

Chapitre 3

La production culturelle et le maintien du pluralisme

BERNARD MIÈGE

Professeur en sciences de la communication,
Université Stendhal-Grenoble 3,
Grenoble (France)

Présentement, les technologies de l'information et de la communication (TIC) nous semblent intervenir de façon décisive dans la production culturelle. Elles modifient radicalement aussi bien les contenus que la forme sous laquelle se présentent les œuvres et les produits. Ainsi, en cette fin de siècle, on peut observer avec quelques interrogations, et même avec beaucoup d'inquiétude, l'extension rapide du commerce électronique donnant facilement accès à des produits sonores et audiovisuels qui se jouent des frontières et des zones d'influence des cultures, mais subvertissent les modalités même de la diffusion de la culture.

DES TECHNOLOGIES VERS LES CONTENUS

Ce serait cependant une erreur d'attribuer à ces techniques, et à elles seules, le mérite de produire les changements en cours ; il est vrai qu'elles connaissent un essor sans précédent, particulièrement dans les pays les plus avancés économiquement. Cet essor, annoncé de longue date, s'est fait attendre mais le mouvement est lancé et paraît devoir se poursuivre selon un rythme rapide au point, si l'on en croit certains auteurs, de nous faire entrer dans une ère (ou même une société) nouvelle, celle de l'information. Mais une chose est de noter le développement impulsif de techniques issues des télécommunications, de l'informatique et de l'audiovisuel, autre chose est de les créditer des changements : dans le domaine culturel, comme dans les autres domaines de la vie sociale, l'innovation technique, le plus souvent, accompagne — et parfois seulement accélère — des mutations qui trouvent leur origine ailleurs. Elle leur donne l'occasion de se manifester. Elle favorise les entreprises de ceux qui sans elles avaient du mal à prendre place et à contourner les organisations dominantes du secteur, et elle rend fragiles les « barrières à l'entrée » qui se dressent un peu partout soit pour maintenir les rentes de situation soit pour préserver des pratiques spécifiques. Autrement dit, par-delà les discours d'adaptation à des

évolutions techniques inéluctables qui sont généralement tenus, c'est vers les tendances d'évolution des productions culturelles qu'il faut porter les regards. Celles-ci pouvant trouver dans les TIC des occasions de s'affirmer, de se diffuser largement ou au contraire de rester limitées à des espaces restreints, voire de décliner.

A travers le monde, la production de la culture demeure pour l'essentiel étroitement reliée aux collectivités d'appartenance. Les anthropologues comme les historiens ou les sociologues de la culture insistent à bon droit sur ce trait récurrent qui explique autant le maintien de formes artisanales ou même non marchandes que les réinterprétations auxquelles, par exemple, la réception des séries télévisées donne lieu, en fonction des cultures des téléspectateurs. En d'autres termes, malgré plus de deux siècles de production industrialisée de la culture, et en dépit des stratégies offensives de grands groupes de diffusion de plus en plus puissants, une caractéristique demeure : dans toutes les régions du monde des formes autonomes de production des spectacles se maintiennent. L'artisanat populaire est loin d'être en déclin, des livres et des journaux sont édités (du moins quand les conditions sociopolitiques sont réunies), des films ou des séries télévisées sont produits (avec parfois une diffusion dépassant de beaucoup les frontières nationales), et la production de musique enregistrée ne se réduit pas à celle contrôlée par les firmes que l'on qualifie de majors. Les prévisions pessimistes, émises çà et là depuis deux décennies, et qui annonçaient toutes plus ou moins une mondialisation imminente de la production culturelle, se sont révélées fausses, et en tout cas excessives. La culture reste un domaine de la vie sociale où l'industrialisation rencontre des résistances ou des limites, même si elle se trouve de plus en plus insérée dans des marchés, souvent de petite dimension, et même si, comme chacun peut l'observer, l'internationalisation des productions, ainsi que la transnationalisation des thèmes, des modes et des standards s'affirment de plus en plus nettement.

Que les pronostics faits antérieurement n'aient pas été suivis des effets annoncés n'est toutefois pas une assurance pour l'avenir. L'hypothèse vraisemblable que l'on peut formuler est, en effet, que les TIC, et la dynamique incontestable qu'elles impulsent, fournissent (enfin ?) l'occasion et le moyen de franchir une étape décisive en direction de l'industrialisation et de l'internationalisation des productions culturelles. Ce qui, antérieurement, n'avait réussi que de façon partielle (sous l'impulsion des moyens de reproduction mécanique, grâce à la rationalisation des méthodes de conception et avec l'appoint des financements publicitaires de plus en plus intéressés à la globalisation) serait en passe de se produire par l'entremise des TIC ; en d'autres termes, ce que les médias audiovisuels de masse avaient seulement engagé serait sur le point d'advenir, les TIC se révélant plus aptes à contourner les structures culturelles des pays et des peuples, et en tout cas plus favorables à la circulation (généralisée) des flux transnationaux. Les outils individuels de communication et/ou d'accès à des données ou à des programmes agencés (aussi bien de la musique enregistrée, des textes écrits, des images-sons, que des multimédias) accompagneraient dès lors une profonde mutation de la production culturelle. L'évolution récente et à venir de celle-ci peut en effet être caractérisée par les traits suivants.

