

LES AVATARS DE LA CULTURE ET LA PLACE D'UNE POLITIQUE CULTURELLE DANS LA SOCIÉTÉ DE L'INFORMATION

par

Alain STROWEL

Professeur aux Facultés universitaires Saint-Louis,
Avocat

Depuis *grosso modo* 1994, le thème de la société de l'information ou des autoroutes de l'information (1) a été promu parmi les questions de société qui mobilisent tant les médias que les milieux académiques et les décideurs politiques. Tout le monde ne partage certes pas l'enthousiasme affiché par les producteurs de matériel et de logiciel ou les fournisseurs de nouveaux services (2). Les immenses ressources d'Internet, qui préfigure ces autoroutes du futur, ne cessent toutefois pas d'étonner, les plus sceptiques y compris.

Le présent volume ne pouvait pas ignorer la question de savoir *quelle place, et surtout quelles formes, la culture pourrait prendre dans ce monde digital* que l'on nous annonce, où l'ordinateur et le téléphone se rapprocheront sans doute de la télévision.

Plus délicate encore semble être la question de la *définition d'une politique culturelle valide et viable pour la société de l'information et pour l'audiovisuel* (si tant est que l'on puisse continuer à distinguer ce domaine ou ce média, dès lors que le phénomène de convergence avec les télécommunications et l'informatique est inscrit dans le développement de la société de l'information).

(1) Sur la genèse de ces deux formules qui se sont simultanément imposées dans le langage, voir *infra*.

(2) Voir par ex. B. GATES, *La route du futur*, Paris, Robert Laffont, 1995 (pour la trad. française).

Avant de tenter de répondre à ces deux vastes questions sur lesquelles on ne peut faire l'impasse (sections 2 et 3), il convient tout d'abord de cerner quelques notions indispensables pour mon propos, à commencer par celles de société et de technologies de l'information, de culture et de politique culturelle (section 1).

SECTION 1. CLARIFICATIONS

L'écart qui sépare le discours aux relents utopiques qui enrobe l'essor des nouvelles technologies de l'information (point I) et les effets incontestables, mais en réalité plus modestes, de ces technologies (point II) doit être mesuré, si l'on veut éviter un double piège, celui des mirages enchanteurs de la technique (entretenu par les responsables politiques et économiques) et, son revers, la méfiance radicale à l'égard de la technique (alimentée par une vision spéculative et mythifiée de la technoscience, reposant souvent sur l'ignorance quant aux effets concrets des dispositifs techniques).

§ 1. Les promesses de la société de l'information

La place stratégique que les technologies de l'information ont prise ne date pas d'aujourd'hui : c'est à partir de la fin des années 1970 que la notion de société de consommation, en vogue au cours de la précédente décennie (3), laisse la place à un discours des responsables économiques et politiques qui confère aux nouvelles technologies de l'information et de la communication (en abrégé : NTIC) de multiples vertus, celles notamment de permettre de sortir de la crise (pétrolière) et de réduire le chômage. En France par exemple, le rapport de P. Nora et A. Minc sur « L'informatisation de la société » (4) publié en 1978 s'inscrit dans ce contexte. Après s'être quelque peu essoufflé au cours de la deuxième moitié des années 1980, le thème de l'impératif technologique rebondit au début des années 1990, tant en Europe qu'aux États-Unis (5).

(3) Voir par ex. J. BAUDRILLARD, *La société de consommation*, Paris, Denoël, 1970.

(4) Publié à Paris, La Documentation française, 1978.

(5) Pour un aperçu de ces développements, voir M. GUILLAUME (sous la dir.), *Où vont les autoroutes de l'information ?*, Paris, Descartes & Cie, 1997, p. 21 et s.

A. La « société

« Société de l'info
magique que les docum
dont l'abréviation se tra

Il faut remonter au r
1994 intitulé « L'Euro
rapport qui n'hésite p
inouïes pour l'emploi,
confiance aux mécanis
l'information » (p. 3)
contours de cette société

Avec le recul des a
doute un peu béat, qui
les technologies de l'in
économique ? renforç
rapport Bangemann c
libéralisation des télé
aspects de protection d
dans les médias et de p

Depuis lors, la Co
dimensions (9) et une

(6) Recommandation
recommandations ont
Commission, Vers la
juillet 1994, COM(1
communautaires, le t
années 80) a donc fait

(7) On peut encore y
dans une position cor

(8) Ces critiques, et
Bangemann, notamm
Communauté française
recueil du CSA pour l'

(9) Dans une note d
les aspects « sociaux
autre commissaire, M
1995 que l'élément c

A. La « société de l'information » et l'Union européenne

« Société de l'information » : quel est l'origine de ce mot un peu magique que les documents communautaires écrivent avec des majuscules et dont l'abréviation se traduit par un très hypothétique SI ?

Il faut remonter au rapport du commissaire Martin Bangemann du 26 mai 1994 intitulé « L'Europe et la société de l'information planétaire » (6). Un rapport qui n'hésite pas à parler de « défi révolutionnaire », de chances nouvelles pour l'emploi, et qui « invite instamment l'Union européenne à faire confiance aux mécanismes du marché pour nous faire entrer dans l'ère de l'information » (p. 3) (7). Le message a le mérite d'être très clair, mais les contours de cette société de l'information demeurent singulièrement opaques.

Avec le recul des années, on peut difficilement partager l'optimisme, sans doute un peu béat, qui transparait à travers ce rapport : est-il si sûr que les technologies de l'information vont accroître l'efficacité de l'organisation économique ? renforcer la cohésion sociale ? résorber le chômage ? (8) Le rapport Bangemann contenait également un plan d'action : outre le volet libéralisation des télécommunications, il mettait par exemple en lumière les aspects de protection de la vie privée, de sécurité des réseaux, de concurrence dans les médias et de propriété intellectuelle.

Depuis lors, la Commission européenne a voulu élargir le débat à d'autres dimensions (9) et une multitude de rapports ont été rédigés sur les diverses

(6) Recommandations au Conseil européen, mai 1994 (CD-84-94-290-C). Ces recommandations ont débouché sur un plan d'action (voir Communication de la Commission, Vers la société de l'information en Europe - Un plan d'action, 19 juillet 1994, COM(94) 347 final. Dans la rhétorique des documents communautaires, le terme « marché de l'information » (utilisé au cours des années 80) a donc fait place à celui de « société de l'information ».

(7) On peut encore y lire qu'il faut « supprimer les rigidités qui mettent l'Europe dans une position concurrentielle défavorable » (p. 3).

(8) Ces critiques, et d'autres encore, ont été formulées à l'encontre du rapport Bangemann, notamment par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel de la Communauté française dans son avis n° 164 du 15 décembre 1994 (publié dans le recueil du CSA pour 1994).

(9) Dans une note d'information de M. Bangemann datée du 24 novembre 1994, les aspects « sociaux, sociétaux et culturels » étaient déjà mis en lumière. Un autre commissaire, Mr. Flynn Padraig, soulignait dans une allocution du 29 juin 1995 que l'élément clé dans l'expression « société de l'information » est le mot

facettes de la société de l'information (10). Parmi ceux-ci, on peut mentionner le Livre Vert de juillet 1996 intitulé « Vivre et travailler dans la société de l'information — Priorité à la dimension humaine » (11) et « Apprendre dans la société de l'information — Plan d'action pour une initiative européenne dans l'éducation (1996-1998) » (12). Les volets du travail et de l'enseignement apparaissent donc prioritaires, parmi les dimensions sociétales. Il est important de souligner qu'au moment où cet objectif d'éducation semble quelque peu disparaître comme horizon de la politique de l'audiovisuel, il est inscrit parmi les axes importants du développement de la société de l'information; ce déplacement mérite d'être noté, même s'il faudra encore vérifier si des moyens sont dégagés pour réaliser cet objectif.

Sur la dimension culturelle (au sens restreint, c'est-à-dire éducation non comprise), la Commission est restée jusqu'à présent plus silencieuse. Mais elle prépare un ambitieux plan décennal (pour les années 2000-2005) en matière culturelle, qui devrait être proposé au cours de l'année 1998 (13), ainsi qu'un Livre vert portant spécifiquement sur le développement des aspects culturels des nouveaux services audiovisuels et d'information (14).

Pour compléter ce rapide tour d'horizon des initiatives communautaires, il faut citer le plus récent « Livre vert sur la convergence des secteurs des télécommunications, des médias et des technologies de l'information, et les implications pour la réglementation » de décembre 1997 (sous-titré « Vers

« société » (cité par A. TORRES, *Des autoroutes à la société de l'information*, in GRESEA/Observatoire social européen, *Les autoroutes de l'information, enjeux sociaux et sociétaux* (II), Working Paper n° 12, oct. 1995, p. 13).

(10) Il serait fastidieux d'énumérer tous les documents déjà publiés par les services de la Commission sur ce thème porteur. Outre ceux mentionnés dans le corps du texte, en voici sans doute les principaux : Communication de la Commission au Conseil, au Parlement européen et au Comité des Régions, La société de l'information: de Corfou à Dublin - Nouvelles priorités à prendre en compte, 24 juillet 1996, COM(96) 395 final; Communication de la Commission au Conseil, au Parlement européen et au Comité des Régions, L'Europe à l'avant-plan de la société de l'information planétaire - Plan d'action évolutif, 27 nov. 1996, COM(96) 607 final.

(11) COM(96) 389 final.

(12) Communication de la Commission au Conseil, au Parlement européen et au comité des régions du 2 oct. 1996 (COM(96) 471 final).

(13) Voir les documents et la synthèse du Forum culturel de l'Union européenne qui s'est tenu à Bruxelles les 29-30 janvier 1998.

