examining Ownership Rights in Player Statistics. *Entertainment and Sports Lawyer*, 23(4), 7-9.

Jhally, S. (1984). The Spectacle of Accumulation: Material and Cultural Factors in the Evolution of the Sports/Media Complex. *Critical Sociology*, 12(3), 41-57.

Law, A., Harvey, J. et Kemp, S. (2002). The Global Sport Mass Media Oligopoly: The Three Usual Suspects and More. *International Review for the Sociology of Sport*, 37(3-4), 279-302.

Lefever, K. (2012). Sports/Media Complex in the New Media Landscape. *New Media and Sport, ASSER International Sports Law Series*, 7-30.

Lupien, P.-A. (2013). *Le sport et la télévision québécoise de 1952 à 2014 : la programmation sportive de Radio-Canada déjouée par la privatisation du service public canadien* (Mémoire de maîtrise). Université du Québec à Montréal.

Lupien, P.-A. (2017, 12 mai). *État de la propriété des clubs sportifs professionnels nord-américains*. Communication présentée dans le cadre du 85^e Congrès de l'Acfas, Colloque « Enjeux culturels et médiatiques des phénomènes sportifs contemporains », Université McGill, Montréal.

Moonier, B. (2007). The Legal Game behind Fantasy Sports: Copyright Protection and the Right of Publicity in Professional Performance Statistics. *Saint Louis University Public Law Review*, 26(1), 129-156.

(de) Moragas, M. et al. (2003). *El impacto de Internet en los medios de comunicación y la industria del deporte*. Centre de Esdutis Olímpics, Universitat Autònoma de Barcelona. Repéré à http://olympicstudies.uab.es/pdf/L021_spa.pdf

Poirier, J.-F. (2013, 26 novembre). La rafle de Rogers, TVA Sports diffuseur officiel. *Radio-Canada.ca*. Repéré à <http://www.radio-canada.ca/nouvelle/643279/Inh-television-rogers>

Rosen, D. (2015, 4 août). NHL, Major League Baseball Advanced Media form transformative digital-rights partnership. *NHL.com*. Repéré à <https://www.nhl.com/news/nhl-major-league-baseball-advanced-media-form-transformative-digital-rights-partnership/c-776246>

Smythe, D. (1977). Communications: Blindspot of Western Marxism. *Canadian Journal of Political and Social Theory*, 1(3), 1-27.

Smythe, D. (1980). Rejoinder to Graham Murdock. *Canadian Journal of Political and Social Theory*, 2(2), 120-127.

Szymanski, S. (2003). The economic design of sporting contests. *Journal of Economic Literature*. Repéré à <http://www.agsm.edu.au/bobm/cluster/IOWS/jie-sport.pdf>

The Globe and Mail (1984, 17 avril). NHL wants court to rule on TV pact. *The Globe and Mail*, S2.

Whannel, G. (1992). *Fields in Vision: Television sport and cultural transformation*. Londres, Royaume-Uni : Routledge.

La modernisation du droit d'auteur tournée vers l'accès : illustration de la transformation des rapports de force au sein des industries de la culture et de la communication?

Simon Claus
Doctorant en communication
Université du Québec à Montréal
Centre de recherche CRICIS
simon.claus40@gmail.com

Résumé

Le 29 juin 2012, la Loi sur la modernisation du droit d'auteur, élaborée en vue d'établir un « juste équilibre entre les droits des créateurs et les intérêts des consommateurs » (Lithwick et Thibodeau, 2011, p. 4), reçoit la sanction royale en vue. Avec une loi tournée particulièrement vers l'accès, « les modifications de 2012 au droit d'Auteur font du Canada un pionnier, le chantre d'une loi que le législateur qualifie lui-même de novatrice » (Azzaria, 2013, p. 888). Il s'agit ici de revenir sur ce texte source de nombreuses tensions, notamment sur la manière dont il s'insère dans le contexte actuel de transformation des industries de la culture et des communications et d'évolution des rapports de force structurant celles-ci.

Abstract

On June 29, 2012, the Copyright Modernization Act, developed to establish a "fair balance between the rights of creators and the interests of consumers" (Lithwick and Thibodeau, 2011, p. 4), receives the Royal Assent. With a law specifically geared towards access, "the 2012 copyright changes make Canada a pioneer, the champion of a law that the legislator himself calls innovative" (Azzaria, 2013, p. 888). Our text discusses this law, a source of many tensions, debating how it fits into the current context of transformation of the culture and communications industries as well as the evolution of the balance of power between them.

Le droit d'auteur, sur lequel reposent historiquement l'organisation des industries de la culture et les formes de marchandisation de nombreux biens culturels, peut se définir comme un dispositif qui organise la rémunération des acteurs de la culture, les relations entre les différentes composantes d'une filière et les conditions de mise à disposition de la culture et de l'information. Pour de nombreux chercheurs, en particulier en sociologie et en économie de la culture, sa vocation est d'établir un compromis entre une multitude d'acteurs, un compromis « socialement acceptable » – question de l'accès – et « économiquement viable » – question de la rémunération – visant à soutenir les intervenants de la culture tout en facilitant l'accès du public à celle-ci (Benhamou et Farchy, 2007; Rochelandet, 2001; Paris, 2002). Notons que, dans la multitude d'acteurs concernée par le droit d'auteur que nous présenterons plus loin, les intérêts de chacun peuvent converger comme diverger, chacun ayant sa propre vision de ce qu'est un « droit d'auteur équilibré ». À ce sujet, durant la 10^e réunion du Comité législatif chargé du projet de loi C-32, le député du NPD Charlie Angus a notamment expliqué : « Ce qu'on ne cesse d'entendre c'est qu'il est question ici d'équilibre. Toutes les personnes qui viennent nous voir disent "Écoutez-moi, parce que j'ai le bon équilibre. Les autres sont déséquilibrés" ». Il s'agit donc, pour chaque acteur, de faire valoir comme conforme à l'intérêt public sa vision du droit d'auteur.

Si on peut faire remonter des formes embryonnaires de propriété intellectuelle aux cités italiennes de la Renaissance, c'est l'Angleterre qui, parallèlement au retour de la monarchie et sous la pression de la guilde des éditeurs-imprimeurs de Londres, adopte, en 1709, la première loi sur le droit d'auteur avec la Loi de la Reine Anne (Patterson, 1968). Cette loi, qui pose les bases du droit patrimonial sur les œuvres artistiques, reconnaît « pour la première fois l'existence d'un droit individuel des auteurs à une protection, quoique seulement en ce qui concernait leurs livres » (UNESCO, 2010, p. 12). Dès sa naissance, le droit d'auteur a été attaché à la matérialité du médium (le livre) et à l'intervention d'« opérateurs culturels » (Edelman, 2008), les éditeurs-imprimeurs. Depuis, le droit d'auteur s'est internationalisé (Bullich, 2007) tout en évoluant au gré des transformations technologiques des médias, mais également en fonction de mutations d'ordre sociales, économiques, politiques et de la structuration de certains rapports de force. L'évolution du droit d'auteur s'est principalement matérialisée par un allongement de la durée de protection – un allongement par vague – (Bettig, 1996), une extension spatiale liée à l'internationalisation de ce dispositif (Bullich, 2007) et une extension à de nouveaux objets en raison de l'émergence de nouveaux médias.

Depuis les années 1990, le développement du numérique, l'arrivée de nouveaux acteurs et l'explosion de certains usages (Millerand, Proulx et Rueff, 2010), à l'image du partage de fichiers pair-à-pair, sont venus bousculer les fondements du droit d'auteur. Le temps juridique s'inscrivant dans un horizon plus long que le temps technologique, il faudra attendre les années 2000 pour voir des textes de loi tenir compte de ce nouveau contexte. À partir de là, on va voir émerger une série de textes nationaux (le Digital Millennium Copyright Act [1998] et le projet de loi SOPA/PIPA aux États-Unis, la loi DAVDSI [2006] et la loi Hadopi [2009] en France, le Digital Economy Act 2010 au Royaume-Uni, la loi Sinde [2011] en Espagne, etc.) et internationaux (Traité de l'OMPI du 20/12/1996, Directive 2001/29/CE, Négociations autour de l'ACTA, etc.) s'inscrivant

dans une « rationalité punitive » afin d'enrayer le « piratage ». On observe ici un choix de gouvernance qui vise une responsabilisation de l'individu en définissant les règles qui sont socialement acceptables et les pratiques qui constituent une déviance.

En 2012, le Canada fait le choix de « moderniser » sa législation sur le droit d'auteur en adoptant une loi tournée vers l'accès, marquant ainsi « un point de bascule dans l'histoire du droit d'auteur canadien » (Azzaria, 2013, p. 892).

Les enjeux du numérique, le droit d'auteur en eaux troubles

Depuis les années 1980, les industries culturelles sont au cœur de transformations liées notamment à la numérisation des contenus et à une mise en réseau croissante, la montée en puissance d'acteurs issus des télécommunications, de l'Internet et du matériel électronique utilisant les productions culturelles pour valoriser leur offre, notamment par les politiques dites de « convergence » et l'évolution des usages et des modalités de consommation de la culture (Bouquillion, Miège et Moeglin, 2013).

Pour les acteurs de la culture, ces transformations se matérialisent notamment par :

- un déplacement des dépenses culturelles des ménages de l'achat direct de produits culturels (livres, disques, DVD, billets de cinéma ou de spectacles, etc.) vers des dépenses :
 - o de services : de télédistribution, d'accès Internet, de téléphonie mobile, de programmation par contournement permettant d'accéder aux produits culturels numérisés;
 - o d'équipements : achat d'appareils vidéo (téléviseurs, lecteurs, cinéma maison), d'ordinateurs, de portables, de tablettes, de consoles de jeux, de liseuses, de téléphones intelligents (SODEC, 2013, p. 62).

Ces transformations ont entraîné une complexification des rapports entre les différents acteurs composant les industries de la culture et la communication (ICC), en particulier du fait du développement d'acteurs ayant tiré parti de l'explosion du numérique et occupant une position de force au sein de ces industries alors que, pour ces derniers, « les contenus ne sont [...] que des outils pour générer plus d'utilisations de leurs services » (Gervais, 2015, p. 1094). Ce sont aujourd'hui ces acteurs qui, pour la plupart tout en ne participant pas au processus de production de la culture, occupent une position de force au sein des ICC (Bouquillion, 2008).

Le droit d'auteur, central au sein des industries culturelles, n'échappe pas à cette tempête et, dans cette mer agitée, une pléthore d'acteurs apparaît concernée, ce qui nous éloigne de la simple relation auteur-éditeur/imprimeur/libraire-lecteur. Ainsi, aujourd'hui, une multitude d'acteurs est concernée par le droit d'auteur. Tout en ayant conscience que ce cadre est très schématique et non exhaustif et qu'il mériterait d'être complété et affiné, nous avons tenté de saisir et de classer ceux-ci de cette manière :

- acteurs de la culture (créateurs, éditeurs/producteurs, sociétés de gestion collective);
- diffuseurs (commerce de détail, radiodiffuseurs, fournisseurs Internet et sociétés de télécommunication, acteurs du web, constructeurs de matériel électronique);
- utilisateurs (éducation, bibliothèques, consommateurs);
- acteurs institutionnels (ministère de Patrimoine, ministère de l'Industrie, Commission du droit d'auteur, tribunaux).

Conséquence de la montée en puissance des acteurs de la communication puis d'Internet depuis les années 1980, on constate qu'aujourd'hui, une myriade de « joueurs » est concernée par le droit d'auteur. Si les intérêts de ces derniers peuvent se rapprocher, ils peuvent également se révéler antagonistes, ce qui complexifie la tâche de l'État en tant qu'arbitre chargé d'établir un droit d'auteur « équilibré ».

Une loi tournée vers l'accès, les acteurs de la culture abandonnés ?

Le 29 juin 2012, le Canada adopte la Loi sur la modernisation du droit d'auteur (LMDA) découlant du projet de loi C-11 qui, lui-même, fait suite à une série de projets avortés : C-60 (2005), C-61 (2008) et C-32 (2010). Mettant l'accent sur l'accès en instaurant une quarantaine d'exceptions tout en augmentant la portée du principe d'utilisation équitable, ce qui a notamment amené le juriste George Azzaria (2013) à déclarer que « dorénavant l'exception constitue la règle » (p. 894), cette loi a suscité de vives critiques, en particulier au sein des acteurs de la culture. Il s'agit ici non pas de présenter l'ensemble du texte adopté, mais de résumer les mesures phare de la LMDA, qui ont fait l'objet de vifs débats et ont donné au texte son orientation.

L'élargissement de la portée de l'utilisation équitable aux fins d'éducation

Durant le processus de modernisation du droit d'auteur, l'utilisation équitable a focalisé une grande partie des débats, en particulier son extension à des fins d'éducation. À cette extension, il faut rajouter une série d'exception à destination des établissements d'enseignement¹ (art. 23 à 27 du projet de loi C-11) et des bibliothèques, des services d'archives et des musées (art. 28 à 30 du projet de loi C-11), qui s'inscrivent dans une philosophie similaire (Lithwick et Thibodeau, 2011). Ces décisions ont été particulièrement saluées par les acteurs de l'éducation et de la documentation et critiquées par les acteurs de la culture.

Conséquence concrète, en 2014, l'Université Laval, emboîtant le pas à 28 autres universités hors Québec qui étaient en entente avec Access Copyright, décide de ne pas renouveler sa licence globale avec Copibec, créant au passage le Bureau du droit

¹ Dans son résumé de projet de loi C-11, le site Culture équitable (C-11 en Bref) présente les exceptions touchant l'éducation comme étant : la communication d'une œuvre par télécommunication, l'extension de la licence de photocopie, les œuvres sur Internet et la reproduction pour une présentation visuelle ou un examen (<http://www.cultureequitable.org/c-11-en-bref/>).

d'auteur avec une politique prévoyant la reproduction de « courts extraits » sans permission d'une œuvre (jusqu'à 10 %) aux fins d'éducation, de recherche et d'étude privée. Afin d'obliger l'Université Laval à revenir sur cette décision, Copibec, tout en réclamant des dommages d'environ 4 millions de dollars canadiens, a intenté une action collective auprès de la Cour supérieure. Dans le reste du Canada, la Cour supérieure doit également rendre sa décision concernant un litige similaire opposant Access Copyright à l'Université York. Si l'on est encore dans le flou quant aux conséquences réelles à terme de l'adoption de la LMDA sur les industries de la culture et de la communication, on observe donc que certains effets commencent quand même à se dessiner.