ÉLARGISSEMENT DE LA PRODUCTION MARCHANDE ET INDUSTRIALISÉE DE LA CULTURE

L'histoire des industries culturelles n'est en rien linéaire. Jusqu'à une période récente, elle a procédé par bonds au fur et à mesure de l'adoption puis de la diffusion de procédés de reproduction permettant successivement de rendre accessibles des œuvres littéraires sur des livres, des œuvres musicales sur des disques (les supports subissant d'ailleurs des transformations régulières), puis des œuvres filmiques et

audiovisuelles par le moyen de projections dans des salles spécialisées ou sur des vidéocassettes.

Ce rappel ne doit pas faire oublier que l'industrialisation de la culture ne s'est pas faite sans difficultés et sans échecs. Pour les producteurs et les éditeurs, les valeurs attachées à la culture fonctionnent le plus souvent comme des « contraintes » ou en tout cas comme des éléments aléatoires que les techniques du marketing parviennent encore à peine à modéliser. C'est un fait qu'il s'est avéré plus commode de commercialiser des appareils permettant de lire les œuvres (des lecteurs de disques, des téléviseurs, des appareils photographiques, etc.) que de réussir la mise sur le marché des œuvres, que celles-ci soient disponibles sur des supports matériels (reproduisant la création unique, la maquette de base) ou accessibles par le moyen de projections ou de diffusions par des médias audiovisuels.

Il s'ensuit que le tableau que nous pouvons dresser aujourd'hui des rapports entre culture et industrie est très contrasté. Les différences sont saisissantes entre :

- pays développés et pays en développement (les frontières nationales, linguistiques et culturelles jouant encore un rôle important, y compris symbolique) ;
- ceux d'entre eux qui laissent les règles du marché opérer plus ou moins complètement et ceux qui accordent aux pouvoirs publics un rôle d'impulsion ou de coordination ;
- ceux dans lesquels le marché et l'industrie contrôlent majoritairement le domaine culturel, et ceux où l'artisanat, les spectacles populaires vivants et la production non marchande dominent largement ;
- les composantes mêmes du domaine artistique : par exemple, la danse, la poésie et les spectacles de contes se révèlent très difficiles à valoriser, à la différence des spectacles filmiques (que l'on doit considérer comme une activité relevant à la fois de l'art et de l'industrie) ;

- l'accès individualisé aux œuvres et la participation à des spectacles. Si quantitativement l'assistance à des spectacles a eu tendance à se réduire, des formes nouvelles de spectacles apparaissent régulièrement, correspondant peu aux plans des grandes compagnies. Ainsi, entre autres exemples, en est-il actuellement des manifestations publiques de la musique « techno » ;
- les productions diffusées sur des médias audiovisuels de masse (et financées par des ressources publicitaires et/ou publiques) et celles qui, faisant l'objet d'une opération d'édition, sont achetées par les consommateurs.

A partir de ce tableau fortement contrasté, on se convaincra aisément que l'émergence d'un système unifié n'est pas envisageable dans la période présente. Par contre, les TIC sont susceptibles d'appuyer avec force des tendances à l'œuvre depuis au moins deux décennies, donnant de ce fait un « coup de pouce » décisif à l'expansion des industries culturelles.

Encore convient-il d'évaluer précisément en quoi les TIC peuvent se révéler d'une certaine efficacité. Contrairement à une position fréquente chez les professionnels, il ne faut pas s'attendre que les produits multimédias, sauf pour les jeux, donnent lieu assez rapidement à des produits innovants et à des marchés importants. Les innovations sont encore trop rares en matière d'écritures méritant le qualificatif de multimédias, et les coûts de production restent trop élevés pour qu'on puisse escompter des progressions rapides. Si donc dans la prochaine décennie les modalités de conception des produits et les façons de les produire ne sont pas appelées à se modifier rapidement (en tout cas radicalement), si par conséquent l'essentiel des produits appelés à être largement diffusés sont des produits actuellement disponibles ou s'inscrivant dans la filiation de produits déjà connus, en quoi les TIC peuvent-elles être un vecteur actif de l'élargissement de la sphère de la culture marchande et même industrialisée, au point d'accentuer la marginalisation des cultures spécifiques, la standardisation des produits

accessibles à travers le monde, ainsi que l'exclusion encore plus manifeste de ceux qui ne disposent pas des ressources monétaires pour consommer ? La réponse à cette question est assez facile à apporter et rejoint le deuxième trait majeur de l'évolution des industries culturelles, à savoir l'accélération de la circulation des produits.

ACCÉLÉRATION DE LA CIRCULATION DES PRODUITS, NOTAMMENT AU PLAN INTERNATIONAL

Les facilités que procurent les réseaux de communication et la maîtrise grandissante des terminaux d'accès permettent de plus en plus de : 1) commander à distance des produits jusqu'à présent distribués presque exclusivement par des distributeurs finaux spécialisés ou des grandes surfaces ; 2) de télécharger des produits accessibles à distance (par exemple des livres, des magazines, de la musique enregistrée, des images, etc.)