(14) Cette information est rapportée dans le Livre vert sur la convergence (COM(97) 623 du 3 déc. 1997, partie IV.3).

une approche pour la s
exemple qu'il est nécess
et qu'actuellement ces
l'obligation de servic
télécommunications et d
public relatives au conte
des médias à certains ra
diversité d'objectifs, la
obligations pesant su
préservation de la diver
le Livre vert sur la co
Commission notant
l'intermédiaire des radi
Protocole qui doit être
d'Amsterdam, et qui pr
un État membre est di
culturels de chaque so
médias ».

Outre les textes
nombreuses études ont
(intermédiaire et final)
européenne de l'Info
d'autres priorités, le rap
plus réservé à l'égal
Bangemann. Cette étu
sur le monde et le ma
régionale, sur la santé
finalement, sur la déri
poser de manière très
question délicate des r

(15) COM(97) 623 du

(16) COM(97) 623
comme le souligne l'a
française de Belgique (l
objectifs qu'il poursuit

(17) « Construire la
final du groupe d'exp
générale de l'emplo
Luxembourg, Office d

une approche pour la société de l'information ») (15). On peut y lire par exemple qu'il est nécessaire de définir clairement des objectifs d'intérêt public et qu'actuellement ces objectifs varient d'un secteur à l'autre; ainsi, si l'obligation de service universel est appliquée pour le secteur des télécommunications et de certains services en ligne, des missions de service public relatives au contenu des services fournis sont imposées dans le secteur des médias à certains radiodiffuseurs. Sans se prononcer clairement sur cette diversité d'objectifs, la Commission souhaite rendre plus transparentes les obligations pesant sur les acteurs des divers secteurs. L'objectif de préservation de la diversité culturelle pour le secteur des médias est rangé par le Livre vert sur la convergence parmi les objectifs d'intérêt général, la Commission notant que cet objectif est principalement rempli par l'intermédiaire des radiodiffuseurs publics (16). C'est aussi ce que souligne le Protocole qui doit être annexé au Traité CE, tel qu'amendé par le Traité d'Amsterdam, et qui précise que « *le système public de la radiodiffusion dans un État membre est directement lié aux besoins démocratiques, sociaux et culturels de chaque société et à la nécessité de préserver le pluralisme des médias* ».

Outre les textes produits par les services de la Commission, de nombreuses études ont été commanditées, parmi lesquelles les deux rapports (intermédiaire et final) d'un groupe d'experts intitulés « Construire la Société européenne de l'Information pour tous » (17). Sous ce titre révélateur d'autres priorités, le rapport intérimaire de janvier 1996 se montrait nettement plus réservé à l'égard des bienfaits de la technologie que le rapport Bangemann. Cette étude tentait d'évaluer l'impact des nouvelles technologies sur le monde et le marché du travail, sur la cohésion sociale, sur la cohésion régionale, sur la santé, sur les médias, sur l'éducation et la culture, ainsi que, finalement, sur la démocratie. Un large tour d'horizon qui avait le mérite de poser de manière très ouverte les problèmes. Un rapport qui n'esquivait pas la question délicate des mutations culturelles.

(15) COM(97) 623 du 3 décembre 1997.

(16) COM(97) 623 du 3 décembre 1997, p. 34. Cela dit, il est regrettable, comme le souligne l'avis n° 2/98 du collège d'avis du CSA de la Communauté française de Belgique (p. 2), que le Livre vert ne propose aucune discussion sur les objectifs qu'il poursuit, particulièrement en matière culturelle.

(17) « Construire la société européenne de l'information pour tous », Rapport final du groupe d'experts de haut niveau, Commission européenne, Direction générale de l'emploi, des relations industrielles et des affaires sociales, Luxembourg, Office des publications officielles, avril 1997, 74 p.

Étrangement, ce volet culturel a disparu dans le rapport final déposé en avril 1997. Ainsi, la culture, ce parent pauvre des politiques européennes, n'a apparemment plus sa place dans le rapport final qui aborde successivement les points suivants : l'acquisition de connaissances et de compétences, l'évolution du rôle du secteur public, l'exploitation de la chaîne de valeur virtuelle, l'évolution de la nature des organisations et du travail, du temps pour travailler au temps pour vivre, la mondialisation, intégrer chacun (les défis de la cohésion), la mort des distances, la diversité européenne ou comment tirer parti des différentes sociétés de l'information en émergence, la transparence et la démocratie (tels sont les intitulés des 10 défis politiques relevés dans ce rapport).

B. Les « autoroutes de l'information », variante américaine

Un autre terme qui a fait recette dans les médias est celui d'« autoroute de l'information ». Cette image des autoroutes est a priori riche de significations lorsqu'elle est appliquée au réseau de télécommunications (18) : il s'agit de l'infrastructure sur laquelle vont circuler toutes sortes de transports (de contenus) dans le cadre d'activités privées, commerciales ou professionnelles; l'autoroute connaît une largeur qui peut varier (problème de la largeur de bande passante); malgré le débit de trafic qu'il autorise sur certains tronçons, ce réseau peut connaître des embouteillages (à l'instar des engorgements d'Internet); c'est une voie à double sens (contrairement au câble TV qui demeure en principe unidirectionnel); ces autoroutes servent d'épine dorsale à un réseau plus dense de routes à débit plus faible, voire local (Intranet), etc.

La fortune du terme « autoroute de l'information » est due aux efforts du vice-président américain, Al Gore, qui a, dès 1992, entendu mobiliser les énergies et les capitaux autour du projet des « information superhighways ». À travers la formule « autoroute de l'information », une continuité est établie avec le programme de grands travaux publics, autoroutiers notamment, sur lequel s'était appuyé le *New Deal* de Roosevelt. Le terme met en tout cas en évidence le rôle de l'*infrastructure* - d'ailleurs, dans le jargon américain, on parle du « National Information Infrastructure », en abrégé NII, pour se référer au réseau national devant permettre d'acheminer d'importantes quantités d'information et du « Global Information

(18) Toutefois, cette image pourrait s'avérer réductrice, en ce qu'elle donnerait à penser que le « cyberspace » est simplement une infrastructure, alors qu'il pourrait générer une nouvelle culture, la cyberculture (voir *infra*).

Infrastructure », ou États-Unis, une troisième « Société mondiale qui devrait permettre (le « New World Information ») initiateurs et les gouvernements ont annoncé : selon Al Gore, l'autoroute de l'information permettra d'obtenir emplois et permettront à chacun la chance d'accéder à l'information (19).

En définitive, les Américains ne sont pas la Commission européenne.

Le volet infrastructure comprend (20) : la télécommunication en fibre optique, les réseaux d'informations à haut débit, n'est que l'utilisation d'étrangement ne permet pas de quantités d'information. L'augmentation de la capacité de communication.

Par contre, les technologies utilisées sont beaucoup de consommation, chirurgie à distance, routier, magasins.

(19) Cité par M. ...

(20) En ce sens : GRESEA/Observatoire des sociétés et sociétés.

Infrastructure », ou GII, pour désigner le réseau mondial à large bande. Aux États-Unis, une troisième variante du concept d'infrastructure est distinguée : la « Société mondiale de l'information » (ou « Global Information Society ») qui devrait permettre de définir un « nouvel ordre mondial de l'information » (« New World Information Order »), dont les États-Unis se veulent les initiateurs et les garants. C'est un véritable changement de société qui est annoncé : selon Al Gore, « nous rêvons d'un autre genre d'autoroute - une autoroute de l'information qui ne coûtera rien en vies humaines, créera des emplois et permettra de donner à tous les Américains, jeunes ou vieux, la chance d'accéder à la meilleure des éducations possibles, où qu'ils soient » (19).

En définitive, les déclarations d'intentions sociales ou « sociétales » des Américains ne sont nullement en-dessous des ambitions affichées par la Commission européenne.

C. Premier bilan des initiatives

Le volet infrastructure des projets européens et américains se comprend (20) : il s'agit de mettre en place des réseaux de télécommunication très performants, capables de transporter (à l'aide de câbles en fibre optique, de satellites ou de stations terrestres, etc.) des masses d'informations à un débit élevé. Internet préfigure ces réseaux futurs, si ce n'est que l'utilisation du réseau télécom existant avec ses goulets d'étranglement ne permet pas à Internet d'acheminer rapidement d'importantes quantités d'informations, ce qu'exige la transmission d'images animées par exemple. L'augmentation des performances en termes de débits est rendue elle-même possible par l'accroissement de la puissance informatique et la capacité de compression des données.

Par contre, le projet socio-politique qui s'ébauche derrière les « mots-valises » utilisés par les autorités européennes ou américaines n'a pas beaucoup de consistance, car il mêle télé-travail à volonté, base de données en ligne, chirurgie à distance, juke-box céleste, gestion électronique du trafic routier, magasins virtuels, école à domicile, etc. Difficile de se faire une idée

(19) Cité par M. GUILLAUME (sous la dir.), *op. cit.*, p. 26.

(20) En ce sens : A. TORRES, *Des autoroutes à la société de l'information*, in GRESEA/Observatoire social européen, *Les autoroutes de l'information, enjeux sociaux et sociétaux* (II), Working Paper n° 12, oct. 1995, p. 9.

précise de ce monde en formation. On ne peut que constater le décalage entre un vocable ambitieux et le catalogue, somme toute prosaïque, des projets de télé- (télé-travail, télé-médecine, télé-éducation, etc.) qui en déterminent le contenu (21).

En dépit de ou grâce à cela, la « société de l'information » fonctionne comme utopie, certains y puisant les ressources imaginaires indispensables afin de nourrir une action collective.

§ 2. De quelques développements technologiques, en deçà des effets de discours

Si elles servent de prétexte aux discours enchanteurs et largement programmatiques sur la société de l'information, il n'en demeure pas moins que les technologies de l'information, par essence toujours « nouvelles », se développent à un rythme accéléré, et cet essor est susceptible de produire des effets réels sur la façon dont les pratiques culturelles évoluent et dont les œuvres sont communiquées au public.