L'élargissement de la portée de l'utilisation équitable aux fins de parodie et de satire et la « clause YouTube »

La LMDA étend également l'utilisation équitable au motif de parodie et de satire. Avec cette décision, le législateur a fait le choix de considérer que la satire et la parodie représentent des actes de création à part entière. Cet élargissement de l'utilisation équitable a été adopté dans un contexte où la montée du numérique et les possibilités techniques liées à celui-ci ont fortement contribué à une forte croissance des parodies et des satires entraînant certaines tensions en lien avec la question du droit d'auteur. Cette extension de l'utilisation équitable peut être liée à la nouvelle exception pour le contenu non commercial généré par l'utilisateur (CNCGU) qui s'insère dans une philosophie proche. L'exception pour le CNCGU qui autorise une personne à utiliser une ou plusieurs œuvres mises à la disposition du public pour créer une œuvre nouvelle sert essentiellement à légaliser des pratiques telles que les *mash-ups* ou les *memes* devenues répandues chez les internautes. Pour beaucoup d'acteurs de la culture, cette mesure représente une atteinte au droit d'auteur, notamment en ce qui concerne le droit moral. Notons également que si on parle de contenu non commercial, cela ne veut pas dire qu'il n'y a pas de processus de marchandisation, et les grands « gagnants » sont les plateformes qui utilisent ces contenus pour valoriser leur offre, ce qui explique le surnom de « clause YouTube » pour l'exception pour le CNCGU.

Les exceptions pour les usagers et la non-modernisation du système de copie privée

Quatre dispositions concernant les usagers/consommateurs ont été adoptées :

- L'article 29.21 de la LDA – évoquée précédemment – autorisant le contenu non commercial généré par l'utilisateur.
- L'article 29.22 de la LDA permettant au consommateur de reproduire à des fins privées tout objet protégé par le droit d'auteur si la copie a été légitimement obtenue.
- L'article 29.23 de la LDA prévoyant un droit d'écoute en différé.
- L'article 29.24 de la LDA prévoyant une exception pour les copies de sauvegarde.

L'objectif est d'autoriser certains usages comme la production de CNCGU, l'enregistrement de programmes audiovisuels ou encore la copie de musique sur baladeur numérique qui, aujourd'hui, sont développés et apparaissent difficiles à contrôler. Les acteurs de la culture ont dénoncé des choix électoralistes venant là encore amputer leurs revenus. Pour eux, cette décision pose d'autant plus problème que le gouvernement a refusé de moderniser le système de copie privée, décision emblématique sur laquelle nous reviendrons plus loin, en étendant par exemple celui-ci au disque dur d'un ordinateur ou à un enregistreur audionumérique.

Dommmages et intérêts préétablis

La LMDA est venue instaurer un plafond sur les dommages-intérêts préétablis dans les cas de violation à caractère non commercial qui se situent dans une fourchette de 100 à 5 000 \$. Cette réduction des dommages et des intérêts pour « piratage non commercial » a aussi été très critiquée par les acteurs de la culture.

La question du rôle des FSI

Alors que plusieurs acteurs de la culture demandaient une responsabilisation des fournisseurs de services Internet, voire une implication de ceux-ci dans le financement de la culture dans la mesure où l'activité des usagers sur Internet repose notamment sur l'échange, le visionnement et l'écoute de contenus culturels, on a plutôt assisté à une déresponsabilisation de ceux-ci, considérés comme des intermédiaires « neutres », ce qui s'est notamment matérialisé par l'instauration du système d'avis.

La disposition concernant les enregistrements éphémères destinés à la radiodiffusion

La LMDA abroge le paragraphe 30.9(6)² de la version antérieure de la Loi sur le droit d'auteur, éliminant l'obligation pour les radiodiffuseurs de payer les copies destinées à la radiodiffusion. Cette disposition ne s'applique qu'aux enregistrements éphémères et ceux-ci doivent être détruits dans tous les cas dans les 30 jours suivant la reproduction. Si cette disposition a été saluée par les radiodiffuseurs, elle a été très critiquée par les acteurs culturels s'inquiétant de l'amputation de leurs revenus. Selon Madeleine Lamothe-Samson (2013),

à première vue, et de l'aveu même des radiodiffuseurs, ce « régime de destruction » aura pour effet de multiplier le nombre de copies effectuées, sans aucune valeur ajoutée ni pour les ayants droit, ni pour les diffuseurs eux-mêmes, ni pour le public auquel est destinée la programmation des diffuseurs (p. 1024).

² Avant la LMDA, l'exception des enregistrements éphémères ne s'appliquait pas s'il était possible d'obtenir une licence auprès d'une société de gestion.

Les mesures techniques de protection

Le 20 septembre 1996, avec les traités de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI) sur le droit d'auteur (TODA) et sur les interprétations et les exécutions et les phonogrammes (TOIEP), l'interdiction du contournement des mesures techniques de protection (MTP) est devenue une règle supranationale que le Canada en tant que membre de l'OMPI a dû adopter. Néanmoins, il a longtemps été reproché au Canada de ne pas appliquer ces traités, au point que les États-Unis accusaient leur voisin d'être devenu « un "refuge sûr" pour les pirates de l'Internet » (The Congressional International Anti-Piracy Caucus, 2009, p. 2). Ces derniers avaient placé leur voisin du sud sur leur liste des pays dont la législation en matière de propriété intellectuelle est à revoir. La LMDA interdisant le contournement des MTP, le Canada est sorti de cette liste.

Plusieurs acteurs de la culture ont salué cette décision, mais d'autres ont expliqué qu'elle servait surtout les grands majors de la culture et l'industrie du jeu vidéo. Les représentants des utilisateurs ont dénoncé une mesure réduisant l'accès à la culture et contre-productive, car elle empêcherait certaines utilisations permises par la LMDA.

Une analyse sous l'angle des rapports de force

Nous avons tenté de saisir la position de chacun des acteurs composant les ICC sur le droit d'auteur révélant les formes de marchandisation et de mise à disposition de la culture et de l'information que ceux-ci défendent. À cet effet, nous avons analysé les débats entourant le processus de modernisation du droit d'auteur, en particulier autour du projet de loi C-32 et du projet de loi C-11³, chacun⁴ étant invité à se prononcer sur ces projets de loi. Dans ce cadre-là, nous avons donc étudié 166 mémoires pour le projet de loi C-32 et 104 pour le projet de loi C-11. Nous avons également analysé les contenus issus des comités législatifs chargés du projet de loi C-32 et du projet de loi C-11. Les comités législatifs sont créés pour étudier des projets de loi et comprennent notamment l'audition de témoins et l'examen détaillé de mesures législatives. Nous nous sommes donc penchés sur 20 réunions dans le cadre du projet de loi C-32 et 13 en ce qui concerne le projet de loi C-11.

Pour le législateur, ce type de processus faisant appel aux groupes de pression a une visée informative en vue de l'élaboration de la norme, tout en étant une source de légitimité. En effet, dans ce cadre, le législateur renonce à l'argument d'autorité pour collaborer à la prise de décision en impliquant une série d'acteurs concernés. L'État doit alors réaliser un arbitrage politique, notamment entre intérêts antagonistes.

³ Les projets de loi C-32 et C-11 sont les mêmes, le projet C-32 ayant été abandonné en raison des élections.

⁴ Précisons que nous nous sommes plutôt attardé sur les commentaires d'associations, d'acteurs institutionnels et d'entreprises.

Durant les débats, chaque acteur a donc tenté de développer une argumentation visant à présenter ses propres intérêts comme étant conformes à l'intérêt public. Comme les théoriciens de la régulation l'expliquent :

Le politique est un mode d'interaction social, caractérisé par la tentative des acteurs de faire prévaloir une organisation sociale conforme à leurs intérêts tels qu'ils les conçoivent; ils essayent alors d'acquérir et faire valoir une capacité d'influence sur les choix publics. Cette influence, ce pouvoir, découle principalement du rôle que les différents acteurs peuvent jouer dans la production de soutien au système politique (Amable et Palombarini, 2005, p. 48).

Notons que comme l'a montré Marc Raboy (1995) dans ses travaux sur la Loi sur la radiodiffusion de 1991, dans ce type de processus, on peut observer un déséquilibre des forces en présence entraînant le risque de voir le législateur reproduire certains rapports de force.

Dans notre travail, nous avons tenté d'identifier l'argumentation de chaque groupe d'intérêt, même si nous avons conscience que, dans les faits, au sein d'un même groupe d'intérêt, il peut exister certains points de divergence et que les points de vue sont plus complexes que la façon dont nous les avons synthétisés dans la présente communication.

Premièrement, les acteurs du secteur de la culture ont construit un discours orienté sur la nécessité de maintenir un marché prolifique et fonctionnel. Très critiques envers la loi, ceux-ci ont mis en avant la nécessité d'un revenu stable pour les créateurs afin de pouvoir produire et créer. « Ils doivent être payés pour leur travail », ce qui passe par un droit d'auteur fort dans un contexte où celui-ci est de plus en plus attaqué. Dénonçant une loi tournée vers l'accès au contenu plutôt que vers son financement, plusieurs représentants de la culture ont expliqué se sentir lésés par rapport à d'autres acteurs plus puissants, les créateurs et les producteurs devenant en quelque sorte les parents pauvres de ce processus de modernisation du droit d'auteur.

Ces acteurs se sont donc organisés pour dénoncer la LMDA. À ce titre, Copibec, rejoint par une vingtaine de sociétés de gestion et représentants de la culture, a mis en place www.cultureequitable.org, un site Internet visant à « informer » sur le projet de loi C-32 (puis C-11) et, surtout, à le dénoncer. Ce regroupement a également mis en place plusieurs opérations, à l'instar de l'« autobus du showbusiness⁵ » en août 2009, où une centaine d'artistes se sont rendus sur la colline parlementaire pour y rencontrer sénateurs, députés et ministres, notamment pour remettre un mémoire comportant neuf demandes.

Dans les débats, les représentants du Québec (Parti libéral du Québec comme Parti québécois, Bloc québécois, Barreau du Québec) ont rejoint les acteurs de la culture sur

⁵ On a notamment retrouvé des vedettes québécoises telles que Luc Plamondon, Robert Charlebois, Ariane Moffatt, Stéphane Archambault, Florence K, Jean-François Breau, etc.

cette vision d'un droit d'auteur axé sur la rémunération et dans leur opposition à la LMDA. Le Québec possède, en matière culturelle, une politique particulièrement interventionniste liée aux spécificités culturelles et linguistiques de la province comme l'illustre la première politique culturelle gouvernementale du Québec déposée le 19 juin 1992. Cette « tradition » semble s'être matérialisée dans les débats entourant la modernisation du droit d'auteur avec une volonté d'axer le droit d'auteur sur la rémunération des acteurs de la culture, une vision du droit d'auteur proche des pays latins. Notons que le NPD a également pris des positions proches des acteurs de la culture.

Les utilisateurs ont plutôt articulé leur discours autour de l'accès. Le droit d'auteur représente un monopole qui, lorsqu'il est trop contraignant, nuit à la diffusion de la culture. À ce titre, le droit d'auteur ne doit pas devenir un frein à l'accès à la culture et au savoir, ce qui a notamment amené ces derniers à dénoncer l'interdiction de contournement des mesures techniques de protection (DRM) et à saluer l'extension d'utilisation équitable à de nouveaux objets et l'ajout de certaines exceptions. Avec ces dernières mesures, la LMDA serait donc venue rééquilibrer un droit d'auteur trop contraignant.

Les acteurs du secteur de la distribution et des « technologies », organisés notamment autour de l'Association des radiodiffuseurs et de la Business Coalition for Balanced Copyright (BCBC)⁶, ont mis plutôt l'accent sur la valorisation des principes d'innovation, de créativité et de neutralité technologique. Selon eux, un droit d'auteur équilibré ne doit pas nuire à la compétitivité de l'économie, ces derniers mettant l'accent sur le lien argumentatif entre innovation, créativité et neutralité technologique : « Il faut éviter d'entraver l'innovation et les porteurs de l'innovation ça serait eux ». Ces acteurs ont plutôt salué la réforme du gouvernement Harper, plusieurs de leurs revendications ayant été satisfaites à l'instar de la non-responsabilisation des fournisseurs d'accès Internet, la non-extension de la copie privée ou encore la gratuité du transfert technologique (l'exemption éphémère touchant la radio commerciale).

Les éléments de langage liés à la compétitivité économique ont également été très présents dans le discours du gouvernement conservateur et sa définition d'un droit d'auteur « moderne ». L'idée générale est qu'il faudrait construire un droit d'auteur favorisant l'innovation et la compétitivité au sein de l'économie numérique. À titre d'exemple, le ministre fédéral de l'Industrie Christian Paradis⁷ de l'époque avait déclaré, lors de l'adoption de la LMDA :

Notre gouvernement met en place un cadre législatif moderne qui renforcera notre capacité concurrentielle au sein de l'économie numérique mondiale.

⁶ Membres de la BCBC (2011) : Association canadienne des radiodiffuseurs, l'Association canadienne des fournisseurs d'Internet, une section de CATAlliance, la Canadian Cable Systems Alliance, l'Association canadienne des télécommunications sans fil, la Computer and Communications Industry Association, le Conseil canadien du commerce du détail, Bell, Bell Aliant, Cogeco Cable, EastLink, eBay, Google, MTS Allstream, Rogers, SaskTel, TELUS, Third Brigade, Tucows, et Yahoo! Canada.

⁷ Il est intéressant de noter que le ministère de l'Industrie traite de la modernisation du droit d'auteur en collaboration avec celui du Patrimoine.

Cette législation assure un juste équilibre entre les droits des créateurs et les intérêts des consommateurs. Elle contribuera à protéger et à créer des emplois partout au pays, tout en favorisant l'innovation et en attirant de nouveaux investissements (Gouvernement du Canada, 2012, p. 1).

Notons également que le gouvernement, dans sa volonté de « maintenir un équilibre adéquat entre les droits des titulaires de droits et les besoins des intermédiaires et des utilisateurs », a insisté sur sa volonté de tenir compte « des activités quotidiennes des Canadiens » (*ibid.*).

Le débat sur la « taxe iPod »

Le débat sur la copie privée symbolise bien les tensions qui ont entouré le processus de modernisation du droit d'auteur, ce système n'ayant pas été revu alors que l'on a assisté à l'introduction de nouvelles exceptions couvrant certaines reproductions faites par les consommateurs. En 1997, le régime de copie privée a été instauré pour pallier une « défaillance » de marché créée par la facilité grandissante qu'avaient les usagers à copier des œuvres musicales. Comme d'autres pays, le Canada a ainsi instauré une exception autorisant la reproduction de musique enregistrée à des fins personnelles, assorties d'une compensation, un nouveau droit à rémunération gérée par gestion collective et basée sur une redevance prélevée sur les dispositifs de stockage, la cassette, le CD vierge et le minidisque.