Certes, la réalité de ce nouveau « commerce électronique » est encore difficilement appréciable, mais elle a incontestablement connu au cours des années 1997-1998 une croissance telle que les grands groupes de diffusion, qui avaient été précédés par des petites entreprises innovantes, se sont tous engagés précipitamment dans cette direction. Il est à noter que ce choix stratégique a été fait alors même que la sécurisation des échanges monétaires sur Internet demeure aléatoire, et que les négociations sur les modes de rémunération des artistes et des éditeurs (voir le chapitre 8) sont loin d'être achevées. De plus, les produits culturels sont considérés par l'ensemble des spécialistes comme une catégorie particulièrement bien adaptée à cette nouvelle forme de distribution. Pour les consommateurs, les avantages sont réels : accès en « temps réel » donc sans délai, assurance d'avoir connaissance de l'ensemble des catalogues et des produits effectivement disponibles (ce qui est un avantage considérable dans le domaine culturel où les marchés

sont très cloisonnés et les titres édités nombreux et, de ce fait, rapidement retirés des rayonnages), ouverture (pas encore généralisée) à des catalogues de firmes étrangères jusqu'à maintenant peu accessibles sinon avec des délais prolongés (c'est le cas des secteurs les plus spécialisés de l'édition de livres et de disques : par exemple, l'édition scientifique ou la musique « savante »). Autrement dit les consommateurs les moins concernés par les produits de masse et les éditeurs ou producteurs spécialisés se trouvent particulièrement intéressés par ces nouvelles modalités d'accès aux produits culturels. Un paradoxe réside même en ce que ceux qui sont apparemment le plus critiques face à cette évolution rapide de la distribution des produits culturels (disons les membres des classes « cultivées », attachés au maintien des médiations existantes permettant d'accéder aux différentes expressions artistiques, ainsi que les scientifiques) sont ceux qui pour le moment trouvent le plus d'avantages à user pour eux-mêmes de la commande via des réseaux.

Le paradoxe ne se limite pas à ces avantages immédiats offerts aux usagers les plus exigeants et les plus sélectifs dans leurs choix. Les producteurs et les artistes proposant les produits les plus distinctifs, et qui éprouvent souvent (de plus en plus souvent ?) de grandes difficultés à mettre en distribution les œuvres qu'ils conçoivent et éditent, peuvent évidemment être tentés de se passer des intermédiaires que sont les grands groupes de diffusion et les distributeurs (à qui ils sont tenus de consentir des pourcentages élevés du prix de vente), et d'entrer en relation directement avec les consommateurs. Le phénomène est d'autant plus envisageable que les artistes et leurs éditeurs ont, tout au long de l'histoire des industries culturelles, essayé de s'affranchir des intermédiaires, sans réussir dans leurs entreprises, sauf à entrer eux-mêmes dans cette catégorie très recherchée et de renforcer les oligopoles en place.

L'évolution engagée concerne surtout la commande à distance, à partir de la consultation des catalogues sur les sites des éditeurs, et sur ceux des artistes

fonctionnant comme producteurs de leurs propres œuvres. Elle sera rapidement relayée par le téléchargement des œuvres elles-mêmes, l'éditeur d'un livre ou d'une œuvre de musique enregistrée n'ayant plus besoin d'en passer par l'étape de la reproduction et de l'inscription de l'œuvre sur un support matériel. Cette perspective n'a rien d'utopique ; il est d'ores et déjà possible d'accéder de cette façon à des œuvres littéraires ou musicales, et même à des « fragments » de celles-ci (par exemple, le chapitre d'un roman ou un seul titre d'un enregistrement musical d'un groupe de musique populaire). Ce faisant, deux composantes essentielles du produit culturel se trouvent mises en question : d'une part, l'idée même qu'une œuvre offerte est en quelque sorte achevée puisque stabilisée sur un support (par exemple, un roman sur un support imprimé) ; d'autre part, les formes mêmes de la rétribution monétaire par le consommateur, celui-ci étant ici incité à payer « à la pièce », voire même seulement pour un fragment de l'œuvre. En l'occurrence on n'a pas seulement affaire à des innovations techniques qui, en favorisant une mutation commerciale, accompagnent des changements des modalités d'accès aux œuvres. Les changements techniques en ce cas entraînent toute une série de modifications affectant la consistance même des productions culturelles, mettant tout particulièrement en cause un caractère considéré jusqu'ici comme essentiel, leur achèvement.

TENDANCE A UN CONTINUUM ENTRE LOISIRS, INFORMATION ET CULTURE

Les valeurs et les représentations sociales auxquelles ces trois notions donnent lieu dans les sociétés modernes restent nettement différenciées ; même si elles évoluent, et parfois se recouvrent (le temps et les activités de loisirs sont ainsi dans les sociétés économiquement dominantes ceux de la vie culturelle organisée), il n'est guère de confusion possible entre les significations générales qui leur sont attachées. En outre, aux unes comme aux autres sont associées des

références relativement permanentes : l'information est plus éphémère que la culture, et ceci se traduit y compris dans le fonctionnement même des organisations qui en sont chargées ; les loisirs sont avant tout le temps de la distraction, mais une valeur positive est associée aux loisirs favorisant le développement des activités culturelles.