Sur le plan qui nous occupe plus particulièrement, celui de la culture, notamment à la télévision, les évolutions technologiques significatives sont l'apparition de produits multimédia et les perspectives de la télévision digitale (voire interactive).

A. Le « multimédia »

La possibilité de numériser tous les produits culturels constitue l'un des facteurs qui affecte(ra) la distribution et la réception de ceux-ci. La numérisation généralisée est indissociable de l'apparition des produits multimédia.

(21) En ce sens: M. GUILLAUME (sous la dir.), *op. cit.*, p. 29.

Qu'est-ce qui carac

Dès lors que le pr
aussi divers que des
des textes dans un ser
de parler d'« unime
désormais courant de
mélange de différen
véritablement nouve
textes et d'images
mélange lui des ima
particularité du mult
très grande quantité
sons, logiciels. La dif
qu'au mélange de ger

b) Mo

L'œuvre multime
multitude d'éléme
impossibles. Les é
(links), ce qui perme

C'est grâce à un
pourra non seuleme
transformer pour se
contenues dans les f

Dans son sens
inscrites sur le mêm
confère à l'utilisate
audiovisuels; c'est
texte à la visualisa
l'interactivité peut

Qu'est-ce qui caractérise le produit multimédia ?

a) Nombre élevé d'éléments intégrés

Dès lors que le processus de numérisation permet de traduire des éléments aussi divers que des séquences sonores, des extraits de films, des dessins ou des textes dans un seul langage binaire lisible par l'ordinateur, il conviendrait de parler d'« unimedium » plutôt que de multimédia, sauf que l'usage désormais courant de ce dernier vocable justifie qu'on le conserve. En soi, le mélange de différents types d'œuvres sur un support unique n'est pas véritablement nouveau, et remonte à l'invention de l'écriture (mélange de textes et d'images sur support papier). Depuis longtemps, l'audiovisuel mélange lui-même des images et des sons. Par rapport à ces médias anciens, la particularité du multimédia est de combiner, sur un support numérique, une très grande quantité d'éléments, tels que textes, images fixes ou animées, sons, logiciels. La différence tient donc davantage aux capacités de contenance qu'au mélange de genres.

b) Mode d'organisation structuré et interactivité

L'œuvre multimédia ne résulte pas d'une simple mise en commun d'une multitude d'éléments, car l'utilisation et la consultation en seraient impossibles. Les éléments sont reliés entre eux par de nombreux liens (*links*), ce qui permet à l'utilisateur de passer facilement d'un point à l'autre.

C'est grâce à un logiciel (de navigation, de consultation) que l'utilisateur pourra non seulement consulter et interroger, mais encore manipuler et transformer pour ses besoins, voire à des fins commerciales, les informations contenues dans les fichiers de données numériques.

Dans son sens faible, l'interactivité signifie que toutes les séquences inscrites sur le même support sont accessibles à l'aide d'un logiciel, ce qui confère à l'utilisateur une liberté de circulation inconnue pour les médias audiovisuels; c'est ainsi que l'utilisateur pourra passer de la consultation d'un texte à la visualisation d'images s'y rapportant, puis revenir en arrière; mais l'interactivité peut être plus complexe et permettre à l'utilisateur de proposer

des réponses, de programmer des séquences d'instructions et de modifier ainsi les contenus qui lui sont offerts (22).

L'interactivité peut également exister sur le réseau, et on y reviendra (voir *infra*); dans ce cas, on dira que c'est la « possibilité pour l'utilisateur final d'un système de transmission d'intervenir vers l'émetteur pour sélectionner ou modifier le contenu des informations diffusées » (23). Les réseaux de transmission hertzienne (radio, TV) ainsi que les réseaux câblés classiques n'offrent en principe pas de possibilité d'interactivité, car le récepteur ne peut pas envoyer d'informations vers l'émetteur (d'où la nécessité d'utiliser par exemple les lignes téléphoniques pour faire remonter l'information vers le serveur de programmes).

Ces quelques clarifications nous amènent à adopter la définition suivante du produit multimédia (24) :

« produit incorporant sur un même support un ou plusieurs des éléments, préalablement numérisés, suivants : texte, son, images fixes, images animées, programmes informatiques et dont la structure et l'accès sont régis par un logiciel permettant l'interactivité ».

Cette définition met à la fois en lumière la diversité des éléments repris dans ce produit : *texte, son, images fixes, images animées, programmes informatiques*, ainsi que la caractéristique décisive tenant au mode de consultation et de constitution du produit multimédia : *l'interactivité*.

B. La télévision numérique (voire interactive)

La télévision de demain sera digitale, et cette télévision offrira de riches bouquets de programmes aux téléspectateurs. Même si jusqu'à présent, à l'exception de Canal Satellite en France qui est en passe d'atteindre le « break-even point », la télévision numérique est, en Europe, largement déficitaire (qu'il suffise de songer aux déboires de la télévision numérique en Allemagne), on peut anticiper son développement, et, par conséquent, la

(22) D. MONET, *Le multimédia*, Paris, Flammarion, 1995, p. 119.

(23) P. BOURSIER et P.-A. TAUFOR, *La technologie multimédia*, Paris, Hermès, 1994, p. 142.

(24) Elle est largement inspirée de celle proposée dans le Livre blanc du groupe audiovisuel et multimédia de l'édition, *Questions juridiques relatives aux œuvres multimédias*, Paris, Syndicat National de l'Édition, 1994.

multiplication des programmes numériques par satellite. DirecTV/USSB aux États-Unis, les programmes de télévision par satellite deviennent des événements différents. Les programmes de télévision par satellite répondront à la demande de retour la segmentation.

La quantité, mais la diffusion numérique choisit six angles différents. Formule 1. La télévision par satellite a un rôle accru puisqu'il a été sélectionné les programmes de voter en tant que participant à un jeu.

En ce sens, la télévision est aisée de définir exactement d'interactivité très divers. Les exemples précités des grilles de programmes de programmes préférés, avec la vidéo à la demande de fiction (27).

Ces formes de diffusion de la technique de la télévision permettent de faire passer

(25) À ce sujet, voir l'annexe p. 29 et s.

(26) Voir *infra* sur les services de la société de

(27) J. DRIES et R. WILSON, *La société de l'information*, février 1996, p. 5.

(28) La compression des données sans dégradation notable de la qualité, 100 Mbps par la norme MPEG-2.

actions et de modifier ainsi

au, et on y reviendra (voir
ité pour l'utilisateur final
etteur pour sélectionner ou
s » (23). Les réseaux de
réseaux câblés classiques
é, car le récepteur ne peut
la nécessité d'utiliser par
nter l'information vers le

pter la définition suivante

ou plusieurs des éléments,
images fixes, images
cture et l'accès sont régis

ersité des éléments repris
s animées, programmes
ive tenant au mode de
a : l'interactivité.

eractive)

lvision offrira de riches
ne si jusqu'à présent, à
en passe d'atteindre le
, en Europe, largement
télévision numérique en
, et, par conséquent, la

95, p. 119.

multimédia, Paris, Hermès.

le Livre blanc du groupe
ques relatives aux aures

multiplication des programmes offerts aux abonnés. Un service de télévision numérique par satellite peut proposer plus de 200 chaînes (tel est le cas de DirecTV/USSB aux États-Unis) et, surtout, des films et des événements spéciaux (DirecTV offre par exemple en « pay per view » 55 films et événements différents tous les soirs) (25). Une plus grande spécialisation des programmes deviendra possible et nécessaire. Les nouvelles possibilités de diffusion répondront à une demande plus individualisée et favoriseront en retour la segmentation des publics.

La quantité, mais aussi la qualité des programmes seront affectées par la diffusion numérique : ainsi, DFI permet d'ores et déjà à ses abonnés de choisir six angles différents de caméra pour suivre les courses automobiles de Formule 1. La télévision numérique permettra au téléspectateur de jouer un rôle accru puisqu'il aura la faculté de « monter » un programme de télévision en sélectionnant les caméras qui couvrent le match de football par exemple), de voter en tant que membre d'un jury d'un concours ou, plus simplement, de participer à un jeu.

En ce sens, la télévision numérique sera aussi interactive, sans qu'il soit aisé de définir exactement ce que interactivité veut dire (26). Des éléments d'interactivité très divers seront introduits dans la télévision de demain : outre les exemples précités, les téléspectateurs seront en mesure de compiler leur guilde de programmes grâce à une sélection de leurs catégories de programmes préférés, ils pourront choisir les films qu'ils entendent visionner à la demande (VOD), ils pourront manipuler l'intrigue d'une fiction (27).

Ces formes de distribution individualisée ne seront possibles que grâce à la technique de la compression (28), consistant à compacter l'information et à permettre de faire passer sur une même largeur de bande beaucoup plus de

(25) À ce sujet, voir l'interview de Toby SYFRET, in *Backstage*, mars 1998, n° 3, 49 et s.

(26) Voir *infra* sur la polysémie de cette notion indissociable des nouveaux services de la société de l'information.

(27) J. DRIES et R. WOLDT, *Le rôle de la radiodiffusion de service public dans la société de l'information*, Düsseldorf, Institut européen de la communication, février 1996, p. 5.

(28) La compression désigne les diverses techniques permettant de réduire sensiblement le volume binaire nécessaire à la représentation d'une information avec une dégradation notable de la qualité de celle-ci (la vidéo peut être comprimée à 6 fois par la norme MPEG2).

canaux qu'avant. Sur le câble, qui transporte actuellement près d'une quarantaine de chaînes, on pourra faire passer plus d'une centaine de chaînes.