Aujourd'hui, ce régime de copie privée ne semble plus adapté en raison de l'évolution des technologies et de la transformation de certains usages, car les consommateurs se sont déportés sur d'autres appareils d'écoute et supports de stockage. Symbolisant cette évolution, depuis 10 ans, on observe une forte chute des revenus de copie privée au Canada (Figure 1) :

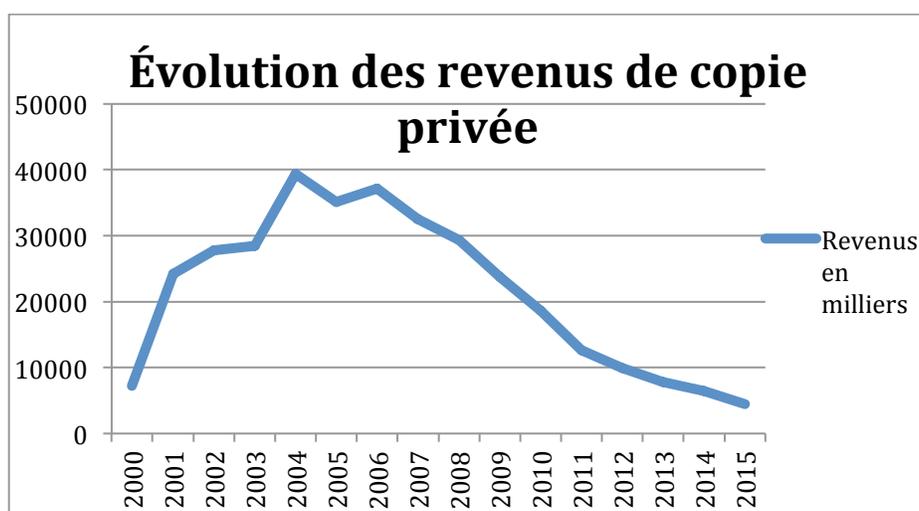


Figure 1. Évolution des revenus de copie privée
(Source : La Société canadienne de Perception de la copie privée)

Avec la LMDA, le législateur a fait le choix de ne pas modifier le système de copie privée, ce qui correspond à une révision demandée de longue date par les acteurs de la culture, rejoints notamment durant les débats par le Bloc québécois et le NPD. L'argumentation de ces acteurs repose sur l'idée qu'« il n'y a aucune justification logique à cette distinction entre les divers types de copies faites par les consommateurs pour leur usage personnel. Une copie, qu'elle soit faite sur un CD vierge, sur le disque dur d'un ordinateur ou sur un enregistreur audionumérique, demeure une copie » (Lamothe-Samson, 2013, p. 1018).

En outre, pour les acteurs culturels, nombre de fabricants électroniques et d'acteurs issus du numérique utilisent les contenus culturels pour valoriser leurs produits, ce que Philippe Bouquillion (2008) nomme des stratégies de « culturisation ». À ce titre, durant la 6^e réunion du comité législatif chargé du projet de loi C-32, Annie Morin directrice d'Artisti a expliqué :

Que je m'achète un iPod shuffle ou un iPod nano, il s'agit vraiment de ce que vous appelez un music device. Si vous regardez les annonces publicitaires sur les iPod, que voyez-vous? Des gens qui dansent. Ils ne lisent pas des notes de cours ou ne regardent pas des photos : ils écoutent de la musique. Ces appareils sont conçus pour écouter de la musique.

De son côté, le gouvernement Harper a toujours rejeté toute idée de modification du système de copie privée, arguant qu'il n'y aurait pas de mise en place de « taxe iPod » ou de « taxe à la technologie ». Il est intéressant de noter qu'en transformant la modernisation du système de copie privée, qui est un système de redevance, en « taxe », on observe l'utilisation d'un procédé discursif qui vise à empêcher l'adoption de telles mesures tout en se posant en protecteur du « consommateur/citoyen ». On associe négativement toute velléité de réglementation à quelque chose de foncièrement mauvais et contre-productif (frein à la technologie et l'innovation) en expliquant qu'il faut laisser le marché le plus libre possible dans l'intérêt du consommateur. Comme le note Gerald Kerr-Wilson (2015) :

La réforme du droit d'auteur n'est généralement pas considérée comme un concept qui « rapporte des votes ». Il ne s'agit pas d'un sujet qui, en soi, est particulièrement populaire, sauf pour le dossier chaud occasionnel lié aux consommateurs (comme la campagne qui a eu cours il y a quelques années sur « aucune taxe sur les iPod »). (p. 1.)

Conclusion

Quelles conclusions tirer de ce bref exposé de la LMDA? Précisons avant tout que cette analyse de la LMDA, que nous savons partielle⁸, vise à mettre en lumière l'orientation générale de la LMDA. Nous avons vu que la LMDA, plutôt orientée vers l'accès, a été la source de nombreux clivages entre groupes d'intérêt. À ce titre, alors que les acteurs de la culture se sont inquiétés de l'adoption de la LMDA qui, selon eux, vient mettre en péril les modalités de financement de la culture et donc finalement le modèle sur lequel s'organisent les industries culturelles, les utilisateurs et les diffuseurs, à l'instar des représentants de la BCBC, se sont montrés plutôt satisfaits. Derrière les acteurs satisfaits par l'adoption de la LMDA, on retrouve des acteurs qui aujourd'hui occupent une position de force au sein des ICC. Ainsi, dans un contexte de transformation de ces ICC en lien avec la montée d'Internet et au-delà du numérique, il semble se dessiner une volonté du gouvernement 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.

En 1999, Thierry Vedel notait, en observant les transformations qui marquaient les ICC depuis les années 1980, que l'on assistait à une transformation des rapports de force se caractérisant par le passage de la « coalition de l'électronique » au « complexe postal industriel ».

Le « complexe postal-industriel », soutenu par un ensemble d'acteurs économiques, politiques ou sociaux, a articulé son action autour deux principes politiques : « l'accès de tous les individus aux réseaux (principe auquel renvoie la notion contemporaine de services universels) et l'égalité de traitement de tous les utilisateurs » (Vedel, 1999, p. 14). La coalition de « l'électronique » serait, quant à elle, constituée de firmes issues de l'informatique et de grands utilisateurs souhaitant bénéficier d'un accès au marché des télécommunications plus profitable et serait soutenue par des groupes politiques néolibéraux. Dès lors, on aurait assisté à une modification du rôle de l'État avec un passage d'un « État opérateur » à un « État animateur » (Vedel, 1999) et la « réglementation ne vise[rait] 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 » (Vedel, 1999, p. 18).

La LMDA que nous venons de présenter semble s'inscrire dans cette tendance comme l'illustre l'argumentation basée sur les thèmes de l'économie et de l'innovation mise en place par le gouvernement. Dans un contexte de transformations des ICC et de dilution des revenus pour les acteurs de la culture, plus que la question du droit d'auteur, c'est celle du rôle de l'État au sein de ces industries qui est posée ici. Or ce dernier, s'affirmant plutôt comme un accompagnateur des mutations liées au numérique au sein d'industries culturelles qui, bien que familières aux périodes de crise, connaissent des temps d'incertitude, semble se positionner dans la lignée de certains rapports de force

⁸ Nous avons ici conscience que nous n'avons pu voir l'ensemble des mesures de la LMDA en entrant dans la complexité de chacune d'entre elles et donc analyser en profondeur les positions de chaque protagoniste.

qui structurent actuellement les ICC – ou, tout le moins, ne semble pas engagé dans une volonté de les rééquilibrer.

Références

Amable, B. et Palombarini, S. (2003). *Une approche néo-réaliste de l'économie politique*. Communication présentée lors du colloque « Conventions et Institutions », Paris, France.

Angus, C. (2011). *Comité législatif chargé du projet de loi C-32*. N° 10, 3^e session, 40^e législature.

Azzaria, G. (2013). Un tournant pour le droit d'auteur canadien. *Les cahiers de propriété intellectuelle*, 25(3), 887-902.

Benhamou, F. et Farchy, J. (2007). *Droit d'auteur et copyright*. Paris, France : La Découverte.

Bettig, R. V. (1996). *Copyrighting Culture. The Political Economy of Intellectual Property*. Boulder, CO : Westview Press.

Bouquillion, P. (2008). *Les industries de la culture et de la communication*. Grenoble, France : Presses universitaires de Grenoble.

Bouquillion, P., Miège, B. et Moeglin, P. (2013). *L'industrialisation des biens symboliques. Les industries créatives en regard des industries culturelles*. Grenoble, France : Presses universitaires de Grenoble.

Bullich, V. (2007). *L'internationalisation du droit d'auteur : une perspective en termes d'histoire économique et politique*. Communication présentée au 8^e colloque Brésil-France à l'institut de la Communication et des médias, Université Stendhal, France.

Edelman, B. (2008). *La propriété littéraire et artistique*. Paris, France : Presses universitaires de France.

Gervais, D. (2015). La rémunération des auteurs et artistes à l'ère du streaming. *Les cahiers de propriété intellectuelle*, 27(3), 1085-1108.

Gouvernement du Canada. (2012). *Les ministres Paradis et Moore se réjouissent de l'adoption de la Loi sur la modernisation du droit d'auteur par la Chambre des communes*. Innovation, science et développement économique, communiqué de presse.

Kerr-Wilson, G. (2015). Droit d'auteur canadien : campagne électorale fédérale 2015. Aperçu. *Fasken Martineau*. Repéré à <http://www.fasken.com/fr/droit-dauteur-canadien-campagne-electorale-federale-2015-apercu/>

Lamothe-Samson, M. (2013). Les nouvelles exceptions pour reproduction à des fins privées/visionnement en différé/copie de sauvegarde/enregistrements éphémères par les radiodiffuseurs : un échec au test de la réalité. *Les cahiers de la propriété intellectuelle*, 25(3), 1001-1025.

Lithwick, D. et Thibodeau, M.-O. (2011). *Projet de loi C-11 : Loi modifiant la Loi sur le droit d'auteur* (Publication n° 41-1-C11-F. Ottawa, Ontario : Bibliothèque du parlement.

Millerand, F., Proulx, S. et Rueff, J. (dir.) (2010). *Web social. Mutation de la communication*. Québec, Québec : Presses de l'Université du Québec.

Morin, A. (2010). *Comité législatif chargé du projet de loi C-32*. N° 10, 3^e session, 40^e législature.

Paris, T. (2002). *Le droit auteur : l'idéologie et le système*. Paris, France : Presses universitaires de France.

Patterson, L. R. (1968). *Copyright in Historical Perspective*. Nashville, TN : Vanderbilt University Press.

Raboy, M. (1995). *Accès inégal Les canaux d'influence en radiodiffusion*. Québec, Québec : Presses de l'Université du Québec.

Rochelandet, F. (2002). Le droit d'auteur européen à l'ère numérique : quelles leçons tirer de l'expérience américaine du Digital Millennium Copyright Act?. Dans M. Basle et T. Pénard (dir.), *Europe.com : la société européenne de l'information*. Económica.

SODEC. (2013). *De L'œuvre à son public. Rapport du groupe de travail sur les enjeux du cinéma*. Montréal, Québec : SODEC.

United States Congress. (2012). The Congressional International Anti-Piracy Caucus.

UNESCO (2010). L'ABC du droit d'auteur. *Secteur de la culture de l'UNESCO*. Repéré à http://www.unesco.org/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/diversity/pdf/WAPO/ABC_Copy_right_fr.pdf

Vedel, T. (1999). La gouvernance des réseaux mondiaux de communication. *Politique et Sociétés*, 18(2), 9-3.

Le compromis social du droit d'auteur au temps du numérique

France Aubin
Professeure au Département des lettres et communication sociale
Université du Québec à Trois-Rivières
Centre de recherche CRICIS
france.aubin@uqtr.ca

Résumé

L'intégration récente du droit d'auteur à la propriété intellectuelle coïncide avec le développement technologique ayant débouché sur la dématérialisation et la numérisation des contenus. La dématérialisation des œuvres remet le droit d'auteur en question et, à sa suite, les rapports de force et les compromis sociaux que nous abordons comme deux configurations du droit d'auteur. Présentant succinctement tour à tour la configuration du rapport de forces et la configuration du compromis social, nous revenons sur les mutations subies par ces configurations en nous attardant plus longuement au compromis social, cherchant à en comprendre les ressorts et les acteurs.

Abstract

The recent integration of copyright in intellectual property coincides with the technological development that has led to the dematerialization and digitization of content. The dematerialization of content challenges copyright and, namely, power relationships and social compromise that we approach as two configurations of copyright. Presenting succinctly the configuration of the power relationships and the configuration of the social compromise, we consider the mutations undergone by these configurations.

Pour commencer ce texte issu de ma présentation sur le compromis social du droit d'auteur au temps du numérique, je distinguerai ce que je nomme les deux configurations du droit d'auteur : la configuration du rapport de forces et la configuration du compromis social. Puis, je présenterai brièvement les mutations subies par ces configurations en m'attardant plus longuement au compromis social, cherchant à en comprendre les ressorts et les acteurs.

Les deux configurations du droit d'auteur

Les deux configurations sont intimement liées bien sûr, mais il m'a semblé qu'il fallait les distinguer pour arriver à y voir plus clair dans la pluralité des discours qui portent sur le droit d'auteur et la propriété intellectuelle, notamment dans le cadre des négociations de libre-échange, comme celles de l'AÉCG (Accord économique et commercial global entre le Canada et l'Union européenne), du TAFTA (Partenariat transatlantique pour le commerce et l'investissement, entre l'Union européenne et les États-Unis, aussi appelé CETA) ou du PTP (Partenariat transpacifique, entre douze pays, dont le Canada).

La configuration du rapport de forces

La configuration du rapport de forces met en lien trois acteurs :

- l'auteur/créateur;
- l'intermédiaire (le producteur/l'éditeur selon les différentes filières culturelles);
- et l'État.

L'auteur et le producteur entretiennent une relation de codépendance. L'État se contente, en général, de s'assurer d'un certain équilibre entre les deux partenaires auxquels il délègue par ailleurs le détail des négociations (par exemple dans le cadre d'audiences devant la commission du droit d'auteur pour fixer les tarifs de différentes prestations, ou encore des audiences visant à revoir les tarifs depuis l'adoption de la nouvelle loi canadienne du droit d'auteur de 2012), ou encore à la suite de certaines décisions de la Cour suprême, auxquelles je reviendrai un peu plus tard.

Pour expliquer ce rapport de codépendance, on peut s'appuyer sur la doctrine du droit d'auteur, qui estime que la cession des droits d'auteur aux personnes les mieux placées pour les valoriser (l'intermédiaire) est bénéfique à tout le monde, incluant les auteurs eux-mêmes : « un agent économique a tout intérêt à céder l'exploitation d'un bien à un autre agent capable d'en dégager un meilleur profit, s'il le cède à un prix supérieur au profit qu'il en réaliserait lui-même » (Benhamou et Farchy, 2009, p. 16).