Pourtant, notamment sous l'emprise des TIC (mais le phénomène avait débuté antérieurement), des rapprochements sont en train de s'opérer, au point qu'il devient parfois difficile d'opérer une distinction claire entre les produits informationnels et les produits culturels. Les modalités mêmes de leur création (par des journalistes et par des artistes, avec un recours croissant à des méthodes de rationalisation), les structures de production qui les mettent en œuvre (de plus en plus souvent dépendantes des mêmes groupes multimédias), les procédés de diffusion (via des réseaux et sous la forme de produits accessibles en ligne ou hors ligne), les temps de leur consommation, et les conditions dans lesquelles les usagers se les approprient (l'appropriation est plus fréquemment individuelle et requiert une certaine interactivité avec les dispositifs machiniques qui s'interposent dans la communication de leurs programmes) sont désormais proches, voire communes. Les similarités que nous venons de repérer ne sauraient être considérées comme secondaires ou anodines ; au-delà des confusions et des rapprochements c'est plus que jamais la question de la culture de masse qui se pose, sous des formes il est vrai différentes de celles observées dans les années 60 lorsque le phénomène est apparu. Les moyens de transmission d'une culture de masse standardisée et de plus en plus transnationale se développant, et bénéficiant grâce aux TIC d'un incontestable élan, le maintien des spécificités culturelles a tendance à être assuré dans un cadre élitaire, et en tout cas sélectif. Alors même que les productions culturelles spécifiques sont loin d'être en régression et qu'un peu partout une grande attention est accordée à celles d'entre elles qui expriment le mieux les identités populaires et natio-

nales, celles-ci se trouvent concurrencées par des produits de masse, facilement distribués via les réseaux de communication. Le combat, en quelque sorte, est inégal, non par insuffisance de l'offre (celle-ci, bien au contraire croît et se diversifie), mais par la domination que les grands groupes de communication sont en train de renforcer dans la diffusion des produits. Et, pour autant qu'on puisse inférer de constats actuels des évolutions futures, il semble bien que la culture suive désormais un mouvement déjà en cours pour les loisirs et l'information.

AFFAIBLISSEMENT DES SERVICES PUBLICS ET FLOTTEMENT DES POLITIQUES PUBLIQUES

Les TIC ne sont pas encore l'horizon quotidien d'une majorité des populations. Pourtant, elles ont déjà entraîné des modifications assez radicales dans le fonctionnement et la réglementation des services publics, et laissent généralement les responsables hésitants dans la conduite des politiques publiques dans le domaine culturel (voir notamment le chapitre 5 concernant les questions de dérégulation). On se limitera ici à certains aspects, le plus souvent négligés.

L'extension de l'offre marchande amène quasi mécaniquement sinon une disparition, du moins une minoration de l'offre non marchande (largement soutenue par des financements publics) ou semi-marchande (c'est le cas des productions artisanales ou de celles qui bénéficient de protections fiscales et douanières). Dans la période récente, un mouvement de cet ordre a marqué la production télévisuelle : pour faire face à la concurrence des nouvelles et puissantes chaînes commerciales, et notamment pour accroître, à ressources plus ou moins constantes, la production des programmes nécessaires pour concurrencer les chaînes commerciales, les responsables des chaînes publiques ont été contraints d'externaliser la production et de confier celle-ci à de nouveaux producteurs privés, d'ailleurs indifférents de savoir qui est à l'origine des

commandes qu'ils traitent. Au bout du compte, la production publique de programmes s'est trouvée nettement amoindrie ; de plus certains genres d'émissions ont disparu ou sont de moins en moins disponibles, car ils ne sont pas conformes aux normes de la production marchande, attentive avant tout aux indicateurs d'audience : après les émissions consacrées à la poésie ce sont les émissions littéraires qui ont été supprimées ou programmées en dehors du « prime time » ; même les émissions de variétés, pourtant très populaires antérieurement, ont perdu de leur importance ou été intégrées dans des shows « généralistes », car la renommée d'un chanteur ou d'un groupe ne suffit plus à assurer une audience « tous publics ».