L'une des questions encore en suspens est de savoir quel terminal sera choisi par le marché : selon que l'on vienne du secteur de l'audiovisuel, des télécommunications ou de l'informatique, on plaide en faveur du téléviseur, du téléphone ou du micro-ordinateur. Il est encore plus probable que le terminal retenu soit une machine hybride combinant les fonctionnalités de ces divers appareils déjà intégrés à notre quotidien. La place de cet engin dans l'univers domestique, la pièce où il sera entreposé : salle de séjour ou bureau, par exemple, ne sera pas non plus sans influence sur l'usage qui en sera fait, et par conséquent sur le contenu qui sera véhiculé par le réseau : divertissement, information, émissions éducatives, sport, jeux, événements artistiques, etc.

§ 3. Culture et politique culturelle

Avant de se demander quelles formes la culture peut prendre dans le contexte de la société de l'information (deuxième partie), et comment il sera possible d'orienter le développement de certaines pratiques culturelles valorisées (troisième partie), on se doit de clarifier le sens des notions de culture et de politique culturelle. Les contributions au présent volume de G. de Stexhe et M. Thomas, d'E. Belin et de L. Van Campenhoudt, ainsi que celle de H. Dumont offrent des pistes fécondes à cet égard (29).

A. La culture dans ses états

Habituellement, on commence par distinguer deux acceptions opposées de la culture, la culture cultivée et la culture populaire; et, ce faisant, on se laisse piéger par le dilemme entre culture élitiste et culture de masse. Posée en ces termes, l'interrogation sur la culture débouche souvent sur une double impasse.

À celui qui choisit sans nuances le camp de la culture de haut vol, on reproche, non sans quelque raison, de prendre une posture d'intellectuel, on lui indique que sa préférence est le produit d'une détermination sociale qu'il semble ignorer; parfois, on lui signifie même son manque de manières

(29) Voir *supra*.

démocratiques. Il
particulièrement fra
« en laissant croire q
la pomme audiovisi

Certaines de ces
sont pas sans fonde
évidence les risques
exorbitant par le
appréhension maladr

À l'opposé, celui
la culture de masse
un thème qui pourr
confronté aux interre
gens du commun se
priori pauvres sur
renoncer à tout jug
n'est le tri soi-disant
le relativisme cultur

Les confusions
sont bien illustrés pa
feu M. Jean-Louis S
généralisé les interroga
pouvait lire par e
culturelles par esse
pratiques douées de
puisque les médias,
terme, des message
véhiculés, des signi
lequel je reviendrai)
auteurs de la fameu
visaient sans doute p

(30) Voir la critique
1996, p. 10.

(31) Voir par ex. D.
p. 167 et s.

(32) Cette note du
conseil d'administrat
public de radiodiffusio

actuellement près d'une
centaine de chaînes.

avoir quel terminal sera
l'audiovisuel, des
en faveur du téléviseur,
le plus probable que le
fonctionnalités de ces
place de cet engin dans
alle de séjour ou bureau,
l'usage qui en sera fait,
hiculé par le réseau
sport, jeux, événements

culturelle

re peut prendre dans le
rtie), et comment il sera
s pratiques culturelles
le sens des notions de
au présent volume de G.
Campenhoudt, ainsi que
gard (29).

s
x acceptions opposées de
re; et, ce faisant, on se
culture de masse. Posée
souvent sur une double

culture de haut vol, on
sture d'intellectuel, on lui
termination sociale qu'il
n manque de manières

démocratiques. Il est certes vrai que certains intellectuels (tout
particulièrement français) aiment à jouer « les belles âmes de la culture »
« en laissant croire que nous aurions été chassés du Paradis pour avoir croqué
la pomme audiovisuelle » (30).

Certaines de ces critiques à l'égard d'une « télévision des cultureux » ne
sont pas sans fondement (ainsi, Dominique Wolton a raison de mettre en
évidence les risques d'une télévision « ghetto culturel », imposée à un prix
exorbitant par le Prince (31)), mais elles découlent souvent d'une
appréhension maladroite et d'une compréhension déficiente de la culture.

À l'opposé, celui qui joue la carte plus « démocratiquement correcte » de
la culture de masse (à distinguer soigneusement de la culture populaire, voilà
un thème qui pourrait faire l'objet d'une autre contribution) se voit rapidement
confronté aux interrogations sur la construction sociale des préférences que les
gens du commun semblent marquer en faveur de pratiques et de produits *a*
priori pauvres sur le plan culturel. De plus, cette approche qui conduit à
renoncer à tout jugement normatif, donc à contester tout classement, si ce
n'est le tri soi-disant opéré par le public, c'est-à-dire le marché, débouche sur
le relativisme culturel intégral.

Les confusions et les travers d'un tel point de vue du « tout culturel »
sont bien illustrés par la note rédigée par l'administrateur général de la RTBF,
feu M. Jean-Louis Stalport, sur la place de la culture à la RTBF (32), qui a
généralisé les interrogations à la base du présent ouvrage et dans laquelle l'on
pouvait lire par exemple (p. 19) que « la télévision et la radio sont
culturelles par essence »; certes, les innovations techniques font partie des
pratiques douées de sens, et les techniques des médias tout spécialement,
puisque les médias, on le sait depuis Mac Luhan, constituent, au sens fort du
terme, des messages, et créent eux-mêmes, indépendamment des contenus
véhiculés, des significations (donc de la culture dans le sens primordial sur
lequel je reviendrai). Mais est-ce cette vérité que voulaient nous rappeler les
auteurs de la fameuse note? On peut en douter. Les auteurs de la note ne
visaient sans doute pas les effets indéniablement culturels des techniques de la

(30) Voir la critique de P. BONCENNE, *Les belles âmes de la culture*, Paris, Seuil, 1996, p. 10.

(31) Voir par ex. D. WOLTON, *Éloge du grand public*, Paris, Flammarion, 1990, p. 167 et s.

(32) Cette note du 16 novembre 1994 demeurée inédite avait été adressée au conseil d'administration sous le titre *Les missions et les moyens de l'Institut public de radiodiffusion de la Communauté française*.

télévision et de la radio, mais entendaient simplement justifier leur politique de programmation, en arguant que les programmes qui passent à la télévision ou à la radio sont par essence culturels, cette affirmation étant, elle, très critiquable (33).

Plutôt que de tomber dans l'opposition peu constructive entre culture cultivée et culture de masse, il est plus fécond, comme le montrent G. de Stexhe et M. Thomas dans le présent ouvrage, d'englober la culture cultivée dans une notion plus étendue, mais non opposée, de la culture. Avant d'être un contenu, la culture est un processus, celui par lequel les significations sont transmises et travaillées, l'opération de transmission du sens ne pouvant se concevoir sans travail des significations et vice versa. On retrouve ce double mouvement (par lequel le sens se perpétue et se transforme) dans une série de pratiques humaines (le travail rémunéré, l'éducation familiale, les rites de croyance, etc.), qui ne ressortissent pas au champ de la culture, entendue cette fois au sens plus étroit, comme sphère de production de contenus, au sens de formes, fussent-elles éphémères.

Cette distinction entre la culture comme processus lié aux mutations du sens d'un côté, et comme résultat formalisé d'un travail particulier sur les significations de l'autre, se retrouve dans la présentation par R. Chartier des deux grandes acceptions de la culture. « Celle qui désigne les œuvres et les gestes qui [...] sont justiciables d'une appréhension esthétique ou intellectuelle. Celle qui vise les pratiques ordinaires, "sans qualités", qui expriment la manière dont une communauté - quelle qu'en soit l'échelle - vit et réfléchit son rapport au monde, aux autres et à elle-même » (34). Ce second sens, plutôt anthropologique, insiste davantage sur le processus de réflexivité, d'éloignement par rapport à l'état de nature, caractéristique de la culture entendue comme procès de civilisation, que sur le contenu des énoncés produits à l'issue de cette démarche d'auto-institution d'une communauté dans ses rapports au monde et à elle-même.

Toute politique culturelle se doit de tenir compte de ces deux dimensions de la culture, c'est ce que je voudrais rappeler, avant de montrer en quoi les

(33) Cette note ajoutait : « L'on ne saurait nier en effet que les fonctions d'information et de distraction sont intrinsèquement culturelles. La culture est en effet ce qui distrait de l'étude intellectuelle ou du travail quotidien ». La confusion est ici à son comble. Par un étrange raisonnement, on tire du caractère supposé culturel des émissions d'information et de distraction une réflexion qui semble exclure du champ de la culture l'étude intellectuelle et le travail.

(34) R. CHARTIER, *L'Ordre des livres*, Aix en Provence, Alinéa, 1992, p. 9.

nouveaux modes
télécommuniqués cor
l'information (deuxième

B.

Il faut rappeler u
volonté proprement p
que l'on ne voit pas n
la société de l'inform
autour de la société
origines (voir *supra*
recommandation d'al
fai(sai)t un projet ap
commission et des g
cette recommandation

Mais avant de n
pourrait recevoir da
rappeler quelques id
politique culturelle.

À l'instar de H
culturelle qui ne soi
chacun. Le grand œ
entreprendre l'œuvre
temps, de permettre
Promotion de la créa
pair, comme je voud

(35) En ce sens : B.
22 février 1995. C'es
publics n'ont pas l'a
entreprises pouvant a

(36) « Les politici
historiques et juridi
la création, Bruxel
tentative d'H. DUMON
versions de la foncti

ent justifier leur politique
qui passent à la télévision
l'information étant, elle, très

constructive entre culture
comme le montrent G. de
glober la culture cultivée
de la culture. Avant d'être
lequel les significations
mission du sens ne pouvant
ce versa. On retrouve ce
et se transforme) dans une
l'éducation familiale, les
au champ de la culture,
sphère de production de
s.

ssus lié aux mutations du
travail particulier sur les
tation par R. Chartier des
désigne les œuvres et les
éhension esthétique ou
ires, "sans qualités" qui
e-même » (34). Ce second
e processus de réflexivité,
actéristique de la culture
le contenu des énoncés
n d'une communauté dans

te de ces deux dimensions
ant de montrer en quoi les

en effet que les fonctions
culturelles. La culture est en
il quotidien ». La confusion
n tire du caractère supposé
n une réflexion qui semble
e travail.

ce, Alinéa, 1992, p. 9.

nouveaux modes de transmission et de réception des messages
télécommuniqués contribuent à la mise en place d'une culture de la société de
l'information (deuxième partie).