La relation de codépendance n'en est cependant pas une d'égalité. Il existe bel et bien un rapport de forces entre les producteurs et les créateurs, et c'est généralement en faveur des premiers qu'il s'exerce (Aubin, 2015). La valorisation de l'œuvre suppose en effet de faire appel à une série de techniques diversifiées, par exemple l'imprimerie, l'enregistrement sonore ou la vidéo. Le rapport entre les deux principaux acteurs

concernés par le droit d'auteur, l'auteur et son producteur/éditeur, est donc fondamentalement déterminé par des considérations techniques.

Pour l'essentiel, le troisième acteur, l'État, se contente de valider ce rapport de forces (Aubin, 2015), du moins en dehors des périodes où le législateur est actif dans le domaine du droit d'auteur, c'est-à-dire lorsqu'il revoit, réforme ou modernise la loi. À noter que l'expression « modernisation du droit d'auteur », qui est utilisée dans bon nombre de pays, comme en France, au Brésil et au Canada, est synonyme de révision du droit d'auteur au temps du numérique.

Voilà donc un aperçu très schématique de la configuration du rapport de forces, dont traite plus longuement le texte de Simon Claus.

La configuration du compromis social

Quant à la configuration du compromis social, elle met en scène quatre protagonistes, les trois mêmes acteurs de la configuration du rapport de forces, soit le créateur, le producteur et l'État, auxquels s'ajoute le public.

En fait, le créateur et son producteur ne forment désormais ici qu'un seul acteur, celui des « ayants droit ». Le producteur défend le droit de son auteur à obtenir des droits d'auteur puisqu'il en reçoit lui-même la plus grande part.

Dans le compromis social du droit d'auteur prénumérique, l'auteur et son producteur occupent ainsi le pôle du droit au soutien du créateur, même si une grande part des revenus va au producteur plutôt qu'au créateur.

Le public, pour sa part, occupe le pôle de la démocratisation culturelle, aussi nommé le droit à l'accès aux œuvres.

Pour le dire autrement, le compromis social est un compromis, certains diront un équilibre, entre deux droits : celui de vivre de sa création et celui d'accéder à la création de l'autre.

Les mutations des deux configurations

À l'heure actuelle, tant la configuration du rapport de forces que la configuration du compromis social subissent d'importantes mutations. On peut également penser que les deux configurations exercent l'une sur l'autre des effets. Dans les paragraphes qui suivent, nous discuterons de ces mutations.

Les mutations du rapport de forces

On observe deux grandes tendances dans la configuration du rapport de forces, tendances qui s'appliquent différemment selon les filières culturelles : d'une part, l'allongement de la chaîne de valeur entre le créateur et le public, c'est-à-dire une augmentation du nombre d'intermédiaires (Chantepie et Le Diberder, 2010); d'autre part, une plus grande captation de la valeur en aval. Ou, pour le dire autrement, une plus grande captation par les industries de support (télécoms) que par les industries de contenu (Cohen et Verdier, 2008).

En conséquence, il se peut que le rapport entre l'auteur et son intermédiaire soit moins profitable à l'auteur, à son producteur, ou encore à l'un et à l'autre, selon les filières, c'est-à-dire selon l'évolution de la chaîne de valeur (son allongement) et selon le rôle de l'intermédiaire dans la nouvelle chaîne de valeur (Claus, 2015).

Les mutations du compromis social

De fait, lorsque le rapport de forces change, le compromis social change aussi. Ainsi, selon la filière, certains anciens alliés des auteurs dans la configuration du rapport de forces (que nous avons appelés les intermédiaires) se désintéressent progressivement du rapport qu'ils entretiennent avec leurs auteurs et défendent peu les acquis du droit d'auteur. Ils s'en désintéressent parce qu'ils occupent un autre rôle dans la filière, plus en aval qu'en amont, et donc plus près des usagers (du public, des consommateurs), de la configuration du compromis social, et plus loin des auteurs/créateurs.

Les intermédiaires continuent de capter la valeur, mais cette fois par le droit d'accès. Je pense par exemple à Bell, dont la filière médias décline alors que sa filière télécoms, qui donne accès notamment à ses médias, continue de générer d'importants profits, ou alors à Québecor, à la fois producteur d'artistes, d'émissions de télévision où on voit ses artistes, propriétaire d'un amphithéâtre où se produisent ses artistes, de magazines qui parlent de ses artistes, de services de téléphonie, filaire ou multifonctionnelle, de câblodistribution et de services Internet qui donnent accès à l'ensemble. Largement subventionnée en amont, sans doute parce que les droits d'auteur dans un petit marché comme le Québec seraient insuffisants pour assurer à eux seuls la rentabilité des projets artistiques, c'est en aval que l'entreprise Québecor tire le plus gros de ses revenus. Pour ce type d'entreprises, le droit d'auteur a donc certainement perdu une bonne part de sa valeur incitative.

D'autres filières, au contraire, continuent de défendre âprement le régime du droit d'auteur et de lutter contre la contrefaçon et le piratage, sans égard, par ailleurs, à l'utilisation des œuvres, qu'elle soit commerciale ou privée. C'est le cas de la filière cinématographique hollywoodienne et des entreprises réunies au sein de la puissante association MPAA (Motion Picture Association of America).

Les acteurs d'autres filières, comme celles du livre ou de la musique, font valoir le rôle essentiel joué par les intermédiaires (les éditeurs et les producteurs) et cherchent à

démontrer la nécessité de maintenir, voire d'améliorer, l'ancien compromis social, qui reposait en grande partie sur l'appropriation directe et individuelle dont traite le texte de Philippe Chantepie en expliquant qu'en réalité, plusieurs des biens culturels étaient des biens collectifs et non privés, avec les deux axes biens excluables/non excluables et rivaux/non-rivaux.

Dans le secteur de l'édition scientifique, même si la grande majorité des auteurs renoncent en fait à leurs droits d'auteurs, seuls les gros joueurs internationaux arrivent à tirer leur épingle du jeu. Au Canada, l'abandon des forfaits compensatoires, longtemps consentis par le gouvernement fédéral pour le prêt en bibliothèque, fragilise encore davantage les petites maisons d'édition scientifique, qui jouent pourtant un grand rôle dans l'accès à la publication. À noter que ces forfaits compensatoires, qui ne font pas partie de la loi sur le droit d'auteur, pourraient être reconduits par le gouvernement s'il en avait la volonté politique.

Il ne semble donc pas y avoir de consensus entre les producteurs des différentes filières sur le compromis social du droit d'auteur, alors que les auteurs et les créateurs, pourtant peu rémunérés en général, y semblent encore attachés, comme ils l'ont démontré entre 2009 et 2012 en manifestant contre les projets de loi qui ont donné lieu à la nouvelle loi canadienne (Aubin, 2014).

Qui pense quoi du compromis social?

Qu'en est-il des autres acteurs du compromis social? Qu'en pense le public? Qu'en pense l'État?

Le public, ou plutôt la petite minorité qui suit le dossier, est partagé entre deux camps :

- celui des intervenants culturels proches des filières favorables à l'ancien compromis social;
- et celui des utilisateurs proches du libre accès, tournés vers de nouveaux compromis sociaux, comme le Copyleft ou la licence globale.

En schématisant un peu, on peut dire qu'on trouve, d'un côté, le mouvement « Culture équitable » (qui réunit des éditeurs, des auteurs, des réalisateurs, des interprètes, des sociétés de gestion de droits, des syndicats et des journalistes indépendants) et, de l'autre, Open Media (un organisme sans but lucratif).

Mais pourquoi tout ce monde, plein de bonnes intentions, n'arrive-t-il pas à s'entendre sur un nouveau compromis social? Pourquoi des auteurs qui souhaitent diffuser leurs œuvres et le public qui souhaite y accéder semblent-ils incapables de trouver un compromis? Au fait, qui donc négocie le compromis social?

Mais qui donc négocie le compromis social?

Dans un ouvrage intitulé *The Copyright Pentalogy: How the Supreme Court of Canada Shook the Foundations of Canadian Copyright Law*¹ dirigé par Michael Geist (2013), des spécialistes du droit d'auteur et de la propriété intellectuelle au Canada réfléchissent à l'impact de cinq décisions de la Cour Suprême du Canada rendues le même jour² sur le droit d'auteur et la propriété intellectuelle.

Ces spécialistes soulignent différents enjeux et, en particulier, la consécration du droit des utilisateurs que la Cour suprême avait elle-même créé en 2004 et qui fait dire à certains juristes, notamment d'Agostino (2007), que nous serions maintenant dans une situation de déséquilibre au profit des utilisateurs. D'après Azzaria (2013), un autre juriste, les modifications de 2012 représentent un « point de bascule » dans l'histoire du droit d'auteur canadien.

Les cinq décisions ont été rendues par la Cour Suprême quelque temps avant l'entrée en vigueur de la Loi sur le droit d'auteur, ce qui signifie qu'elles constituent les premiers jalons de la jurisprudence qui servira à l'interpréter. Or cette nouvelle jurisprudence, qui consolide le nouveau droit des utilisateurs en interprétant généreusement les dispositions de l'utilisation équitable, correspond certainement mieux aux demandes du camp du libre accès et d'Open Media qu'à celles des intervenants culturels mobilisés contre la nouvelle loi canadienne, en raison précisément des nouvelles exceptions au droit d'auteur, dont celle de l'utilisation équitable en éducation³.

L'idéologie du libre accès n'est pas sans parenté, oserais-je le souligner, avec l'idéologie libertarienne de notre ancien premier ministre canadien, Stephen Harper, mais l'hypothèse selon laquelle la nouvelle loi visait d'abord à harmoniser le droit d'auteur canadien avec le contenu des accords de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI; à l'ONU) et des aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (ADPIC; à l'OMC) est sans doute plus convaincante, d'autant que l'objectif d'harmonisation juridique était mentionné dans le préambule du projet de loi C-11, au même titre que la nécessaire adaptation aux nouvelles technologies (la modernisation) et que l'importance de la propriété intellectuelle pour le développement économique, qui, bien sûr, est une variation du discours sur la société de l'information.

En revanche, on peut rappeler que la loi canadienne du droit d'auteur adoptée en 2012 ne reflète ni les souhaits des intervenants culturels à l'égard de la reconduction des redevances pour copie privée sur les nouveaux supports ni la volonté de restreindre les

¹ Traduction libre : *La pentalogie du droit d'auteur canadien : comment la Cour Suprême a ébranlé les fondements du droit d'auteur canadien*.

² D'où le terme de *pentalogie*, qui désigne habituellement un cycle littéraire de cinq œuvres portant sur la même trame.

³ Et à propos de laquelle, d'ailleurs, l'association des éditeurs de livres a publié un bilan sur les pertes encourues par les auteurs en vue de la révision de la Loi sur le droit d'auteur qui aura lieu en 2017 (Prieur, 2016).

exceptions au droit d'auteur (Aubin, 2014). Elle ne reflète pas non plus l'opinion des élus québécois, qui avaient adopté à l'unanimité, en 2010, une résolution à l'Assemblée nationale exprimant leur désaccord.

En conclusion

Pour rééquilibrer le droit d'auteur, l'État dispose encore de multiples moyens d'intervention, comme le souligne le texte de Philippe Chantepie, dont la politique du contenu canadien. Rien ne l'empêche non plus d'adopter des mesures fiscales plus progressistes visant, par exemple, à octroyer un revenu minimal garanti aux créateurs. Il est tout à fait possible de trouver un nouveau compromis social permettant un plus grand accès aux œuvres sans que les créateurs doivent en assumer à eux seuls les coûts.

Or le problème n'est pas là, mais bien dans des instances où on ne s'attendrait pas à le trouver, c'est-à-dire dans des accords de libre-échange (et non dans les accords portant sur le droit d'auteur), dans des accords de libre-échange qui par définition rejettent pourtant toute forme de protectionnisme, alors que le droit d'auteur est essentiellement protectionniste. Les dispositions relatives à la propriété intellectuelle contenues dans le projet d'accord du PTP prévoient en effet non seulement un allongement de la durée du droit d'auteur, passant de 50 à 70 ans après la mort de l'auteur, l'installation de verrous numériques limitant considérablement les usages des œuvres, même légalement acquises, mais aussi une criminalisation et une surveillance accrues du public consommateur des œuvres.

Le droit d'auteur ressemble de moins en moins à un compromis social et de plus en plus à un rapport de forces intervenant non seulement entre des créateurs et leurs producteurs (rapport plus marqué et tendu dans certaines filières que d'autres), mais aussi entre des États prêts à adopter des stratégies résolument protectionnistes dans des instances hautement improbables, comme celle des accords commerciaux dont elles devraient en principe être exclues.

Peut-être en sommes-nous là à ne plus devoir compter que sur nous-mêmes, créateurs et public, pour retrouver un compromis véritablement social.

Références

Aubin, F. (2014). La modernisation du droit d'auteur. *Les Cahiers du CRISIS*. Repéré à http://www.cricis.uqam.ca/IMG/pdf/CRICIS_CAHIERS_2014-6.pdf

Aubin, F. (2015). Copyright and Intellectual Property as By-Products of a New Power Relationships between Cultural Stakeholders. Dans M. Rioux K. Fontaine- Stronski (dir.), *Global Governance Facing Structural Changes: New institutional Trajectories* (p. 91-100). New York, NY : Palgrave Macmillan.

Azzaria, G. (2013). Un tournant pour le droit d'auteur canadien. *Les cahiers de propriété intellectuelle*, 25(3), 887-902.

Benhamou, F. et Farchy, J. (2009). *Droit d'auteur et copyright*. Paris, France : La Découverte.

Chantepie, P. et Le Diberder, A. (2010). *Révolution numérique et industries culturelles*. Paris, France : La Découverte.

Claus, S. (2015). Concentration et domination des médias au Québec, un état des lieux. Dans É. George (dir.). *Concentration des médias, changements technologiques et pluralisme de l'information* (p. 37-58). Québec, Québec : Presses de l'Université du Québec.

Cohen, D. *et al.* (2008). *La mondialisation immatérielle*. Paris, France : La Documentation française.

D'Agostino, G. (2007, juin). *L'utilisation équitable après l'affaire CCH* (Rapport présenté à Patrimoine canadien). Repéré à http://www.pch.gc.ca/progs/ac-ca/progs/pda-cpb/pubs/index_f.cfm

Geist, M. (2013). *The Copyright Pentalogy: How the Supreme Court of Canada Shook the Foundations of Canadian Copyright Law*. Ottawa, Ontario : University of Ottawa Press.

Prieur, R. (2016, 23 et 24 avril). Chronique d'une catastrophe annoncée. *Le Devoir*, B5.