Au cours des dix à quinze dernières années, certaines orientations des politiques publiques ont assuré le maintien et même le développement d'industries culturelles nationales. Ainsi dans les pays de l'Union européenne des mesures communautaires ou nationales ont été incontestablement favorables à certaines industries des États membres, aussi bien dans l'édition de livres (système français du prix unique du livre qui a garanti la permanence d'un réseau de librairies spécialisées), dans l'édition de musique enregistrée (obligation pour les stations de radio de diffuser un quota de chansons et de pièces musicales produites par les éditeurs nationaux), dans la production cinématographique et audiovisuelle (système d'aides diverses à la production) et dans celle des programmes télévisuels (nécessité pour les chaînes de télévision de respecter un certain quota d'œuvres nationales et européennes). Cependant, pour la période à venir rien ne garantit la poursuite de ces effets jusqu'à maintenant incontestablement favorables : en dehors du fait que tout système de quotas entraîne des difficultés d'application réelles (à partir de quand une coproduction cinématographique faisant appel à des capitaux d'origines diverses peut-elle être qualifiée de nationale ?) et qu'il est régulièrement contesté en raison de sa singularité dans les échanges commerciaux mondiaux (voir ci-après la section Primauté de l'anglo-américain), il

faut admettre que la circulation des programmes, désormais facilitée par les réseaux et peu contrôlable par les autorités publiques, tendra à rendre moins efficaces les mesures de soutien aux industries (de petite et moyenne dimensions) fonctionnant pour l'essentiel dans un cadre culturel et linguistique spécifique. Cette constatation ne les rend pas moins nécessaires, mais leur efficacité risque de s'avérer plus incertaine, tout simplement parce que les consommateurs eux-mêmes auront tendance à diversifier leurs demandes, y compris en direction de produits relevant de la culture savante (films d'auteurs, musiques peu diffusées, ouvrages scientifiques, etc.).

IMPORTANCE DES FORMES INDIVIDUELLES D'ACCÈS A LA CULTURE

La tendance à l'individualisation des pratiques sociales, annoncée depuis longtemps par plusieurs auteurs se rattachant à des courants théoriques différents, semble bien trouver dans les TIC de quoi accentuer son émergence, tout particulièrement dans les pays développés. A la différence des médias apparus antérieurement, les TIC supposent en effet le plus souvent une démarche active de l'utilisateur-consommateur non seulement pour accéder au programme demandé, mais surtout pour interagir avec celui-ci, et ainsi en obtenir des réponses adaptées aux sollicitations personnalisées. En ce sens, elles renforcent, plus qu'aucune autre technique précédente, la situation de « colloque singulier » entre une offre de contenus et les sollicitations de l'utilisateur, apparemment irréductibles à celles d'un autre.

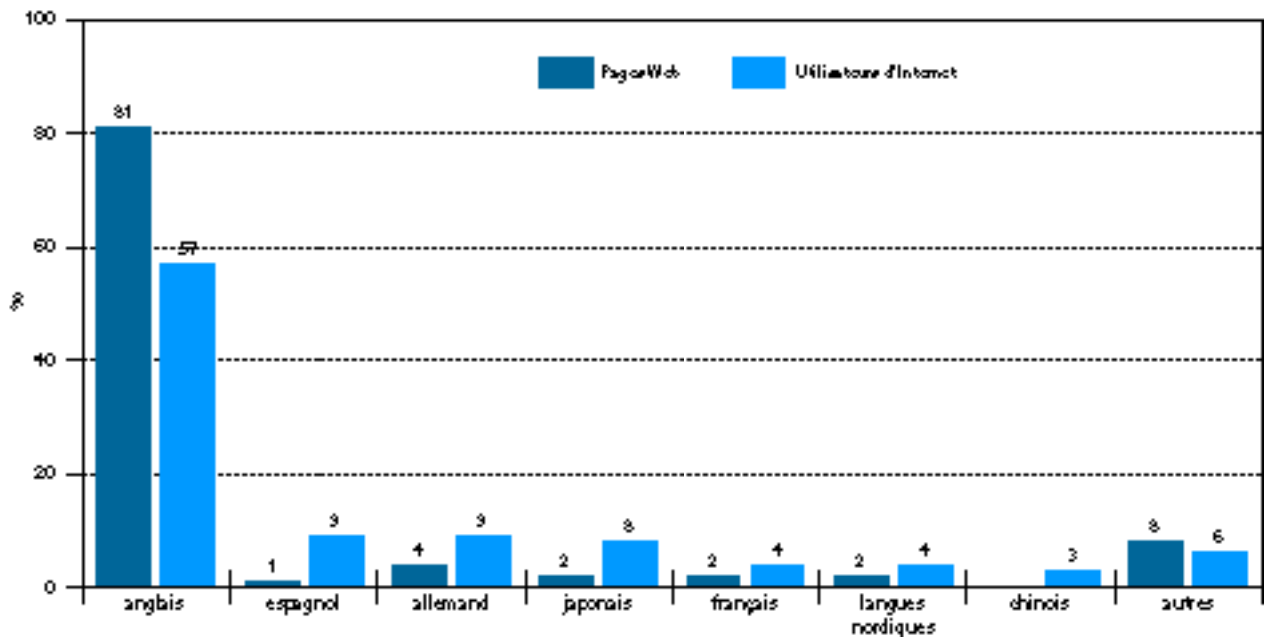
Cette spécificité ne doit pas être exagérée. Avec les TIC, la consommation culturelle ne saurait se limiter à un contact narcissique avec les œuvres. De même, les formes socialisées ne sont pas appelées à disparaître, car l'individualisation des consommations n'entraîne pas nécessairement le déclin des spectacles et des autres usages socialisés. C'est un fait que la multiplication des supports individuels de la musique