B. Les visées d'une politique culturelle

Il faut rappeler une évidence : la politique de la culture suppose une
volonté proprement politique et donc une perspective normative. Perspective
que l'on ne voit pas nécessairement poindre à travers les discours et écrits sur
la société de l'information. Ainsi, le projet des autorités communautaires
autour de la société de l'information, du moins tel qu'il a été conçu à ses
origines (voir *supra* sur le rapport Bangemann), débouchait plutôt sur une
recommandation d'abstention des pouvoirs publics, ce qui, selon certains, en
fait (sait) un projet apolitique (35). Depuis lors, l'activisme des services de la
commission et des groupes intéressés semble apporter un large démenti à
cette recommandation de départ.

Mais avant de me pencher sur les contours qu'une politique culturelle
pourrait recevoir dans le cadre de la société de l'information, je voudrais
rappeler quelques idées maîtresses, ou plutôt directrices, à propos de toute
politique culturelle.

À l'instar de Hugues Dumont (36), je ne conçois pas de politique
culturelle qui ne soit une politique d'éducation des facultés d'ouverture de
chacun. Le grand œuvre d'une politique culturelle est d'encourager chacun à
entreprendre l'œuvre d'expression à laquelle il se sentirait appelé et, en même
temps, de permettre au plus grand nombre d'entendre les œuvres de culture.
Promotion de la création et meilleure réception de la culture vont d'ailleurs de
pair, comme je voudrais le montrer.

(35) En ce sens : B. LIBOIS, *Société de l'information: projet apolitique*, *Le Soir*,
22 février 1995. C'est sans doute vrai, sous la réserve cependant que les pouvoirs
publics n'ont pas l'apanage du choix politique, des personnes privées ou des
entreprises pouvant assumer un rôle politique.

(36) « Les politiques culturelles et la création en Belgique. Quelques repères
historiques et juridiques », in B. LIBOIS et A. STROWEL (sous la dir. de), *Profils de
la création*, Bruxelles, Publ. des F.U.S.L., 1997, p. 191 et s.; voir aussi la
tentative d'H. DUMONT d'articuler dans sa contribution au présent volume les deux
versions de la fonction de démocratisation.

Cette politique d'éducation, qui doit porter sur les pôles de la création et de la réception des œuvres, vise à développer la culture entendue comme ensemble des ressorts qui nous permettent de sortir de nos appartenances particulières, de nos pesanteurs d'êtres situés et de participer à une communication virtuellement sans limites. Offrir à chacun la possibilité de se mettre en rupture par rapport aux contraintes du quotidien et de s'adonner à une technique de création dans un espace abrité des bruits du monde fait partie des grandes missions de la politique culturelle; plus concrètement, une telle mission peut se réaliser par le soutien à des académies par exemple. Entendue en ce sens, la politique culturelle poursuit l'objectif des Lumières, elle est conçue à partir d'une visée universaliste, et suppose, dans une vision plutôt utopiste, que les individus sont capables de se construire à partir d'une réflexion qui les éloigne de leur condition. Les prérequis à la réalisation d'un tel éloignement (lieux de création mis à la disposition des artistes, temps de la création rendu possible par l'octroi de prix ou autres aides financières) doivent être pris en charge par les décideurs de la politique culturelle.

La faculté de création ne peut toutefois être cultivée que si les individus sont d'abord capables de se réappropriier l'histoire dans laquelle ils ont été inscrits. Cette réappropriation indispensable du fil d'une histoire particulière nécessite que l'on (re)découvre le sens de trajectoires individuelles parallèles. La politique culturelle suppose que l'accès de chacun à sa tradition, ou à d'autres traditions dont on pourrait se sentir proche, soit facilité. C'est dire que la politique culturelle doit aussi promouvoir l'insertion de chacun dans le réseau de particularités qui le constitue. Les lieux de dialogue et de convivialité — songeons à des maisons de la culture ou à des centres d'éducation populaire — peuvent y contribuer. À l'opposé en apparence de la visée universaliste décrite ci-dessus, la politique culturelle se doit d'enraciner, et donc de cultiver le sens du contexte dans lequel les individus grandissent, contexte qui est de plus en plus souvent multiculturel. L'accès à ces instruments de réappropriation du sens doit aussi être favorisé par la politique culturelle.

SECTION 2. LA

La société c
télécommunication
télévision. Cela n
sphère des produc
ci-dessus). On ra
téléphone a été pr
sous le nom de «

Si des contenu
peuvent être véhic
téléphonique ne s'
société de l'infor
anthropologique e
cyberculture (38).

Afin de mieux
dans laquelle l'offr
l'impact de l'audi
sélectionner quelq
l'écrit imprimé), c
d'auteur (A).

§ 1. La cr

Notre culture
apparemment évid
structure élémenta
cause dans le mon

(37) P. FLICHY, *Une*
privée, Paris, La Dé

(38) Selon P. LEVY
« cyberculture » d
intellectuelles), des p
se développent conj

SECTION 2. MUTATIONS DE LA CULTURE DANS LA SOCIÉTÉ DE L'INFORMATION

La société de l'information est conçue à partir du réseau de télécommunications, non d'un système de radiodiffusion, comme la télévision. Cela ne veut pas dire que l'on se situe a priori en dehors de la sphère des productions culturelles (au sens étroit du terme culture distingué ci-dessus). On rappellera par exemple que, dans un premier temps, le téléphone a été proposé pour écouter des pièces de théâtre ou des concerts, sous le nom de « théâtrophone » (37).

Si des contenus culturels, et pas simplement des communications privées, peuvent être véhiculés par les autoroutes de l'information, alors que le média téléphonique ne s'y prêtait guère, il convient toutefois de préciser en quoi la société de l'information pourrait générer une culture propre, au sens anthropologique et large (voir *supra*), que l'on appellera, après d'autres, la cyberculture (38).

Afin de mieux mettre en évidence les formes de cette culture en devenir, dans laquelle l'offre de produits multimédia et en ligne va peut-être relativiser l'impact de l'audiovisuel, et donc de l'image sonorisée, il est utile de sélectionner quelques traits de la culture des médias traditionnels (et surtout de l'écrit imprimé), culture qui a trouvé son expression juridique dans le droit d'auteur (A).

§ 1. La culture de l'auteur et le rôle de la publicité

Notre culture est indissociable de quelques principes simples, apparemment évidents à nos yeux, par exemple la figure de l'auteur. Cette structure élémentaire mérite d'être rappelée, car elle pourrait être mise en cause dans le monde des réseaux, et, avec elle, le droit d'auteur — plusieurs

(37) P. FLICHY, *Une histoire de la communication moderne. Espace public et vie privée*, Paris, La Découverte, 1991, p. 214.

(38) Selon P. LEVY (*Cyberculture*, Paris, Od. Jacob, 1997, p. 17), le néologisme « cyberculture » désigne « l'ensemble des techniques (matérielles et intellectuelles), des pratiques, des attitudes, des modes de pensée et des valeurs qui se développent conjointement à la croissance du cyberspace ».

Cassandra n'ont-elles pas déjà prédit la mort prochaine du droit d'auteur sur Internet et les réseaux de l'avenir (39).

A. Le principe de l'individualité créatrice ou la figure de l'auteur

Dans notre culture, il n'y a pas d'œuvre sans auteur individualisé. Au point que la présence de l'auteur dans une création fait de celle-ci une œuvre protégée par le droit d'auteur. Il faut en effet qu'une œuvre soit originale pour être protégée et l'originalité est habituellement définie comme la marque de l'auteur, de sa personnalité ou de ses choix, dans l'œuvre (40). Ce critère de l'empreinte personnelle, cette indivisibilité entre l'œuvre et la personne de l'auteur, qui se traduit aussi par la reconnaissance de prérogatives morales au profit de l'auteur, montrent que le paradigme classique du droit d'auteur est imprégné d'individualisme. Michel Foucault l'avait souligné, lorsqu'il relevait que la naissance du droit d'auteur « constitue le moment fort de l'individualisation dans l'histoire des idées [...] dans l'histoire de la philosophie aussi [...] Comment l'auteur s'est individualisé dans une culture comme la nôtre, quel statut on lui a donné, à partir de quel moment, par exemple, on s'est mis à faire des recherches d'authenticité et d'attribution, dans quel système de valorisation l'auteur a été pris, à quel moment on a commencé à raconter la vie non plus des héros mais des auteurs, comment s'est instaurée cette catégorie fondamentale "l'homme et l'œuvre" » (41) — tout cela s'est mis en place à la fin du XVIII^e siècle.

Le tournant esthétique de la fin du XVIII^e siècle, parallèle à la montée d'une culture des individus, est illustré par le texte séminal d'Edward Young intitulé *Conjectures on Original Composition*. Publié en 1759 (42), et

(39) Cf. par ex. L. BELSIE, *Internet Challenges Concept Behind Copyright Law*, *The Christian Science Monitor*, 27 oct.- 2 nov. 1995, p. 12. D'autres songent en conséquence à revoir les concepts sur lesquels repose le droit d'auteur (cf. A. CHRISTIE, *Reconceptualising Copyright in the Digital Era*, *E.I.P.R.*, 1995, p. 522-530).