En guise de conclusion

Le droit à l'information : un colosse au pied d'argile avant et après le numérique

Raymond Corriveau
Professeur au Département des lettres et communication sociale
Université du Québec à Trois-Rivières
Centre de recherche CRICIS
raymond.corriveau@uqtr.ca

Résumé

Plusieurs textes législatifs reconnaissent le droit à l'information, toutefois sa concrétisation demeure inachevée. Les entreprises médiatiques structurent l'information selon des règles marchandes. La période actuelle comme la précédente présentent de sérieuses carences, pensons à l'information régionale. Le déplacement de l'offre publicitaire vers les nouveaux médias bouleverse l'univers médiatique. Cette crise met en lumière un dysfonctionnement de la démocratie libérale. Comment une démocratie peut-elle prétendre à la légitimité quand un de ses piliers, tels que le droit à l'information, demeure si fragile? Quelques pistes circulent, mais il est à parier que l'industrie s'y opposera avec force. La solution devient politique.

Abstract

Several legislative texts recognize the right to information. However, its application remains problematic. The media industry organizes the information according to trade rules. The current period as the previous one present severe deficiencies such as the regional coverage. The advertising displacement towards the new media upsets the media universe. This crisis highlights a dysfunction of the liberal democracy. How can a democracy aspire to the legitimacy when one of its pillars, as the right to information remains so fragile? Some solutions exist, but the odds are that the industry will oppose it with strength. The solution becomes political.

Ce texte veut souligner l'importance de l'information dans la vie sociale actuelle et signaler la grande précarité de ses assises, qui reposent sur des paramètres commerciaux. Pour répondre à la question du « comment faire autrement » qui coule de source de cette préoccupation, nous avons sélectionné diverses propositions qui veulent témoigner de solutions émises depuis parfois très longtemps. Des propositions provenant des pays qui ont traditionnellement influencé le Québec,¹ soit la France et les États-Unis, ont été privilégiées.

Voyons d'abord le colosse

Le droit à l'information est reconnu par de nombreux textes législatifs, la Déclaration universelle des droits de l'homme y fait référence à l'article 19, la Charte des droits et libertés de la personne à l'article 44. Ces textes à portée juridique veulent garantir de manière spécifique le droit du citoyen à recevoir de l'information. La Charte canadienne des droits à l'article 2b aborde la chose un peu différemment en garantissant le droit à diffuser de l'information, ce qui laisse supposer que les personnes sont libres de recevoir cette information sans entrave. À ces textes législatifs, un certain nombre d'autres déclarations viendront ajouter un appui moral. La proclamation des Devoirs et droits des journalistes (Munich, 1971) statue sur la nécessaire véracité de l'information, mais aussi sur la capacité à pouvoir la diffuser.

La question de la véracité de l'information n'est pas anodine puisque, pendant des décennies aux États-Unis, par exemple, prévalait le souci d'une équité de parole; les points de vue opposés devaient être entendus ou exposés. Cette préoccupation présente dès 1927 dans l'attribution des licences de radiodiffusion fut érigée en règle en 1949 sous le titre de *Fairness Doctrine* par la Federal Radio Commission (FRC), avant d'être abrogée en 1987 par Ronald Reagan (Randall, 2016), laissant désormais libre cours à des postures discursives plus que discutables, telles que celles adoptées par Fox News rattaché au groupe Murdoch. Le Canada l'a échappé belle puisqu'en septembre 2011, dans l'adoption d'un fouillis réglementaire, le CRTC avait glissé une légère modification qui rendait l'obligation de dire la vérité ou de ne pas produire une information trompeuse que lorsque la vie, la santé ou la sécurité du pays était en cause. Ce qui ouvrait notamment la porte à la désinformation généralisée à des fins politiques. Heureusement, grâce au Nouveau parti démocratique (NPD) et à la pression publique, la modification fut abandonnée.

À cette dualité de production et de diffusion sans entrave d'information, un principe fondamental est venu se greffer, celui de l'accès à l'information. Actuellement, plus de 60 pays ont entériné la déclaration de la Journée internationale du droit à l'information formulée en Bulgarie en 2002, qui veut garantir l'accès à l'information de source gouvernementale. La Commission nationale de l'informatique et des libertés en France (CNIL), quant à elle, aborde un tout autre aspect du droit à l'information, soit celui de la

¹ Cette affirmation fait écho aux travaux d'Yvan Lamonde sur cette tension entre la culture d'origine française et la géopolitique du Québec relevant de son américanité. Voir, notamment : Y. Lamonde (1999). Pourquoi penser l'américanité du Québec?. *Politique et Sociétés*, (181), 93-98.

protection de l'information privée dans l'univers numérique. D'autres organisations de la société civile comme ACRIMED (2013) voudront aussi appuyer le droit à l'information en y ajoutant des précisions de taille, telles que le droit à l'information échappant à l'emprise des conglomerats². Nous pourrions enchaîner ainsi nombre d'autres déclarations nationales ou internationales qui proclament l'importance cruciale de l'information. Rappelons-nous la grande rétrospective que les Mattelart (2004) ont effectuée sur les débats internationaux ayant l'information comme enjeux, du « village global » de McLuhan à la Convention sur la diversité culturelle, en passant par le rapport McBride.

Normand Landry, dans son ouvrage incontournable sur les *Droits et enjeux de la communication* (2013), illustre tout au long de celui-ci le rôle essentiel que joue l'information et sa mécanique communicationnelle dans l'établissement des droits de l'homme. S'inspirant des travaux du Sommet mondial sur la société de l'information³, il énonce :

Il est désormais acquis que la communication constitue un « processus social fondamental, un besoin essentiel de l'être humain et la base de toute organisation sociale », qu'elle se présente comme une condition de l'épanouissement des individus et de l'organisation harmonieuse de sociétés démocratiques (Landry, 2013, p. 17).

L'ouvrage de Landry reprendra cette idée forte et fera une démonstration articulée et non équivoque de l'importance des liens entre droits humains et communication. Nul doute n'est encore possible, l'information indissociable de l'acte communicationnel constitue un socle fondamental de nos sociétés. Nous pouvons aussi compléter cette lecture macro par un aperçu théorique de l'accompagnement quotidien de l'information.

Rappelons brièvement quelques grands principes⁴. Quéré (2000) nous apprend que « l'information est normalisée au sens où elle est traitée en fonction de significations sociales déjà existantes » (p. 354). Une information a donc besoin d'informations pour être comprise et assimilée. Appliqué à une large échelle, ce principe fait peur dans la mesure où, s'il advenait dans un pays que l'information de masse devienne lacunaire, les gens finiraient par ne plus s'en apercevoir faute de significations sociales préexistantes, ou à cause des significations sociales préexistantes qui « normaliseraient » une situation qui serait inacceptable. Des phénomènes comme la *peoplelisation* de l'information ou encore l'orientation politique de la nouvelle au mépris des événements réels deviennent des dangers de grande envergure.

² Voir Maler, H. (2014, 27 octobre). Droit à l'information, ses conditions et ses conséquences. *ACRIMED*. Repéré à

<http://www.acrimed.org/Le-droit-a-l-information-ses-conditions-et-ses-consequences>

³ Union internationale des télécommunications. (2003). Déclaration de principes. Construire la société de l'information : un défi mondial pour le nouveau millénaire. *Sommet mondial sur la société de l'information* (WSIS-03/GENEVA/DOC/4-F), art. 4, Genève, 12 décembre.

⁴ Nous avons abordé cette question en 2012 dans *L'information : la nécessaire perspective citoyenne*, aux Presses de l'Université du Québec.

Quéré (2000) dira aussi que « l'information est ce qui spécifie les significations et les valeurs fonctionnelles » (p. 355). Les valeurs fonctionnelles sont ce qui permet « le repérage de tout organisme vivant dans un environnement et c'est vrai pour les formes de réflexivité et les dispositifs d'action collective propre à notre société » (*ibid.*). On soupçonne ici l'effet pervers que produit un décalage entre les gens qui ont un accès à l'information et ceux qui n'en ont pas, ceux qui ont le droit à de la bonne information et ceux qui n'y ont pas droit. Ici, c'est la mécanique de décision qui se voit interpellée. L'information, c'est de savoir qu'il existe telle ou telle exemption d'impôt, par exemple, et de pouvoir en profiter. Prendre une décision en étant mal informé, cela veut dire faire le mauvais choix de placement (comme ce fut le cas pour nombre de personnes lors de la crise financière de 2008), voter pour un candidat qui ne protège pas vos intérêts, bref c'est aussi l'assise de toute la violence symbolique, comme l'a démontré Bourdieu (1977).

Mais cette information sert également à établir des liens et Burt (2005), quant à lui, fait référence à la quantité de capital social détenue par un individu. Elle est d'autant plus élevée qu'il dispose d'informations que les autres n'ont pas, ce qui le met en position de force. Bertacchini (2004), dans le même esprit, fera référence à une intelligence territoriale qu'il définira comme « un processus informationnel et anthropologique, régulier et continu, initié par des acteurs locaux physiquement présents et/ou distants qui s'approprient les ressources d'un espace en mobilisant puis en transformant l'énergie du système territorial en capacité du projet » (p. 13).

Il ne faudra donc pas se surprendre que, lors de la tournée du Conseil de presse de 2008, celles et ceux qui ont exercé un jugement le plus sévère envers l'état actuel de l'information étaient justement des acteurs de développement qui voyaient les conséquences des lacunes en information. Ajoutons à cela la notion d'*affordance* de Gibson (1979), qui met l'accent sur le lien entre information et action. Voulant survivre dans son environnement, ce qui est fort légitime, l'être vivant va attribuer à toute nouvelle information une signification orientée sur l'action, de manière à mieux cohabiter dans le lieu où il évolue. Or si le contexte d'évolution est pathogène, ce ne sera pas la valeur intrinsèque de l'information qui aura priorité, mais bien son potentiel d'adaptation. On comprend donc toute la mécanique normative et ses conséquences que possède une nouvelle information.

Pour nombre de personnes, nous sommes peut-être en train de défoncer une porte ouverte. Tous ne s'accordent-ils pas pour statuer sur le caractère fondamental de l'information, aussi bien dans la vie collective, à l'échelle sociétale, qu'à une échelle moindre, celle qui prévaut dans nos interactions sociales quotidiennes? Nous souhaitons donc que tous conservent en mémoire ce constat d'une telle importance.

Que dire du pied d'argile

Il est vrai que l'information circule dans divers champs sociaux, que ce soit en culture ou en éducation, par exemple. Mais il n'en demeure pas moins que les médias de

masse ont un rôle primordial à jouer dans la transmission de l'information, sans oublier la constante interpénétration que les médias effectuent dans les autres champs dont nous venons tout juste de faire mention. Les bouleversements qui traversent le monde des médias sont bien réels, déplacement d'audience, perte de revenus publicitaires, nouveaux usages orientés sur une pratique totalement numérisée, etc. Ces bouleversements sont d'ordre systémique, car ils remettent en cause la production aussi bien que la diffusion de l'information.

Le et les médias de masse personnalisés que sont les réseaux socionumériques ne réussissent pas vraiment à changer la donne quant à la production de l'information. L'enquête Baltimore (PFEIJ, 2010) démontre assez bien que la production de nouvelles relève toujours du maillage avec les médias traditionnels. Julia Cagé (2015) parle, elle, de 80 % des informations sur le web en provenance des médias traditionnels. Les quelques exceptions que l'on cite un peu partout comme réussite médiatique sur l'information en ligne n'en font pas la règle générale. Cependant, il est clair que la numérisation généralisée a modifié la pratique journalistique, tout comme dans la diffusion médiatique. L'impact de tels changements demeure incertain dans l'exercice du droit à l'information. Pourtant, bien des choses circulent dans l'univers numérique. On déclare que jamais tant d'information n'a circulé, mais le problème reste que c'est souvent la même (Cagé, 2015). Ici, il faut se rappeler le principe d'*affordance*. Beaucoup de cette information qui circule ne vise qu'à s'accommoder du quotidien. La décoration de ma nouvelle cuisine, l'aubaine de l'achat de la prochaine voiture, le forfait réduit pour passer une semaine dans le Sud, etc. Mais l'information, dirons-nous, à « émancipation ajoutée », pour paraphraser l'expression économique de la valeur ajoutée, cette information, elle, est loin d'être aussi accessible qu'on le croit.

Cela soulève plusieurs autres questions, notamment sur la contribution de la société civile. Quels sont les relais citoyens qui peuvent s'assurer du rôle actif de l'information dans l'articulation d'un avenir commun? Où est cette organisation qui échappe au giron d'un pouvoir qui repose de plus en plus sur l'inégalité, aussi bien dans la répartition de la richesse que dans les privilèges qui y sont rattachés? Les Panama Papers illustrent cet écart et mettent en lumière le rôle crucial de l'information. Les organismes citoyens qui veillent sur l'information n'existent pratiquement plus au Québec et, dans les autres instances de l'espace public, rares sont les débats sur l'information. Le Conseil de presse est quant à lui plus que jamais fragilisé, tant par la précarité de son financement que par les pressions qu'il subit de la part des entreprises de presse⁵. Le rapport individualisé aux médias sociaux semble renforcer ce que Gramsci appelait le *subversivisme*, ce sentiment de révolte apolitique, privée et désorganisée (Keucheyan et Rimbart, 2016; Losurdo, 2007).

Alors, si la mutation en cours fragilise aussi les producteurs classiques d'information, c'est toute la chaîne qui s'en trouve affaiblie. À cet égard, les nouvelles pratiques à l'ère numérique ne font qu'aggraver les choses. La soi-disant information gratuite sur le web

⁵ Voir Corriveau, R. et Aubin, F. (2016). L'imputabilité des médias et les leçons de l'histoire. Dans M. F. Bernier (dir.), *Le cinquième pouvoir : la nouvelle imputabilité des médias envers leurs publics* (p. 63-89). Québec, Québec : Presses de l'Université Laval.

ne l'est pas du tout, elle illustre toutefois un déplacement du lieu de perception de la plus-value. L'information gratuite est simplement payée autrement. Frais d'achat d'appareils mobiles ou fixes, mensualités d'activation, de transfert de données, etc., tout cela constitue des dépenses bien réelles. Cela se fait évidemment avec l'exploitation souvent cachée des données relatives à nos moindres gestes dans le cyberspace. Les frais de publicités, quant à eux, sont transférés ailleurs, dans le paiement des services ou dans l'achat du moindre « bidule ». Rien de tout cela n'est orienté vers la production de l'information. Un journal, par exemple, avait aussi divers frais d'exploitation, mais une partie allait à la production de la nouvelle. La gratuité de l'information est un leurre, mais un leurre qui déplace la production de l'information dans les mains de grands oligopoles technomédiatiques comme Google, dont les tentacules financiers sont souvent situés dans les paradis fiscaux⁶. Dans le *Monde diplomatique*⁷, on parle de désintégration numérique.