enregistrée n'a pas conduit (en dépit des prévisions) au déclin des concerts des différentes catégories de musique. On peut même observer combien entre les unes et les autres des interactions complexes se nouent, ainsi que des jeux d'influence réciproque. Si en principe aucun effet mécanique n'est à attendre, par contre des rapports nouveaux sont prévisibles. Ainsi les TIC sont propices à des temps et des rythmes de consommation fragmentés et éclatés, ceux-ci ayant peu à voir avec les temps forts des pratiques culturelles socialisées. Cette disjonction peut être la source de toute une série de mutations culturelles fondamentales. Ainsi, il se peut que l'accroissement des consommations culturelles s'accompagne d'une réduction des échanges et des débats autour des productions ; il se peut aussi que les spectacles deviennent presque exclusivement des lieux consacrés à la « promotion » des marchandises culturelles, ce qui ne manquerait pas d'advenir si les aides publiques affectées aux spectacles vivants venaient à être réduites ou même supprimées, les responsables prenant prétexte de la diversité et de la multiplicité de l'offre marchande. Cette perspective marquerait l'achèvement du processus menant à l'instrumentalisation de la culture, et, comme on l'a déjà fait observer, à sa confusion avec le loisir et l'information.

PRIMAUTÉ DE L'ANGLO-AMÉRICAIN

Cette langue a été soudainement promue, grâce aux TIC, comme unique langue internationale. Selon une étude de 1998 d'Euromarketing, plus d'un internaute sur deux (58 %) utiliserait l'anglais sur le réseau mondial de communication ; l'espagnol (8,7 %), l'allemand (8,6 %), le japonais (7,9 %) et le français (3,7 %) auraient des usages beaucoup plus restreints (voir la figure 3.1). Ces données, évidemment difficiles à établir, sont confirmées par d'autres études (voir l'annexe statistique pour d'autres données relatives à ces questions). Elles sont cependant difficiles à apprécier, tant les évolutions sont rapides, aussi bien celles qui

Figure 3.1 → Pourcentage de pages Web, 1997, et d'utilisateurs d'Internet, 1998, selon les langues



Sources : Alis Technologies/Internet Society : www.isoc.org.8080/palmares.en.html
 EMA : www.euromktg.com/globstats

concernent les taux d'équipement que celles relatives aux pratiques. De plus on ne saurait inférer de cette donnée relative à la langue de communication préférentielle (celle des messageries et des forums) des conclusions similaires pour l'échange de produits culturels. Ainsi, dans l'offre de chaînes satellitaires, après une première phase de large domination de l'anglais, assiste-t-on actuellement à un début de diversification linguistique.

Trouvera-t-on dans les systèmes de traduction automatique des applications satisfaisantes permettant de limiter les difficultés de l'intercompréhension et de favoriser un réel plurilinguisme ? Les recherches se sont régulièrement révélées décevantes et les chercheurs, présentement, se montrent prudents. Leurs espoirs portent surtout sur l'élaboration de systèmes d'assistance automatisée à la traduction. C'est reconnaître que, dans le domaine qui nous intéresse où on

ne peut se contenter d'approximations et de simplifications (celles-ci sont une atteinte aux langues dans ce qu'elles expriment de traits culturels spécifiques), seul un effort important en faveur des traductions, émanant des producteurs comme des autorités responsables des politiques publiques, peut contribuer à un certain rééquilibre dans la circulation des œuvres culturelles. Faute de cet effort, l'anglais et vraisemblablement quelques autres langues parmi celles qui sont le plus parlées domineront à terme les marchés culturels (voir aussi l'encadré 3.1).

Les efforts en faveur des traductions et ceux qui visent à la mise au point de systèmes d'aides à la traduction (au rang desquels il faut ranger les systèmes multilingues qui devraient susciter les aides des organisations internationales) se révéleront toutefois insuffisants si, parallèlement, des actions systématiques ne sont pas conduites aussi bien pour soutenir les pro-

Encadré 3.1 → Les alphabets non latins et l'ordinateur

A une époque de mutations rapides et d'évolution accélérée des technologies de l'information et de la communication, les lettres et les textes, les images et les représentations graphiques, qui sont la raison d'être de ces technologies, ne reçoivent pas toujours l'attention qu'elles méritent.

Il s'agit là d'une affaire sérieuse. La non-informatisation de textes qui ne sont pas basés sur l'alphabet latin pourrait conduire des sociétés entières à régresser jusqu'à un stade quasiment pré Gutenbergien, où seule une élite de savants privilégiés avait mission d'écrire, de copier et de lire des livres précieux dont il n'existait souvent qu'un original unique.

Ce problème est très préoccupant pour plus de deux cents sociétés ethniques et groupes linguistiques, qui se trouvent pour la plupart en Asie, mais aussi pour les peuples autochtones de la région circumpolaire et les peuples autochtones d'Amérique latine. Pour un grand nombre de langues, il s'agit de pouvoir utiliser des outils graphiques pour représenter leurs lettres, leurs mots et leurs phrases comme symboles d'un langage informatisé, de la même manière que les locuteurs de ces langues les auraient écrits. Du fait que l'outil d'écriture informatisée doit suivre au plus près la grammaire et le style de l'écriture, il ne s'agit pas simplement de « transposer » correctement un alphabet fondé sur l'imitation de sons dans un autre alphabet reposant aussi sur l'imitation de sons.