(40) Sur la genèse de cette notion d'originalité, voir A. STROWEL, *Liberté, égalité, propriété : retour aux sources du droit d'auteur*, in B. LIBOIS et A. STROWEL (sous la dir. de), *Profils de la création*, Bruxelles, Publ. des F.U.S.L., 1997, p. 141 et s.

(41) M. FOUCAULT, *Qu'est-ce qu'un auteur ?*, in *Bulletin de la Société française de Philosophie*, juill.-sept. 1969, p. 77.

(42) Le texte d'E. YOUNG est reproduit in E. D. JONES (ed.), *English Critical Essays (Sixteenth, Seventeenth and Eighteenth Centuries)*, Londres, Oxford University Press, 1959, p. 270-311.

immédiatement tra
notamment sur E.
anticipe le mouvem
esthétique initiée pa
la théorie de l'origi
créateur de génie
esthétique qui met
va fortement contrib

Un deuxième pri
la culture qui se n
d'auteur à la fin du 2

L'institution du
conflit entre les libr
et les éditeurs de
prolongation de leur
perpétuelle des aut
droits des « auteurs
leurs intérêts. Au-
puissant catalyseur
renversement du sy
mouvement des Lur

(43) R. MORTIER, *Lumières, Genèse, Mirror and the Lamp*, Norton Library, 1958, Paris, P.U.F., 1974, principaux jalons de de l'imitation, voir 1977, p. 142 et 182

(44) La montée « désacralisation de la qu'« aussi longtemps sacrée, il est difficile « son originalité d'a Literature. Versions 1983, p. 213-214.

immédiatement traduit en Allemagne, où il exercera une forte influence, notamment sur E. Kant, J. Fichte, J. Herder et J. Goethe (43), ce texte anticipe le mouvement romantique. Il faudrait montrer comment la révolution esthétique initiée par E. Young entend remplacer la théorie de l'imitation par la théorie de l'originalité, et substituer à l'autorité de la tradition celle du créateur de génie (44). Retenons pour notre propos que ce mouvement esthétique qui met au centre les valeurs d'originalité, de génie, de créativité, va fortement contribuer à la diffusion d'une culture de l'auteur.

B. Le principe de publicité

Un deuxième principe détermine l'institution cardinale du droit d'auteur et la culture qui se met en place simultanément à la consécration du droit d'auteur à la fin du XVIII^e siècle : le principe de publicité.

L'institution du droit d'auteur (et du copyright en Angleterre) est née du conflit entre les libraires — on dirait aujourd'hui les éditeurs — de province et les éditeurs de la capitale, Paris ou Londres. Afin d'obtenir une prolongation de leurs privilèges, ces derniers avaient mis en avant la propriété perpétuelle des auteurs, fruit de leur travail; c'est donc sous le couvert des droits des « auteurs » que les éditeurs ont, dès l'origine, réussi à promouvoir leurs intérêts. Au-delà de ce facteur d'ordre socio-économique, un autre puissant catalyseur, relevant cette fois de l'histoire des idées, contribua au renversement du système des privilèges de librairie de l'Ancien Régime : le mouvement des Lumières.

(43) R. MORTIER, *L'originalité. Une nouvelle catégorie esthétique au siècle des Lumières*, Genève, Droz, 1982, p. 75 et s., p. 87 et s.; M. H. ABRAMS, *The Mirror and the Lamp: Romantic Theory and the Critical Tradition*, New York, The Norton Library, 1958, p. 201 et s. Pour J. CHUILLET (*L'esthétique des Lumières*, Paris, P.U.F., 1974, p. 143 et p. 127), le texte d'E. Young représente un des principaux jalons de la poétique nouvelle. Sur ce tournant et sur la fin de la théorie de l'imitation, voir encore : T. TODOROV, *Théories du symbole*, Paris, Seuil, 1977, p. 142 et 182 et s.

(44) La montée de l'auteur va de pair avec le rejet, du moins avec la désacralisation de la tradition, comme source d'inspiration. Il est en effet évident qu'« aussi longtemps que la tradition littéraire se voit conférée une autorité sacrée, il est difficile pour l'écrivain de valoriser sa propre individualité » et « son originalité d'auteur » (D. QUINT, *Origin and Originality in Renaissance Literature. Versions of the Source*, New Haven et Londres, Yale University Press, 1983, p. 213-214).

Dans son étude magistrale des ressorts culturels de la Révolution française (45), Rogier Chartier montre que les penseurs de l'époque ont bien aperçu le lien entre l'apparition d'une sphère publique, indispensable pour le développement de l'activité critique, et la circulation de l'imprimé. Ce n'est pas un hasard si Kant, auteur du célèbre article « *Réponse à la question : qu'est-ce que les Lumières?* » (46), a également rédigé un texte dénonçant la contrefaçon, « *De l'illégitimité de la contrefaçon des livres* », article récemment republié dans un intéressant recueil (47). C'est que Kant associe « usage public de la raison » et production ou lecture de l'écrit (48) : pour Kant, chacun doit disposer de « *la liberté de formuler des remarques sur les vices inhérents à l'institution actuelle, et de les formuler d'une façon publique, c'est-à-dire par des écrits* ». Le modèle de la République des Lettres (*Res Publica Litterarum*), qui unit savants et érudits par la correspondance et l'imprimé, sert donc à Kant pour penser le domaine propre de l'usage public de la raison (49).

En France également, des penseurs, tels que D. Diderot et Condorcet, ont jugé que la défense de la liberté d'opinion et de la presse passait par une réglementation de la librairie et de l'imprimerie, ce qu'on appelle aujourd'hui le droit d'auteur.

« Le bonheur des hommes, écrit Condorcet dans ses *Fragments sur la liberté de la presse*, dépend en partie de leurs lumières, et le progrès des lumières dépend en partie de la législation de l'imprimerie. Cette législation n'eut-elle aucune influence sur la découverte des vérités utiles, elle en a une prodigieuse sur la manière dont les vérités se répandent. Elle est une des

(45) R. CHARTIER, *Les origines culturelles de la Révolution française*, Paris, Seuil, 1990.

(46) Pour la traduction française de cet article paru en 1784 sous le titre *Beantwortung der Frage: Was Ist Aufklärung?*: I. KANT, *Réponse à la question: Qu'est-ce que "les Lumières"?*, in *La philosophie de l'histoire*, Paris, Denoël-Gonthier, 1983, p. 46-55.

(47) E. KANT, *Qu'est-ce qu'un livre?*, Paris, P.U.F., 1995, p. 119-132.

(48) R. CHARTIER, *Les origines culturelles de la Révolution française*, op. cit., p. 39.

(49) E. KANT, *Réponse à la question: Qu'est-ce que "les Lumières"?*, op. cit., p. 48 :

« pour ces lumières, il n'est rien requis d'autre que la *liberté*; et à vrai dire la liberté la plus inoffensive de tout ce qui peut porter ce nom, à savoir celle de faire un *usage public* de sa raison dans tous les domaines [...] J'entends par usage public de notre propre raison celui que l'on en fait comme *savant* devant l'ensemble du public *qui lit* ».

véritables causes d'éclairés, celles du places » (50).

Comme d'autres d'auteur contribue à la figure de l'individu public; en ce sens, le dispositif que l'on n la tradition, mais l'exemple, les intéres droit d'auteur pose

On peut tenter d cyberculture qui, s culture européenne culture » (53). Vo changement.

A. L'exte

Une continuité développement des modèle, pensé au X public d'échange d était que chacun so les institutions de s

(50) M. J. C. CON p. 312.

(51) Quoiqu'il soit politique culturelle : œuvres en cause et s

(52) Voir Br. SHER in Br. SHERMAN at Copyright Law, OXI

(53) P. LEVY, *Cybe*

véritables causes de la différence qui existe entre les opinions des hommes éclairés, celles du public et les opinions des gens qui remplissent des places » (50).

Comme d'autres institutions dégagées à l'époque des Lumières, le droit d'auteur contribue donc à la diffusion d'une culture humaniste, centrée sur la figure de l'individualité créatrice et il favorise la constitution d'un large espace public; en ce sens, le droit d'auteur est un dispositif culturel (51), un dispositif que l'on ne pourrait pas rencontrer dans une culture coutumière, où la tradition, mais non l'individu, peut être source de valeurs — d'où, par exemple, les intéressantes questions que la protection de l'art aborigène par le droit d'auteur pose en Australie (52).

§ 2. Vers une cyberculture ?

On peut tenter d'imaginer quelques traits de cette culture de demain, cette cyberculture qui, selon Pierre Lévy, « continue la grande tradition de la culture européenne », mais, en un autre sens, « transmute le concept de culture » (53). Voyons en quoi il pourrait y avoir à la fois continuité et changement.

A. L'extension de l'espace public rêvé par les Lumières

Une continuité existe sans doute entre le projet des Lumières et le développement des communautés virtuelles, qui réalisent en quelque sorte le modèle, pensé au XVIII^{ème} siècle, de la République des lettres, d'un espace public d'échange des idées entre citoyens du monde. « *Ce dont rêvait Kant était que chacun soit à la fois lecteur et auteur, qu'il émette des jugements sur les institutions de son temps, quelles qu'elles soient, et qu'en même temps il*

(50) M. J. C. CONDORCET, *Oeuvres*, Paris, Firmin Didot Frères, 1847, t. 11, p. 312.

(51) Quoiqu'il soit porteur d'une culture, le droit d'auteur ne véhicule pas une politique culturelle au sens propre, puisqu'il n'opère pas de distinction selon les œuvres en cause et se satisfait du minimum d'originalité requis.