Nous l'avons vu, le droit à l'information est reconnu par de nombreux textes législatifs, mais, lorsqu'il s'agit de s'assurer des moyens de le mettre en pratique, la situation est beaucoup moins claire. Sans ouvertement le dire, mais en l'appliquant de manière non équivoque, le marché des entreprises de presse, ignorant totalement les principes du droit universel à l'information, structurait la production de l'information ou l'absence de production d'information. La tournée du Conseil de presse l'a établi clairement dès 2008. Loin d'être l'âge d'or de l'information, avant l'arrivée du numérique, de sérieuses carences affaiblissaient déjà le droit à l'information, pensons notamment au débat sur la *montréalisation* de l'information ou encore à l'effet trou de beigne, situation où l'information des villes périphériques disparaît au profit des intérêts des grands centres. Ces villes deviennent des quasi-*no man's land* médiatiques (Longueuil, Laval, Lévis). Continuons notre inventaire en mentionnant la misère communicationnelle de certaines régions du Québec qui était et demeure plus que jamais préoccupante⁸. L'avenir de l'information locale et régionale ne semble pas très prometteur, pire encore, le problème semble s'aggraver, ne serait-ce que parce que Transcontinental a mis en vente ses 93 hebdomadaires régionaux⁹. Voilà des accroc de taille au respect du droit à l'information. Le passage au numérique et la crise qui a suivi mettent non seulement en relief les lacunes fondamentales d'un droit à l'information, mais ils interpellent aussi toute la mécanique démocratique qui devrait normalement en découler. Le vote d'une personne est censé s'exercer à partir d'un choix libre et éclairé. Mais le non-respect du droit à

⁶ Voir l'article de *BFM Business* repéré à <http://bfmbusiness.bfmtv.com/entreprise/google-immatricule-alphabet-dans-le-paradis-fiscal-du-delaware-906684.html>, ou encore celui d'Alternative Économique repéré à

http://www.alternatives-economiques.fr/pourquoi-google-paie-si-peu-d-impots_fr_art_1175_61222.html.

⁷ Rimbart, P. (dir.) (2016). Faire sauter le verrou médiatique. *Manière de voir*, avril-ami(146).

⁸ Voir Corriveau, R. (dir.) (2008). *L'État de la situation médiatique au Québec – L'avis du public*. Conseil de presse du Québec.

⁹ Voir Miller, P. (2015). Canadian Television 2020: Technological and Regulatory Impacts. *Nordicity*, December. Le rapport d'influence communication est accablant à cet égard (https://itineraire.ca/medias/files/extra/2017/2017-02-15_OCannabis/Bilan%20de%20la%20nouvelle2016.pdf). Ce qui aura pour titre le 13 décembre 2013 à Radio-Canada: « Les régions rayées de la carte médiatique du Québec selon Influence Communication » (<http://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1005507/influence-communication-bilan-etat-nouvelle-2016-regions-trump-jean-francois-dumas>).

l'information, c'est aussi lorsque l'information devient instrumentalisée en fonction de causes pas toujours très nobles. Loin d'être exhaustifs, rappelons tout de même quelques épisodes illustratifs : pensons au rôle de la presse dans l'avènement de la dictature chilienne en 1973¹⁰ (Bastien, 2013), dans le faux massacre de Timisoara en Roumanie¹¹ (Ramonet, 1990), dans le coup d'État manqué au Venezuela¹², sans oublier la contribution discutable des médias de masse français qui ont vu les nuages radioactifs bifurquer mystérieusement pour épargner l'Hexagone¹³ lors de l'accident de Tchernobyl. Plus près de nous, rappelons-nous ce que disent les Amérindiens de la couverture médiatique qui les concerne¹⁴, ou encore souvenons-nous du traitement de certains médias sur les événements du Printemps érable¹⁵.

Encore plus récemment, il est instructif de se pencher sur le cas de la couverture journalistique dans plusieurs pays européens lors de la prise de pouvoir en Grèce du gouvernement porté par le parti Syriza. En France aussi bien qu'en Allemagne, les chantes économiques, les éditorialistes, les chroniqueurs et les politiciens ont repris en chœur les mêmes refrains de manière à condamner la Grèce¹⁶; ils ont imaginé ce que pourrait coûter la dette grecque à chaque citoyen. Cette somme était pourtant dérisoire par rapport aux privilèges fiscaux de toutes sortes que s'étaient attribués les biens nantis au cours des décennies précédentes, mais, dans ce dernier cas, le concert médiatique dénonçant de telles pratiques n'a pas eu lieu. Il est particulièrement intéressant de voir l'usage que l'on a fait des nouveaux médias lors de cette campagne. Le tabloïd allemand *Bild* a invité ses lecteurs à réaliser un égoportrait accompagné de la première page du journal, qui titrait sur un refus catégorique à toute aide pour la Grèce¹⁷. Cela devrait faire réfléchir à notre interprétation de la notion de *spectateur actif*.

La compréhension, que nous souhaitons moderne, de ce qu'est l'influence des médias veut se mettre à distance de la conception des années 1950, où l'on percevait la presse comme la fameuse seringue hypodermique qui transformait le citoyen en une personne très vulnérable face aux médias. Il faut prendre garde que cette mise à distance n'évacue pas trop rapidement le rôle capital que jouent les médias dans la bataille de

¹⁰ Voir Bastien, O. (2013, 27 septembre). Chili : retour sur un coup d'État. *L'AUT'JOURNAL*. Repéré à <http://lautjournal.info/20130927/chili%C2%A0-retour-sur-un-coup-d'état>

¹¹ Voir Ramonet, I. (1990). Télévision nécrophile. *Le Monde diplomatique*, mars, p. 3-5.

¹² Voir Lemoine, M. (2013) Le coup d'État du patronat. *Le Monde diplomatique*, avril p. 20-21.

¹³ Voir Morice, L. (2011, 7 septembre). Tchernobyl : quand le nuage s'est (presque) arrêté à la frontière. *Le Nouvel Observateur*. Repéré à

<http://tempsreel.nouvelobs.com/planete/20110907.OBS9926/tchernobyl-quand-le-nuage-s-est-presque-arrete-a-la-frontiere.html>

¹⁴ Voir Dudemaine, A. (2014). Cachez cet Amérindien que je ne saurais voir! La question autochtone et les médias au Québec. *Nouveaux Cahiers du socialisme (Médias, journalisme et société)*, printemps(11), 128-138.

¹⁵ Voir Ratté, M. et Laurin-Lamothe, A. (2014). Quelques trouvailles dans l'angle mort de la critique des médias de masse à la faveur de la grève étudiante de 2012. *Nouveaux Cahiers du socialisme (Médias, journalisme et société)*, printemps(11), 165-182.

¹⁶ Voir Rimbart, P. (2016). Syriza, six mois de bruit et de fureur. *Manière de voir*, avril-mai(146), 45-46.

¹⁷ Voir Cyran, O. (2016). Bild. Contre les cyclo-nudistes. *Faire sauter le verrou médiatique. Manière de voir*, avril-mai(146), 46-48.

l'opinion qui prévaut dans l'espace public. Si les médias n'ont aucune influence, dépêchez-vous d'aller le dire aux millions de personnes qui dépensent des milliards de dollars en publicité. Avant comme après la venue de l'ère numérique, l'information fait l'objet d'enjeux politiques majeurs et le désir de convaincre l'opinion publique demeure toujours une préoccupation constante pour les détenteurs du pouvoir.

La mécanique de sortie de crise ne manque pas d'intérêt non plus, c'est une mutation qui exacerbe les contradictions. La réponse de l'industrie médiatique s'articule en toute logique avec les règles capitalistes qui la gouvernent et l'on assiste à une concentration toujours plus grande des moyens d'information. Cette concentration se fait tantôt par attrition, avec la diminution du nombre de voix médiatiques, tantôt sous un paravent financier ou tantôt encore par l'achat de concurrents sous divers registres. Avec la diminution des voix, les dangers d'orientation de l'opinion, soit par téléguidage journalistique soit par sélectivité de l'information, se font de plus en plus grands. Là encore, le droit à l'information en prend pour son rhume.

Un droit fondamental qui repose sur des non-sens

Cette crise a toutefois le grand mérite de mettre en lumière le dysfonctionnement structurel de la démocratie libérale quant au droit à l'information. C'était le cas avant l'ère numérique, et ça le demeure. Tout le monde s'entend pour dire que la production d'information coûte cher et les industriels du domaine nous disent que seule la rentabilité de leur entreprise permet de faire de l'information. Cette quête de rentabilité les conduit à adopter de multiples stratégies, souvent peu compatibles avec les exigences de diversité ou de qualité de l'information. On pense ici à l'uniformisation de l'information qui laisse de côté l'information régionale, par exemple. Présenter les choses de cette manière semble terriblement incongru et, pourtant, c'est exactement ce qui se passe. On en vient à faire reposer un des piliers de la démocratie sur la capacité des entreprises de presse à accumuler des profits. Sans profit, pas de rentabilité, pas de rentabilité, pas d'information. Comment en arrivons-nous à trouver normal qu'un droit fondamental pour tous passe après le profit des actionnaires?

Mais encore faut-il se demander dans quelles conditions ce profit est réalisé? Au Québec, par exemple, pratiquement toutes les recommandations émises par diverses enquêtes publiques sont toujours ignorées! Aucune suggestion faite par les citoyens n'est prise en considération. Comment prétendre à la présence d'un droit quand les citoyens qui devraient en profiter ne sont jamais écoutés lorsqu'arrive le temps de discuter des modalités d'application? Si l'on ajoute à cela l'exploitation quasi généralisée des journalistes indépendants (Bernard, 2001; Kukulka, 2011), comment pouvons-nous accepter que le droit à l'information repose sur de telles assises? Comment pouvons-nous accepter qu'un droit fondamental s'appuie sur la *plus-value* des uns et sur l'exploitation des autres? Comment un droit fondamental peut-il reposer sur un principe aussi peu démocratique que la concurrence (Castex, 2013)? Le principe de la concurrence n'est en rien démocratique, il ne valorise pas le partage de l'information. La concurrence, c'est la guerre économique; elle n'incite pas à la

collaboration. Le droit à l'information peut-il exister en fonction d'une mécanique si peu démocratique? Comment un droit fondamental peut-il être redevable de la production de *plus-value* par la mécanique de promotion des besoins stimulés au détriment des impératifs écologiques (Bonneuil et Fressoz, 2013; Fossaert, 1983)? Comment un droit, qui exige la plus totale intégrité, peut-il être soumis à l'influence des acteurs économiques (Hardy, 2014)? Le droit à l'information est-il compatible avec une logique qui suppose la production d'une *plus-value* toujours plus grande et orientée au profit d'une minorité de personnes sur cette planète¹⁸? Et, en fin de compte, comment une démocratie peut-elle prétendre à la légitimité quand un de ses piliers demeure si fragile?

Pourtant, les propositions ne manquent pas

La colonisation des esprits nous empêche peut-être de nous imaginer autrement, d'imaginer notre monde différemment. Il n'est pas simple de modifier un état de situation dans un contexte global où nombre de personnes, très souvent victimes de violence symbolique, acceptent la situation présente. Des pistes ont toutefois été lancées par le passé et méritent d'être explorées. Notre sélection s'est effectuée d'abord selon une certaine chronologie, pour voir les contributions évoluer dans le temps. Nous avons aussi donné une place privilégiée au Québec. Plusieurs des propositions retenues sont celles qui s'appuient sur de grandes enquêtes. Nous avons ajouté à cela des textes contemporains pour illustrer les tendances actuelles. Nous les passerons en revue rapidement, mais une version allongée de notre texte, avec des tableaux synthèses utiles aux enseignants comme aux étudiants, est disponible en ligne¹⁹.

Dès 1919, Upton Sinclair a senti le besoin d'écrire sur la nécessité de revoir les paramètres qui régissent l'information aux États-Unis. Il prône une loi qui interdit de falsifier les messages télégraphiques ou câblés. Il suggère une propriété publique (État, municipalités, etc.), des moyens de production et de distribution des journaux. Il propose aussi la fondation d'un hebdomadaire consacré uniquement à la nouvelle, n'ayant ni publicité ni texte éditorial, exempt de toute propagande. Avec le recul du temps, on constate que certains progrès ont pu être faits. Nous ne dépendons plus que d'une ou deux sources d'information (télégraphe ou câble), bien que cela ne nous garantisse pas toujours une couverture exempte de biais idéologiques, voire de falsification de la réalité. On dénote aussi un engouement chez Sinclair envers la propriété étatique des médias, voyant cette option comme une panacée. Cet engouement est aujourd'hui beaucoup plus limité. On doit toutefois se féliciter d'avoir de la radio et de la télévision publique de grande qualité, mais le biais fondamental signalé par Sinclair (1919) demeure d'une cuisante actualité :

¹⁸ Voir à cet effet l'Observatoire des inégalités : <http://www.inegalites.fr/spip.php?article1393>.

¹⁹ Voir :

https://oraprdnt.uqtr.quebec.ca/pls/public/gscw031?owa_no_site=4991&owa_no_fiche=6&owa_apercu=N&owa_imprimable=N&owa_bottin=

The difference is that today the world's resources are in the hands of a class, and this class has a monopoly of self-expression. The problem of transferring such power to the people must be studied as the whole social problem, and not merely as the problem of the press (p. 373).

L'accès à l'espace public, qui se trouve indirectement réclamé ici, pose en effet toujours problème.

Un document d'importance, qui a marqué les discussions sur les solutions à apporter sur la situation de l'information au Québec, est sans contredit le document communément appelé le « rapport Saint-Jean » (Saint-Jean, 2003). Il s'agit là d'une réponse très complète aux divers problèmes liés à l'information. L'information comme élément central d'une démocratie est ici réellement prise au sérieux. Pour la première fois, le Québec se voit doté de propositions structurées qui s'adressent à diverses facettes de la problématique liée à l'information. Une loi venait encadrer la concentration de la presse, mais aussi tous les autres aspects, que ce soit la déontologie, l'autoréglementation des médias, le recours citoyen, etc. Il est surprenant de voir qu'aucune de ces recommandations ne fut jamais mise en place. Cela laisse passablement songeur quant à l'influence des dirigeants des entreprises de presse. Pourtant, la crise actuelle que vivent les principaux médias ouvre la voie à la redécouverte de ces propositions et à leur mise en œuvre. Outre le maintien du Conseil de presse, la plupart des recommandations nécessitaient l'intervention de l'État.