Dans certains cas, par exemple, la consonne s'écrit d'abord et la voyelle appropriée devient un accent ou un signe diacritique à côté du symbole de la consonne. Il peut, cependant, exister une différence capitale selon qu'une voyelle s'écrit en première position ou bien en dernière position comme voyelle isolée, et l'outil d'écriture doit pouvoir prendre cela en compte.

Il faut élaborer un tout autre outil d'écriture pour transposer des alphabets idéographiques dont les caractères ne représentent pas des sons mais des objets ou des notions, comme en chinois, en japonais et en coréen. Il est encore plus difficile d'élaborer des outils d'écriture pour des écrits reposant exclusivement sur des idéogrammes comme dans les langues des Indiens d'Amérique du Nord ou les écrits inuit, qui rapportent histoires ou sagas avec ce que des non-initiés qualifieraient d'outil caractérisé par une pénurie de symboles.

La création de polices de caractères appropriées n'est alors que la première étape. Il faut élaborer un outil d'écriture informatisé qui permette un style d'écriture articulé avec ses

modalités expressives. Dans toute langue il y a diverses manières d'utiliser les caractères gras, les italiques, le soulignement, etc. Il y a différentes sortes de ponctuation et différentes manières de séparer les mots, les phrases et les paragraphes. En thaï, par exemple, tous les mots se succèdent en bloc. Il n'y a pas de virgules pour indiquer des pensées autonomes, pas de points pour terminer les phrases, ni d'alinéas pour indiquer un nouveau paragraphe. La plupart des textes traditionnels s'écrivent en capitales et le bas de casse n'y a pas de sens. De plus, la taille du symbole est très importante et est en général déterminée par l'usage traditionnel du texte.

Au-delà, et pour faire bon usage de la nouvelle technologie de l'information, il faut envisager notamment : la création de dictionnaires électroniques, de thésaurus électroniques, de correcteurs orthographiques électroniques intégrés dans le logiciel de rédaction, des environnements rédactionnels multi-écritures, l'activation et la traduction de la voix, et la normalisation des formats pour permettre la transmission et la conversion électroniques. Même pour Afralpha, le système d'écriture mis au point sur les ordinateurs Apple pour intégrer plusieurs langues africaines majeures dans un alphabet latin élargi, il faut encore perfectionner des dictionnaires, des thésaurus et d'autres éléments.

Enfin, étant donné le nombre assez grand d'initiatives visant à élaborer des outils rédactionnels informatisés pour des écritures non latines, il faudra en dernier lieu codifier les scripts et assurer l'uniformité au sein du langage de script et la compatibilité avec des scripts connexes : ainsi entre le dzongkha, langue du Bhoutan, et le tibétain qui est à l'origine de la plupart des écrits religieux utilisés au Bhoutan.

On ne saurait exagérer l'importance de l'informatisation des écritures en tant que programme unique, intégré et englobant. Les peuples et les sociétés qui ne sont pas capables d'écrire leur propre langue sur ordinateur aux fins de la transmission et de l'échange seront aussi dans l'incapacité de participer pleinement à la société de l'information émergente ou de profiter de toutes les possibilités qu'offrent les technologies de l'information et de la communication. Et il faut bien voir que leur créativité et leur identité culturelle en pâtiront.

A. ARNALDO,
Division de la communication à l'UNESCO

Source : R. M. K. Sinha (dir. publ.), *Computer processing of Asian Languages*, New Delhi, Tata-McGraw Hill Publishing Company Ltd, 1992.

ductions susceptibles d'être diffusées en dehors de leurs pays ou régions d'origine que pour en assurer la distribution. L'expérience récente, en matière d'exportations d'œuvres cinématographiques, télévisuelles, sonores et même littéraires, permet en effet de souligner combien les réussites dépendent autant du respect d'un certain nombre de « standards » internationaux (format, normes dramaturgiques et scénographiques, etc.) que de la disposition d'un système de distribution adapté. Par ailleurs un amortissement préalable des coûts de production sur des réseaux de diffusion nationaux est un atout important. Ce sont tous ces aspects qui sont à la base des succès obtenus récemment par les séries télévisées brésiliennes ou mexicaines en dehors des lieux mêmes de leur production. Il est à prévoir que ces mêmes éléments interviendront à l'avenir. S'il est vrai que les nouveaux réseaux de communication assurent en principe une distribution élargie, voire une distribution sans frontières et sans intermédiaires (directement des artistes aux consommateurs) qui peut être favorable à des produits sélectifs et même boycottés là où ils sont conçus, il serait illusoire d'envisager que les marchés mondiaux se développeront sur ces bases, à côté des transactions directes qui laisseront la place à quelques nouveaux acteurs. Il est probable que la libre circulation des flux entraînera rapidement le renchérissement des opérations de production (soit par le biais de coproductions, soit par l'appel à des capitaux nouveaux) et la concentration des entreprises de diffusion. C'est à cela que les principaux groupes de communication se préparent ; leurs incertitudes face à l'avenir portent plus sur les projets de leurs concurrents directs que sur l'émergence de « nouveaux venus » ou le développement d'un commerce direct qui leur échapperait.