(52) Voir Br. SHERMAN, *From the Non-original to the Ab-original: A History*, in Br. SHERMAN and A. STROWEL (éd.), *Of Authors and Origins. Essays in Copyright Law*, Oxford, Clarendon Press, 1994, p. 111-130.

(53) P. LEVY, *Cyberculture*, Paris, Od. Jacob, 1997, p. 304.

puisse réfléchir au jugement porté par les autres » (54). Ce vœu est en passe de pouvoir s'accomplir par exemple grâce aux multiples forums de discussion d'Internet. Les médias en ligne ont pour effet de mettre l'activité critique à la portée de chacun, du moins à la portée de ceux qui ont accès au réseau des réseaux (cette dernière restriction est importante) (55). Les réseaux permettent des échanges d'information, des confrontations d'expériences, ils obligent les participants à pratiquer une dialectique de la discussion, susceptible d'enrichir les points de vue de chacun. Bref, les communautés virtuelles permettent d'explorer des formes nouvelles d'opinion publique. Cet ensemble de pratiques rendues possibles par le nouveau dispositif technique semble s'inscrire dans l'héritage des Lumières.

Mais, en même temps, cet incroyable foisonnement d'opinions, parallèle à la dissémination extrême des messages, amènera à revoir certains piliers de notre culture, à l'instar des notions d'« autorité » et d'inscription du sens, sur lesquelles s'appuie le droit d'auteur.

B. La remise en cause de la figure de l'auteur et de la fixité du sens

Avec le multimédia et les réseaux, la figure de l'auteur, entendue comme unique source et garantie du sens, donc comme « autorité », pourrait perdre sa centralité, dès lors que chacun devient auteur et que les œuvres deviennent, plus que jamais, le résultat d'apports successifs de multiples contributeurs. Vu l'accès aisé aux matériaux préexistants (par exemple aux photos qui ont été numérisées par un graphiste et stockées sur son disque dur), la création indépendante d'une œuvre inédite à partir d'éléments du domaine public sera de plus en plus rare. Parallèlement, la création sera davantage le résultat d'un travail collectif. Des matériaux provenant de différentes sources seront donc repris, altérés, combinés, complétés par différents intervenants, de telle façon qu'il sera difficile de distinguer l'apport de chacun et l'origine de chaque élément. Davantage qu'auparavant, la création sera un processus continu et graduel.

Tout cela permet d'entrevoir un autre horizon culturel, celui de la galaxie Mac Luhan, où l'auteur ne serait plus perçu comme foyer de sens et principe fondamental de désignation des œuvres, où les recherches d'attribution pourraient s'avérer vaines, où l'œuvre, devenue production intertextuelle, tissu

(54) R. CHARTIER, *Le livre en révolutions*, Paris, Textuel, 1997, p. 134.

(55) R. CHARTIER, *op. cit.*, p. 18.

de citations, ne porte droit d'auteur n'aurait

L'effacement de la disparition de la *processus, l'œuvre in indéfiniment co-cons en tant que telle, m expression »*. Comme *œuvres adjacentes e contribue à déposséd sens »* (56). L'inscrip l'écran, le fait que se dans les médias tradi hyperliens, le visiteu sous les yeux le co d'intervenir sur les m encore indiquent que culturel décisif (57). mémorable et le génie le rôle de l'enregistri s'affaiblir.

(56) P. LEVY, *op. cit.*

(57) L'hypothèse d' cyberculture recondu l'immédiateté de la co dit, on demeure très r technique tel que Pierr *nouvel universel, diffé construit sur l'indéter* p. 14). En d'autres ter vide, sans contenu par de mettre en contact p. 129).

(58) *Ibidem*, p. 181.

de citations, ne porterait plus les traces d'une paternité identifiable et où le droit d'auteur n'aurait plus tout à fait sa place.

L'effacement de la figure paternelle de l'auteur risque d'être accentué par la disparition de la permanence des œuvres. « [L]'*œuvre-événement, l'œuvre-processus, l'œuvre interactive, l'œuvre métaphorique, connectée, traversée, indéfiniment co-construite de la cyberculture peut difficilement s'enregistrer en tant que telle, même si [...] l'on capte quelque trace partielle de son expression* ». Comme l'ajoute P. Lévy, « *la métamorphose contine des œuvres adjacentes et du milieu virtuel qui supporte et pénètre l'œuvre contribue à déposséder un éventuel auteur de ses prérogatives de garant du sens* » (56). L'inscription passagère du message, par exemple du texte, sur l'écran, le fait que ses frontières ne sont plus aussi radicalement visibles que dans les médias traditionnels comme le livre (ainsi, grâce à la technique des hyperliens, le visiteur d'un site peut, parfois sans s'en rendre compte, avoir sous les yeux le contenu d'un autre site), la possibilité pour le lecteur d'intervenir sur les messages, de les assembler, tous ces traits et bien d'autres encore indiquent que l'on pourrait se trouver en présence d'un changement culturel décisif (57). Alors que nous avons connu une culture « où l'archive mémorable et le génie créateur sont si prégnants » (58), dans la cyberculture, le rôle de l'enregistrement du sens et la fonction-auteur vont sans doute s'affaiblir.

(56) P. LEVY, *op. cit.*, p. 177.

(57) L'hypothèse d'un penseur comme Pierre Lévy est d'ailleurs que la cyberculture reconduit le système de la coprésence des messages ou de l'immédiateté de la communication qui avait cours dans les sociétés orales. Cela dit, on demeure très réservé par rapport à l'idée exprimée par un penseur de la technique tel que Pierre Lévy, selon qui « *la cyberculture exprime la montée d'un nouvel universel, différent des formes culturelles qui l'ont précédé en ce qu'il se construit sur l'indétermination d'un quelconque sens global* » (P. LEVY, *op. cit.*, p. 14). En d'autres termes, selon cet auteur, l'universel de la cyberculture « *est vide, sans contenu particulier. Ou plutôt, il les accepte tous puisqu'il se contente de mettre en contact un point quelconque avec n'importe quel autre* » (*ibidem*, p. 129).

(58) *Ibidem*, p. 181.

§ 3. De quelques effets des développements technologiques sur les pratiques culturelles

En deçà des perspectives philosophiques sur le devenir de la culture dans la société de l'information, il est clair que les pratiques culturelles seront largement déterminées par les usages et effets de sens que l'objet multimédia génère, de même que le livre, *en tant que forme matérielle*, a été et demeure producteur d'une culture propre. On peut se risquer à évoquer quelques conséquences liées à la place des nouvelles technologies.

A. Découverte de nouveaux contenus et démarche plus active du récepteur

Comme d'autres médias, le multimédia sur support ou en ligne pourrait susciter un éveil que l'offre culturelle classique n'était pas parvenue à créer. Notamment à travers une présentation plus ludique, moins figée du contenu, réservant des surprises à celui qui « butine ».

Un produit multimédia peut en effet être conçu de manière à donner l'impression à l'interrogateur qu'il découvre un univers de liens; les liens hypertextes (ou hypermédias, si l'on se trouve dans un univers multi-média) offrent en effet beaucoup plus de possibilités de mises en rapport qu'un produit culturel classique obéissant à une structure linéaire. Ces techniques hypermédias permettent à l'utilisateur de naviguer de manière intuitive à l'intérieur de documents par l'intermédiaire de liens, qui apparaissent à l'écran sous la forme d'enrichissements typographiques (italiques par exemple) pour les données textuelles, et de pictogrammes, icônes ou boutons pour les données multimédias (59).

Celui qui pratique le multimédia est nécessairement actif; il reçoit moins qu'il ne cherche; et c'est sous son impulsion que du texte, des images, du son lui parviennent. En ce sens, le multimédia semble représenter un « antidote » par rapport aux dangers supposés de l'audiovisuel d'aujourd'hui (60) qu'on a souvent accusé d'asservir les téléspectateurs, de les réduire à des légumes (les « couch potatoes » dans la langue de Shakespeare). Cette qualité dont on pare le multimédia se nomme, on l'a vu, « interactivité ». Le fait que le temps passé par les jeunes américains de

(59) P. BOURSIER et P.-A. TAUFOR, *La technologie multimédia*, Paris, Hermès, 1994, p. 192.

(60) J. RIGAUD, *L'exception culturelle*, Paris, Grasset, 1995, p. 294.

moins de 26 ans récemment baissés pour naviguer, le changement d'intérêt

Toutefois, le n d'information comp

Les futures pra l'aura, un peu sacr l'esprit chagrin do une plus large diss

Un problème d sociale, voire un v sites à visiter sur particulières ?

La perte des r social, voilà peut-être cette perte, il dev justifie toute politi

C. P.

Un autre rever général, pourrait œuvres, dans l'ou rencontres avec de avec des enseign multimédia et le force de la prése peinte, sa texture qui témoignent so qui gomme les asj

(61) À ce sujet, v

moins de 26 ans devant la télévision ait, à en croire les statistiques, récemment baissé et que ce temps soit aujourd'hui utilisé par ces mêmes jeunes pour naviguer sur Internet et pour s'adonner à des jeux vidéo est un changement intéressant.

Toutefois, le multimédia qui rend accessible des œuvres et les réseaux d'information comportent des risques

B. Perte des références communes

Les futures pratiques culturelles vont certainement contribuer à effacer l'aura, un peu sacrée, qui entourait la Culture. On peut le regretter. Pourtant, l'esprit chagrin doit être remisé, si cette perte symbolique se compense par une plus large dissémination et une meilleure réception des œuvres.

Un problème demeure néanmoins : comment garantir une communication sociale, voire un vivre ensemble, si les références culturelles -des milliers de sites à visiter sur la « Toile » (le Web)- sont éparpillées et les expériences, particulières ?