Un autre rapport qui a suscité de nombreux débats, du côté américain cette fois, est le document produit par Downie et Schudson (2009). Ces propositions font suite à une longue analyse de la situation des médias aux États-Unis. On note, comme au Québec, de sérieuses carences au sujet de l'information locale, mais la situation diffère à divers égards, notamment au chapitre de la donation privée et de la participation collaborative des médias. L'intention de mettre en collaboration différents acteurs de la société civile avec les entreprises de presse en constitue la pierre d'assise. On souhaite voir le milieu communautaire et le milieu des affaires collaborer ensemble, de même que le milieu universitaire et les entreprises de presse. Les auteurs émettent des recommandations qui n'interpellent pratiquement jamais la contribution de l'État, mais ils misent sur la philanthropie, par exemple. Il y a une trace culturelle assez prononcée à cet égard.

Du côté de l'Hexagone, la question de l'information constitue aussi une forte préoccupation. Le groupe pour une action critique envers les médias (ACRIMED, 2013) a produit un rapport hautement médiatisé. Ils ont choisi une action basée sur quatre grandes orientations : constituer et constitutionnaliser un conseil national des médias; contrecarrer la concentration et la financiarisation des médias; constituer un service public de l'information et de la culture; et garantir les droits des journalistes, des créateurs et des usagers. La différence entre ce texte et le précédent est frappante. Ici, c'est uniquement une intervention de l'État qui est prônée. Des gestes forts sont réclamés, comme la déprivatisation de certaines entreprises médiatiques. Il est aussi à noter que la limitation du rôle de la publicité constitue une première, cela présuppose

toute une analyse macro-économique du financement des médias. Libérer l'information du joug financier constitue un élément de force de cette déclaration.

En 2012 (Corriveau et Sirois), nous avons aussi émis des propositions voulant améliorer l'information au Québec. Celles-ci s'inspirent fortement de l'enquête tenue par le Conseil de presse en 2008, enquête que j'ai eu le plaisir de diriger. Nos propositions étaient axées sur quatre dimensions de l'information, soit la production de la nouvelle, la production de l'information, la valorisation de l'information et la circulation de l'information. L'approche retenue postule qu'aucun geste législatif ne pourra survivre à la pression des entreprises de presse. Toutes les propositions s'inscrivent donc dans des entités juridiques déjà existantes ou qui sont sous le potentiel réglementaire gouvernemental déjà en place. À cet égard, signalons par exemple qu'un tribunal administratif remplace le Conseil de presse en ce qui concerne la responsabilité des médias et un ordre professionnel assure la qualité du travail journalistique. Le rehaussement de Télé-Québec s'inscrit aussi dans cette logique et garantit une couverture régionale de l'information. Les suites à donner à cette tournée furent toutefois contrecarrées par les patrons de presse des médias privés comme publics.

Dominique Payette (2010) a dirigé une autre enquête sur la situation québécoise de l'information. De manière très succincte, retenons quelques pistes sur la cinquantaine de recommandations émises. Une des idées centrales est d'accorder un titre de journaliste professionnel selon une procédure rigoureuse. Un tel statut entraîne plusieurs obligations, notamment à l'égard des divers paliers gouvernementaux. L'accès à l'information doit être assuré à différents niveaux, municipal, national, des palais de justice, etc. Toute une série de gestes corollaires en découle également au chapitre du Conseil de presse aussi bien que de la Fédération professionnelle des journalistes. Ce statut devient le pivot de diverses obligations réciproques qui visent toutes à améliorer la situation de l'information au Québec. Comme nombre d'autres l'ont dit avant, on souhaite un Conseil de presse renforcé. La pratique des services de l'État est aussi revue, notamment par l'examen de la publication des avis gouvernementaux de manière à en optimiser l'impact économique. Une autre piste envisagée est l'utilisation de l'argent déjà dépensé en publicité par l'État pour encourager les entreprises de presse à participer au Conseil de presse. L'idée est bien sûr de ne pas avoir à déboursier de l'argent frais comme incitatif. Ici encore, l'État est mis à contribution pour les secteurs précaires. Signe des temps, la question du numérique occupe une plus grande place dans le cadre des propositions. Une fois de plus, le rapport ne semble pas avoir ébranlé les colonnes du temple médiatico-étatique.

Ces enquêtes à répétition témoignent sans doute de tensions très fortes au sein de la société québécoise en ce qui concerne l'information. Il est sans doute intéressant de mentionner qu'une autre tournée panquébécoise intitulée Pour une information au service de l'intérêt public a été réalisée par la ministre Christine Saint-Pierre en décembre 2012. Le rapport de cette tournée ne fut jamais publié. Il semble que non seulement on ne met pas en place les mesures proposées, mais nous en sommes au point où on ne propose plus rien !

Pierre Rimbert (2014), quant à lui, propose une lecture plus radicale pour la situation qui prévaut en France. La crise des médias étant de plus en plus généralisée, toutes les idées émises méritent notre attention. Selon lui les éditeurs d'intérêt général doivent être à but non lucratif (pas de redevances aux actionnaires). Il suggère une interdiction de posséder plus qu'un titre dans un domaine (Presse, site web, presse électronique, etc.). Il souhaite interdire la publicité et la remplacer par une cotisation sociale « Information » versée avant prélèvement du salaire. Et pour contribuer la diminution des coûts, il prône la création d'un service mutualisé de production et de distribution de l'information : presses collectives, serveurs partagés, service de distribution mutualisée, services administratifs, comptables, juridiques, plateforme commune d'abonnement, agence de presse — France Presse —, etc. (la masse salariale du média ne serait que journalistique).

On peut s'étonner de sa proposition, mais, à partir du moment où, dès le départ, il établit une distinction capitale entre les écrits d'intérêt général et la presse commerciale, sa logique tient la route. Ici encore, on retrouve le souci d'une économie d'échelle par la création de services mutualisés. L'idée n'est pas aussi saugrenue qu'on le pense, la Presse canadienne fonctionne sous ce principe. Ici encore, l'État doit jouer un rôle au chapitre de l'application de certaines interdictions, mais aussi en prélevant la fameuse cotisation sociale pour la communication. Lorsque l'on voit la timidité des mesures proposées au Québec et pourtant non appliquées, la faisabilité de telles propositions nous paraît faible. L'idée de distinguer les écrits d'intérêt général et ceux de la presse commerciale ne devrait toutefois pas sombrer dans l'oubli.

Julia Cagé (2015) choisit une tout autre avenue, elle tente de sauver la presse en s'adaptant au modèle économique actuel. Elle construit donc un modèle qui encadre l'investisseur, modifie le droit des actionnaires, module les avantages fiscaux. En fait, toutes ces mesures changent le fonctionnement habituel des sociétés commerciales. L'examen de sa proposition révèle la nécessité d'obtenir, au préalable, des modifications législatives significatives (diminution régressive du droit de vote en fonction du capital investi, bénéfices fiscaux, etc.). Si l'idée semble séduisante, elle repose sur certains postulats non encore démontrés. Pensons seulement à la capacité financière des fondateurs et au potentiel du financement participatif à une pareille échelle. Pour le Québec en tout cas, la chose semble difficile.

En guise de conclusion

À la lecture de l'ensemble des propositions, il est évident que l'État doit jouer un rôle quant à la mise en place des moyens pour assurer le droit fondamental à l'information. La crise actuelle des médias soulève à nouveau cette question. Il serait toutefois injustifiable que les solutions envisagées n'engagent le gouvernement du Québec que dans une assistance financière à certains grands groupes de presse. Les solutions à la crise des médias sont multiples et très diversifiées. Pour nombre d'entre elles, le citoyen québécois d'ailleurs a déjà payé pour les avoir. Les solutions doivent être multiples, orientées vers plus d'un acteur, profitables à l'ensemble des citoyens du

Québec, et ce, dans un esprit d'efficacité. Pensons ici à toutes les recommandations du rapport Saint-Jean pour ne nommer que celui-là. Si les rapports produits dans le cadre des enquêtes publiques vont dans tant de directions, c'est tout simplement qu'il y a un sérieux ménage à faire.

Toute la question de l'accès à l'information doit être revue, et ce, de la simple municipalité jusqu'à l'ensemble de l'appareil gouvernemental de l'État québécois. Les journalistes doivent avoir des privilèges pour exercer leur métier comme l'indique le rapport Payette, mais les journalistes ont aussi de sérieuses questions à se poser. Qui sont-ils en premier lieu? Quels sont les pouvoirs dont ils ont besoin et, surtout, quelles garanties déontologiques peuvent-ils offrir à la population pour exercer adéquatement ces privilèges? L'absence de paramètres rigoureux dans l'exercice de la profession journalistique est devenue insoutenable. Le rôle accru des relationnistes dans la mécanique informationnelle rend leur position tout aussi injustifiable.

Les pratiques sociales au temps du numérique ont bousculé l'industrie de la presse. L'univers de la presse écrite aussi bien qu'électronique a connu une migration et un reformatage des contenus sur des supports numérisés. Les réseaux socionumériques ont accentué davantage l'éclatement des modèles classiques d'audience (Brin et Saint-Pierre, 2013; Payette, 2011). Cette métamorphose de la pratique médiatique s'est déroulée sur un fond de crise économique générée par l'abstraction spéculative/titrisation (Michel, 2013). Cette crise allait ralentir de façon drastique le marché publicitaire (Cayouette, 2015; Newspaper Death Watch, 2016). L'effet combiné de ce ralentissement au déplacement de l'offre publicitaire vers les nouveaux médias numériques a bouleversé les médias d'information traditionnels. Ces bouleversements ne suffisent cependant ni à éliminer ni à compenser les grandes contradictions sur lesquelles repose le droit à l'information (Corriveau, 2012; Payette, 2015). Cette crise a tout de même le mérite de mettre en lumière le dysfonctionnement structurel de la démocratie libérale, et c'est bien à cela qu'il faut s'attaquer.

Références

ACRIMED. Action critique médias (2013). *Transformer les médias : nos propositions*. Repéré à <http://www.acrimed.org/-Transformer-les-medias-Nos-propositions->

Bastien, O. (2013, 27 septembre). Chili : retour sur un coup d'État. *L'AUT JOURNAL*. Repéré à <http://lautjournal.info/20130927/chili%C2%A0-retour-sur-un-coup-d'état>

Bernard, S. (2001). Quand les pigistes racontent... *Magazine droit devant*, 33(4). Repéré à <http://www.barreau.qc.ca/pdf/journal/vol33/no4/pigistes.html>

Bertacchini, Y. (2004). Entre information et processus de communication : l'intelligence territoriale. *Humanisme et entreprise*, (267), 1-17.

- Bonneuil, C. et Fressoz, J. B. (2013). *L'événement anthropocène*. Paris, France : Seuil.
- Bourdieu, P. (1977). Sur le pouvoir symbolique. *Annales. Économies, Sociétés, Civilisations*, 32(3), 405-411.
- Brin, C. et St-Pierre, M. (2013). *Crise des médias et effectifs rédactionnels au Québec*. Centre d'études sur les médias. Repéré à <http://www.cem.ulaval.ca/pdf/Crise%20des%20medias%20et%20effectifs.pdf>
- Burt, R. S. (2005). *Brokerage and Closure: An Introduction to Social Capital*. Oxford, Royaume-Uni : Oxford University Press.
- Cagé, J. (2015). *Sauver les médias : capitalisme, financement participatif et démocratie*. Paris, France : Seuil.
- Castex, F. (2013). La politique européenne de la concurrence, au service de la rigueur budgétaire et anti-démocratique. *REIF – Protection sociale française*. Repéré à <http://www.reif-org.eu/2013/10/la-politique-europeenne-de-la-concurrence-au-service-de-la-rigueur-budgetaire-et-anti-democratique-selon-francoise-castex/>
- Cayouette, P. (2015). Presse écrite : priorité à la quête du sens. Dans R. de Maltais et P. Cayouette (dir.), *Les journalistes, pour la survie du journalisme* (p. 101-108). Montréal, Québec : Québec Amérique.
- Corriveau, R. et Aubin, F. (2016). L'imputabilité des médias et les leçons de l'histoire. Dans par M. F. Bernier (dir.), *Les médias face à leurs publics : la nouvelle imputabilité* (p. 63-90). Québec, Québec : Presses de l'Université Laval.
- Downie, L. Jr., Schudson, M. (2009). The Reconstruction of American Journalism. *Columbia Journalism Review*. Repéré à http://www.cjr.org/reconstruction/the_reconstruction_of_american.php
- Fossaert, R. (1983). *La société : les structures idéologiques*. Paris, France : Seuil.
- Gibson, J. J. (1979). *The Ecological Approach to Visual Perception*. Boston, MA : Houghton-Mifflin.
- Hardy, J. (2014). *Critical Political Economy of the Media*. New York, NY : Routledge.
- Keucheyan, R. et Rimbart, P. (2016). Au carnaval de l'investigation. *Manière de voir*, (146), 64-66.
- Kukulka, M. (2011). Journalistes indépendants mal payés? Amis lecteurs, manifestez-vous!. *Mk*. Repéré à <http://mateusz.be/2011/11/07/journalisme-belgique-misere-ajp-pigiste-pas-pigeon-freelance/>

Landry, N. (2013). *Droits et enjeux de la communication*. Québec, Québec : Presses de l'Université du Québec.

Losurdo, D. (2007). Avec Gramsci, par-delà Marx et par-delà Gramsci. *Nouvelles Fondations*, 3(7-8), 210-218.

Mattelart, A., et Mattelart, M. (2004). *Histoire des théories de la communication* (3^e éd.). Paris, Québec : La Découverte.

Payette, D., Brunelle A. M. et Labonté, V. (2010) *L'information au Québec : un intérêt public*. Québec, Québec : Groupe de travail sur le journalisme et l'avenir de l'information au Québec.

Project For Excellence In Journalism (PFEIJ) (2010). *How News Happens: A Study of the News Ecosystem of one American City*. Washington, DC : The Pew Charitable Trusts.

Quéré, L. (2000). Au juste, qu'est-ce que l'information?. *Réseaux*, 18(100), 331-357.

Ramonet, I. (1990, mars). Télévision nécrophile. *Le Monde diplomatique*, 3-5.

Rimbert, P. (2014, décembre) Projet pour une presse libre. *Le Monde diplomatique*, 20-21.

Saint-Jean, A. et al. (2003) *Les effets de la concentration des médias au Québec : Analyse et recommandations*. Comité-conseil sur la qualité et la diversité de l'information.

Sinclair, U. (1919). *The Brass Check. A Study of American Journalism*. Pasadena, CA : Autopublication.

Biographies des auteurs

Lucie Alexis est doctorante en sciences de l'information et de la communication au laboratoire CARISM, à l'Institut français de Presse, à l'Université Paris II Panthéon-Assas. Elle s'intéresse au répertoire de la culture à la télévision publique, à travers l'analyse de discours institutionnels, les figures de l'artiste et les stratégies numériques développées par France Télévisions. Elle travaille également sur l'exercice de la démocratie participative à travers l'usage de moyens numériques. Elle a été ATER à l'UFR Communication de l'Université Paris 13.