Les TIC, indéniablement, exacerbent un certain nombre d'enjeux qu'affronte dans sa diversité la production de la culture. Cependant le maintien du pluralisme des créations, à l'intérieur tant des pays que des régions, ainsi que la permanence de la variété des modalités de la production (celles relevant de la sphère

du marché ou non, de la petite production indépendante ou de l'industrie) ne découlent pas automatiquement de l'essor plus ou moins rapide et de l'implantation plus ou moins accentuée des objets techniques et des réseaux. Il convient de garder raison face aux discours euphorisants et souvent excessifs nous situant d'ores et déjà dans une société de l'information, qui soumettrait la culture à ses logiques de fonctionnement. Il convient aussi de rappeler que les développements techniques correspondent rarement aux prévisions des experts pour des raisons complexes que la recherche sur l'innovation technique a déjà commencé à élucider. Autrement dit, le sens du futur n'est pas inscrit dans les TIC, qui le détermineraient à elles seules. Mais il est vrai que si, à travers le monde, les responsables de la production culturelle restent dans une position d'attente et ne prennent pas conscience de l'acuité des enjeux, la soumission de la culture aux normes de la communication médiatisée et de la circulation de l'information ne pourra que s'accroître. Aussi convient-il d'insister en conclusion sur l'importance des politiques publiques de la culture, et même d'inciter à leur réhabilitation là où elles ont laissé le champ entièrement libre aux médias audiovisuels commerciaux et aux flux informationnels transfrontières. Mais à coup sûr, les actions publiques seront de peu d'effet si elles se limitent à des mesures protectrices et défensives qui, de toutes façons, risquent de se révéler inefficaces et même inopérantes.

Il faut s'attendre que cette question soit assez largement débattue et qu'elle donne lieu à des mouvements sociaux, voire à des actions de « résistance » à l'initiative d'artistes, de producteurs, d'usagers et de responsables politiques. Depuis que, lors des négociations du GATT (General Agreement on Tariffs and Trade [Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce]) de 1993, la France a soutenu vigoureusement la thèse de l'« exception culturelle », et obtenu (provisoirement) que l'ouverture des marchés mondiaux ne traite pas les produits culturels (notamment ceux de l'industrie cinématographique) comme tout

autre produit marchand, le problème est posé à l'échelle mondiale, les uns comptant sur le développement technique pour abolir de fait l'exception culturelle, les autres attendant des organisations internationales et des instances régionales qu'elles défendent des positions favorables au pluralisme culturel. A ce débat s'en ajoute un autre tout aussi essentiel : le devenir du droit d'auteur et le maintien du contrôle des auteurs sur leurs œuvres, dans un environnement rendu plus complexe par l'émergence des produits multimédias. Jusqu'à présent, nombre de pays en développement ne se déclarent pas encore directement concernés par ces débats, qui cependant les touchent de près. Mais pour le maintien du pluralisme culturel, il ne sert à rien d'éviter les négociations sur ces questions fondamentales ou de les esquiver, comme on a tenté de le faire à propos de l'AMI (Accord mondial sur l'investissement), en cherchant à négocier à huis clos au sein de l'OCDE (Organisation de coopération et de développement économiques) ; des accords équilibrés sont nécessaires qui, s'agissant des produits culturels, prennent en compte leurs spécificités et ne les traitent pas comme de simples biens industriels. L'élargissement du commerce mondial des produits culturels, lié à l'essor des réseaux et des outils de communication, implique de ne pas reporter à plus tard la recherche de solutions nouvelles, dans le souci du maintien du pluralisme culturel et du respect des pratiques spécifiques des peuples et des collectivités.

ORIENTATIONS BIBLIOGRAPHIQUES

- GARNHAM, N. et INGLIS, F. (dir. publ.). 1990. *Capitalism and communication : global culture and the economics of information*. Londres, Sage Publications.
- LACROIX, J.-G., LEFEBVRE, A., MIEGE, B., MOEGLIN, P. et TREMBLAY, G. (dir. publ.). 1997. Industries culturelles et « société de l'information ». *Sciences de la société*, n° 40, Toulouse, PUM.
- LACROIX, J.-G. et TREMBLAY, G. 1997. The « information society » and cultural industries theory. *Journal of the International Sociological Association*, vol. 45, n° 4, octobre 1997. Londres/New Delhi, Thousand Oaks/Sage Publications.
- MIEGE, B. 1997. *La société conquise par la communication. La communication entre l'industrie et l'espace public*, t. 2. Grenoble, P.U.G.
- MOSCO, V. 1996. *The political economy of communication. Rethinking and renewal*. Londres/New Delhi, Thousand Oaks/Sage Publications.