Contact : *alexislucie@hotmail.fr*

Arnaud Anciaux est professeur au Département d'information et de communication de l'Université Laval depuis 2015. Ses travaux s'attachent à croiser approche économique, étude sociologique et analyse du discours pour comprendre les transformations contemporaines des industries et des marchés de la culture et de la communication. Il étudie pour ce faire plusieurs domaines, comme le journalisme, la télévision et les plateformes numériques, ou encore les industries de la pornographie, pour essayer d'en comprendre les traits particuliers et les dynamiques communes.

Contact : *arnaud.anciaux@com.ulaval.ca*

France Aubin est professeure au Département de lettres et communication sociale de l'Université du Québec à Trois-Rivières (UQTR) et membre du Centre de recherche interuniversitaire sur la communication, l'information et la société (CRICIS). Après avoir mené différents travaux sur la gouvernance de la culture, des communications et de l'information, abordée majoritairement du point de vue des politiques publiques, France Aubin concentre ses travaux actuels au triptyque qui était au centre de son projet doctoral, à savoir l'espace public, les intellectuels et l'analyse de discours. Sa recherche s'inscrit dans une perspective multidisciplinaire essentiellement ancrée en philosophie et en sociologie politiques.

Contact : *france.aubin@uqtr.ca*

Jean-Jacques Maomra Bogui est enseignant-chercheur à l'Université Félix Houphouët-Boigny d'Abidjan en Côte d'Ivoire et professeur associé à l'Université du Québec à Montréal (UQAM) au Canada. Ces intérêts de recherche concernent l'internationalisation des moyens de communication, l'usage et l'appropriation des technologies numériques dans le contexte des pays d'Afrique au sud du Sahara et la réception des biens culturels. Il est affilié à plusieurs groupes ou centre de recherche au Canada (CRICIS, GERACII), en France (MICA) et en Côte d'Ivoire (CERCOM).

Contact : *bogui.jean.jacques@gmail.com*

Maude Bonenfant est professeure au Département de communication sociale et publique de l'Université du Québec à Montréal (UQAM) et docteure en sémiologie. Ses recherches sont orientées vers les dimensions sociales des technologies de

communication, les réseaux numériques, les données massives, les communautés en ligne ainsi que les pratiques des jeux vidéo. Elle est codirectrice du Laboratoire de recherche en médias socionumériques et ludification, directrice du groupe de recherche Homo Ludens sur les pratiques de jeu et la communication dans les mondes numériques et membre active du Groupe de recherche sur l'information et la surveillance au quotidien (GRISQ).

Contact : bonenfant.maude@uqam.ca

Francisco Rui Cádima est professeur au Département de sciences de la communication de l'Université Nouvelle de Lisbonne (NOVA), Faculté des sciences sociales et humaines (FCSH). Il coordonne le programme doctoral du même département et est membre du Conseil scientifique de FCSH/NOVA. Il a représenté le Portugal auprès de l'UNESCO dans le cadre du Programme international pour le développement de la communication (PIDC) et publié plusieurs ouvrages sur les médias, la télévision et le numérique.

Contact : frcadima@fcs.unl.pt

Dominique Carré, professeur des universités, est directeur de l'UFR des Sciences de la communication à l'Université Paris 13 – USPC et dirige au LabSic la thématique 3 : Dispositifs, normes et usages. Coéditeur de la revue *tic&société*, il est coresponsable de la Série « Informatique et Société connectées » chez ISTE Éditions. Élu au Conseil d'administration de la Société française des Sciences de l'Information et de la Communication (SFSIC), il est membre des commissions « Recherche » et « Formation ». Il est aussi membre du Comité scientifique de la revue *Terminal – Technologie de l'information, culture et société*.

Contact : d-carre@SIC.UNIV-PARIS13.FR

Philippe Chantepie est Inspecteur général des Affaires culturelles à l'Inspection générale du ministère de la Culture et de la Communication. Il chercheur associé à la Chaire Innovation & Régulation de l'École Polytechnique-Telecom Paris-Tech / Orange, ainsi qu'à l'Institute for Cultural Industries, Shenzhen University ; il collabore régulièrement avec HEC Montréal.

Contact : philippe.chantepie@culture.gouv.fr

Christine Chevret-Castellani est maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'Université Paris 13 et membre du LabSic. Elle travaille notamment sur le rôle des médias dans la construction des débats publics et la communication politique sur l'Internet.

Contact : christine.chevret@univ-paris13.fr

Simon Claus est doctorant à la faculté de communication de l'Université du Québec À Montréal et adjoint de recherche au centre de recherche du Centre Recherche Interdisciplinaire sur la Communication et l'Information et la Société. Ses travaux concernent essentiellement l'analyse socio-économique des industries de la culture et la communication, les mutations de ces dernières et les enjeux en terme de régulation.

Contact : claus.simon@courrier.uqam.ca

Raymond Corriveau est membre du CRICIS et ancien président du Conseil de Presse du Québec. Professeur associé à l'Université du Québec à Trois-Rivières, il y fut un intervenant clé dans l'instauration des programmes de communication. Il s'intéresse à l'information, car elle participe à l'instauration d'une société réflexive. Il se préoccupe donc du rôle que jouent les médias en société en portant attention à la nécessité et à la qualité de l'information. Acteur de terrain aussi bien que chercheur, il œuvre au développement de l'information en milieu communautaire ou autochtone. Il s'intéresse également à l'éducation aux médias, nécessaire à l'instauration d'une citoyenneté responsable.

Contact : raymond.corriveau@uqtr.ca

Sophie Dubois-Paradis est titulaire d'un baccalauréat du programme *Animation et recherche culturelles* à l'UQAM. Elle a travaillé au Service de la culture de la ville de Montréal (arrondissement du Plateau Mont-Royal) sur la relocalisation de la Maison de la culture et réalise des mandats dans le secteur culturel. Elle poursuit une recherche théorique et empirique sur la diffusion de films et de projections diverses dans les lieux publics au Québec, dont les premiers résultats ont été présentés à l'ACFAS en mai 2016. Elle est coresponsable de l'étude sur la projection des arts de la scène sur grand écran (Mesure 67 du Plan culturel numérique) pour la Place des Arts (2016-2017).

Contact : dubois-paradis.sophie@courrier.uqam.ca

Ariane Fillion est titulaire d'un baccalauréat du programme *Animation et recherche culturelles* à l'UQAM. Elle a travaillé pour l'Équipe Spectra à titre de coordonnatrice pour les festivals *Montréal en Lumières*, *Festival de Jazz* et *Francofolies*. Elle réalise des mandats dans le secteur culturel, notamment pour les festivals *Coup de cœur francophone* et *Nuits d'Afrique* ainsi que pour la Journée des musées montréalais. Elle poursuit une recherche théorique et empirique sur la diffusion de films et de projections diverses dans les lieux publics au Québec, dont les premiers résultats ont été présentés à l'ACFAS en mai 2016.

Contact : fillion.ariane.2@courrier.uqam.ca

Éric George est professeur titulaire à l'École des médias (Faculté de communication) à l'UQAM. Il est également, entre autres, directeur du Centre de recherche interuniversitaire sur la communication, l'information et la société (CRICIS) et membre du Collège des nouveaux chercheurs et créateurs de la Société royale du Canada. À

partir de la mobilisation des perspectives critiques en communication, il est l'auteur d'une centaine de textes (articles, chapitres de livres et actes de colloques) avec évaluation par les pairs. Site Web : <http://www.blogericg.uqam.ca/>

Contact : george.eric@uqam.ca

Bernard Guelton développe des réalisations artistiques qui interrogent les contextes sociaux, architecturaux et urbains dans lesquels il intervient. La question des rapports entre architecture et fiction caractérise une partie de ses réalisations. Les œuvres mobiles, les jeux urbains constituent de nouveaux développements qui croisent les travaux développés dans son équipe de recherche. Dans le cadre universitaire, il anime l'équipe Fictions & interactions. Il a réalisé une dizaine d'ouvrages portant sur l'exposition, les fictions artistiques, la question des immersions, les interfaces numériques et la mobilité.

Contact : bernard.guelton@archifiction.net

<http://www.fictions-et-interactions.org>

<http://www.institut-acte.cnrs.fr/fictions-interactions/>

<http://www.archifiction.org>

Lena A. Hübner est étudiante au doctorat en communication à l'Université du Québec à Montréal (UQAM). Après son B.A. en études francophones (concentration médias) à l'Université Albert-Ludwig à Freiburg (2012) et des expériences de travail en relations publiques, elle choisit une carrière universitaire. Depuis son mémoire de maîtrise (UQAM, 2014), elle étudie la communication politique sur les réseaux socionumériques. Elle est notamment l'auteure de l'article « Opinion Regulation or Civic Dialogue? Seeking New Analytical Frameworks to Study Digital Politics » publié dans *ESSACHESS – Journal For Communication Studies* (décembre 2016). En dehors de ses études, elle est coordonnatrice des activités scientifiques du centre de recherche interuniversitaire CRICIS (*Centre de recherche interuniversitaire sur la communication, l'information et la société*) et chargée de cours à l'École des médias de l'UQAM.

Contact : hubner.lena_alexandra@courrier.uqam.ca

Marc Ménard détient un doctorat en science économique de l'université Paris VIII. Ses travaux portent sur l'économie de la culture, les industries culturelles, les nouvelles formes de marchandisation de l'information et de la communication et le Big Data. Il a publié en 2001 *Les chiffres des mots. Portrait économique du livre au Québec* et, en 2005, *Éléments pour une économie des industries culturelles*. Il est professeur à l'École des médias de l'Université du Québec à Montréal (UQAM) et membre du Groupe de recherche sur l'information et la surveillance au quotidien (GRISQ), une composante du Centre de recherche interuniversitaire sur la communication, l'information et la société (CRICIS).

Contact : menard.marc@uqam.ca

André Mondoux, sociologue de formation, œuvre dans le monde des technologies numériques depuis plus de 30 ans, notamment à titre de journaliste spécialisé. Il est professeur à l'École des médias de l'Université du Québec à Montréal, où il a fondé le GRISQ (Groupe de recherche sur l'information et la surveillance au quotidien). Ses recherches portent sur les médias socionumériques et la banalisation de la surveillance dans les sociétés contemporaines. Il s'intéresse également à l'intégration de la géolocalisation (GPS) dans les médias socionumériques, de même qu'aux circuits de marchandisation de l'information (Big Data) et leurs impacts sur la gouvernabilité.

Contact : mondoux.andre@uqam.ca

Sarah Labelle est maîtresse de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'Université Paris 13 et membre du LabSIC. Sarah Labelle mène des recherches sur les politiques publiques de mise à disposition des données publiques (*open data*) et de renouvellement du dialogue avec la société civile (*open government*). Elle conduit des expérimentations en faveur du développement des pratiques et cultures des données.

Contact : sarah.labelle@univ-paris13.fr

Philippe-Antoine Lupien est doctorant et chargé de cours en communication à l'Université du Québec à Montréal (UQAM) et adjoint de recherche au CRICIS. Ses recherches doctorales portent sur les points de rencontre entre sport et politique. Il cumule également plus de dix ans d'expérience à titre de consultant en communication en politique et en culture.

Contact : lupien.philippe-antoine@courrier.uqam.ca

Maxime Ouellet est professeur à l'École des médias de l'UQAM, chercheur au Centre de recherche interuniversitaire sur la communication, l'information et la société (CRICIS) et membre du Groupe de recherche sur l'information et la surveillance au quotidien (GRISQ). Il a coécrit et dirigé, avec Éric Martin, *Université inc. Des mythes sur la hausse des frais de scolarité et l'économie du savoir* (Lux, 2011) et *La tyrannie de la valeur. Débats pour le renouvellement de la théorie critique* (Écosociété, 2014). Son plus récent essai s'intitule *La révolution culturelle du capital. Le capitalisme cybernétique dans la société globale de l'information* (Écosociété, 2016).

Contact : ouellet.maxime@uqam.ca

Martin Tétu est chercheur et consultant dans le secteur de la culture depuis une quinzaine d'années. Responsable des statistiques publiques de l'audiovisuel et des médias à l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (2009-2012), membre de l'équipe de recherche « Chantier Droit d'auteur à l'ère numérique » (2015-2016) à l'INRS pour le compte du ministère de la Culture et des Communications du Québec, ses travaux actuels portent sur la fréquentation des arts de la scène et la nouvelle « culture de l'écran ». Également formé en art dramatique et directeur d'organismes culturels (Action Culture, Festival OFF de Québec), il est chargé de cours

en sociologie de la culture à l'UQAM et agit comme consultant pour diverses institutions culturelles (Groupe de travail sur fréquentation des arts de la scène, arrondissement du Plateau Mont-Royal, etc.). Il est coresponsable de l'étude sur la projection des arts de la scène sur grand écran (Mesure 67 du *Plan culturel numérique*) pour la Place des Arts (2016-2017).

Contact : tetu.martin@uqam.ca



CENTRE DE RECHERCHE | COMMUNICATION
INTERUNIVERSITAIRE | INFORMATION
SOCIÉTÉ

Faculté de communication - CRICIS
Université du Québec à Montréal
Case Postale 8888 Succursale Centre ville
Montréal, QC H3C 3P8

Le Centre de recherche interuniversitaire sur la communication, l'information et la société (CRICIS) a pour objectif principal de constituer un pôle d'excellence dédié à l'analyse des rapports entre communication, information, culture et société dans un contexte où les systèmes de communication – qu'il s'agisse des technologies numériques de l'information et de la communication, des médias ou des industries culturelles – et les pratiques sociales qui leur sont liées ont pris une place centrale dans toutes les activités de nos vies quotidiennes, autant dans les sphères publique, privée que professionnelle.

Nous privilégions les perspectives critiques à la fois pour favoriser la pratique systématique de la réflexivité qui doit être au cœur de toute démarche de recherche et pour mettre en évidence tant les inégalités sociales face aux processus et phénomènes communicationnels que les rapports de pouvoir et les potentialités en termes de changements sociaux. Nous nous distinguons en accordant une place centrale à la fois aux recherches macro et micro, à l'importance des contextes structurants tout en étant attentifs aux innovations d'ordre individuel et collectif, et au temps présent tout en situant nos problématiques dans le long terme. Dans les relations entre communication, information, culture et société, nous privilégions les analyses en termes de déterminations réciproques. Les enseignements que nous tirons de nos recherches sont à la fois issus des pratiques sociales de la communication au quotidien et de l'analyse des rapports entre communication, information, culture et société à une échelle historique et géographique beaucoup plus vaste.