La perte des références communes, et avec elle la dissolution du lien social, voilà peut-être un spectre qui hante la société de l'information. Et avec cette perte, il devient difficile de penser la fonction de rassemblement qui justifie toute politique culturelle digne de ce nom (61).

C. Perte de l'expérience immédiate avec les œuvres

Un autre revers du succès de la distribution en ligne, ou du multimédia en général, pourrait résider dans la perte de l'expérience immédiate avec les œuvres, dans l'oubli de leur force de présence. Or, la culture se nourrit de rencontres avec des créateurs à travers leurs œuvres, elle se nourrit d'échanges avec des enseignants à travers leur témoignage; il n'est pas acquis que le multimédia et le réseau permettent de telles expériences où le charme et la force de la présence agissent. Plutôt que d'être aux prises avec une toile peinte, sa texture concrète qui dévoile peut-être sa genèse, ses imperfections qui témoignent souvent d'une recherche, on se retrouve en face d'un écran plat qui gomme les aspérités vivantes de la peinture et en offre une vision épurée,

(61) À ce sujet, voir les contributions déjà citées de H. DUMONT.

un pâle reflet. « *Tous les prodiges de l'électronique* », écrit J. Rigaud (62), « ne prévaudront jamais contre cette toile, là devant moi au milieu d'une foule visiteurs du Rijksmuseum d'Amsterdam, peinte il y a trois cent cinquante ans par la main de Rembrandt, où contre la fin du Soulier de satin écoutée aux petites heures du jour, dans la cour d'honneur du Palais des Papes d'Avignon, la conscience plus aiguisée que jamais après la tentation du sommeil ».

SECTION 3. QUELLE POLITIQUE CULTURELLE POUR LA SOCIÉTÉ DE L'INFORMATION ?

Alors que la précédente partie revêtait un aspect descriptif, ou plus exactement prospectif, puisqu'il s'agissait d'anticiper quelques traits d'un état de la culture à venir, la présente partie comporte une composante normative, il s'agit d'ébaucher quelques jalons d'une politique de développement des contenus culturels dans le contexte de la société de l'information.

Une remarque préalable s'impose.

S'interroger sur la programmation culturelle à l'ère numérique paraîtra désuet aux yeux de certains, dès lors que la multiplication de l'offre de programmes et de services divers, rendue possible par l'évolution technologique (voir *supra*), justifie a priori un allègement de la régulation, par exemple l'abandon du système de conventionnement ou d'autorisation en vigueur actuellement au profit d'un système purement déclaratif en usage pour la presse (63). L'alignement du système de régulation de la radio-télévision sur le système des médias écrits se fonderait sur le fait qu'un pluralisme du contenu, et donc une forme de diversité culturelle, est garanti par la démultiplication des programmes; au téléspectateur, la télévision offrirait un choix aussi étendu qu'un kiosque à journaux au lecteur.

Sans doute convient-il de revoir les formes de régulation dans ce nouveau contexte. Mais cela ne signifie pas qu'il faille abandonner toute prétention à

(62) *L'exception culturelle*, op. cit., p. 296-297.

(63) La question est posée en ces termes dans la très intéressante étude de E. MACHET et S. ROBILLARD, *Télévision et culture. Politiques et réglementations en Europe*, Institut européen de la communication, Ministère de la Communauté française, 1998, p. 147.

éduquer le public
consommation.

Le premier ve
d'information vise
abondantes ressou
première mission d

Le deuxième pô
mettre en place devi
contenus. Les mesu
créateurs et produc
passerait plus l
diffuseurs comme d

Parlons de politi
l'autre.

§ 1

La question de s
services culturels n'
réseaux est la circul
Information et cult
inscription dans la
et se défraîchissent
s'inscrire dans le t
davantage une dis
construire un mond
l'information et dév
pair, c'est une évider

Dans le rapport
européenne (voir s
l'information pour t
la transmission de
connaissances. Cett
données non structur

rit J. Rigaud (62),
i au milieu d'une
il y a trois cent
du Soulier de satin
u Palais des Papes
es la tentation du

CULTURELLE ATION ?

escriptif, ou plus
ues traits d'un état
osante normative,
éveloppement des
ation.

Amérique paraîtra
tion de l'offre de
par l'évolution
t de la régulation,
u d'autorisation en
ratif en usage pour
la radio-télévision
d'un pluralisme du
st garanti par la
vision offrirait un

n dans ce nouveau
toute prétention à

essante étude de E.
réglementations en
de la Communauté

éduquer le public ou, plus prosaïquement, à orienter les comportements de consommation.

Le premier versant d'une politique culturelle à l'ère des réseaux d'information viserait précisément à assurer une meilleure réception des abondantes ressources disponibles en ligne ou par satellite. Ce serait là la première mission de la politique culturelle.

Le deuxième pôle, second aussi en importance, d'une politique culturelle à mettre en place devrait, de manière plus classique, viser à promouvoir certains contenus. Les mesures d'incitation devraient être directement dirigées vers les créateurs et producteurs (en d'autres termes, la promotion du contenu ne passerait plus par l'intermédiaire des obligations de contenu à charge des diffuseurs comme dans le système que nous connaissons).

Parlons de politique d'apprentissage, d'un côté, de politique du contenu, de l'autre.

§ 1. Une politique de l'apprentissage

La question de savoir si les autoroutes de l'information véhiculeront des services culturels n'est pas évidente, car l'enjeu et la dimension première des réseaux est la circulation de l'information, non pas la promotion de la culture. Information et culture sont, on le pressent, des choses différentes. Leur inscription dans la durée varie. Les informations passent toujours plus vite, et se défraîchissent rapidement; la culture a plutôt vocation à mûrir et à s'inscrire dans le temps. L'information, c'est du donné; la culture, c'est davantage une disposition humaine à assimiler ces informations et à construire un monde de sens sur cette base (voir *supra*). Accroissement de l'information et développement de la culture ne vont pas nécessairement de pair, c'est une évidence qu'il convient de rappeler.

Dans le rapport du Groupe d'experts mis en place par la Commission européenne (voir *supra*), intitulé *Construire la société européenne de l'information pour tous*, on insiste précisément sur la nécessité de distinguer la transmission de données, la diffusion d'information et l'acquisition de connaissances. Cette distinction s'appuie sur le fait que la production de données non structurées ne crée pas nécessairement de l'information et que, de

plus, toute information ne peut être assimilée à de la connaissance (64). Pour qu'elle le devienne, encore faut-il qu'elle soit classée, analysée et traitée d'une certaine manière; seules certaines connaissances tacites permettront de naviguer dans l'océan d'informations, pas toujours fiables, que nous promet la société de l'information et de rendre utiles ou fécondes ces formidables ressources.

Comment favoriser la conversion de l'information en une connaissance utile? Comment garantir que « la société de l'information » devienne une « société basée sur le savoir » ou une « société de l'apprentissage »? Ces questions doivent être au centre de la politique culturelle à dessiner, une politique qui sera donc avant tout, et plus que jamais, une politique de l'éducation (65).

Les moyens d'arriver à cette fin restent eux à définir.

Il est clair que les initiatives en matière d'éducation aux médias doivent être approfondies et élargies.

Dans ce contexte, les radiodiffuseurs publics ont un rôle particulier à jouer, comme l'a mis en évidence un rapport (66) de février 1996 de l'Institut européen de la communication. À l'âge du multimédia en réseau, la question de la crédibilité des sources est devenue préoccupante — on se rappelle par exemple l'affaire des « bruits » que les Zapatistes mexicains avaient diffusé sur Internet et que certaines rédactions imprudentes avaient trop vite relayés, ainsi que le rôle des médias électroniques dans les développements de l'affaire du « Monicagate » aux États-Unis. Dans ce contexte, la radiodiffusion de service public devrait demeurer et devenir un point de référence pour une information indépendante et bien documentée, mais aussi pour des programmes sérieux et de qualité. De plus, les radiodiffuseurs de service public pourraient proposer des services qui aideraient les citoyens à s'orienter

(64) *Construire la société européenne de l'information pour tous*. Rapport intermédiaire, *op. cit.*, p. 3.

(65) Il est normal que, dans le contexte d'une profusion d'informations (voire d'œuvres), abondance qu'offrira la société de l'information et qu'anticipe la télévision numérique, l'accent de la politique culturelle ne soit plus mis sur la création de contenus donnés (on suppose qu'il y aura de toute façon place pour une offre de contenus variés), mais sur le filtre de la réception.

(66) Institut européen de la communication, J. DRIES et R. WOLDT, *Le rôle de la radiodiffusion de service public dans la société de l'information*, Düsseldorf, février 1996, 28 p.

dans le dédale de
particulière « d'in-
médias » devrait être
éducatives : écoles,
de réflexion présid
l'audiovisuel et aux
sont partiellement c

Compte tenu de
une approche de la
service universel p
universel est une n
exactement de la tél
base offert à tout l
niveau de qualité
technologies aux pe
de définir ce servic
garantira nullemen
s'approprier les co
pouvoir convertir le

La profusion c
principe pour ava
« consommateurs
nouveaux contenu
les fournisseurs de
donc à se différen
devrait donc s'élarg
demande.

Cela n'empêch
contenus spécifique

(67) *Ibidem*, p. 2.

(68) Ce rapport,
Ministre de l'Éduca
1994.

dans le dédale des nouveaux médias (67). Cette nouvelle mission très particulière « d'information sur l'information » ou « d'éducation aux médias » devrait être développée en partenariat avec d'autres institutions éducatives : écoles, centres culturels, etc. En Belgique, le rapport du groupe de réflexion présidé par Mr. Robert Wangermée, intitulé « L'éducation à l'audiovisuel et aux médias » (68), propose des pistes intéressantes, qui se sont partiellement concrétisées depuis lors.

Compte tenu de la nécessité d'éduquer à l'usage des médias électroniques, une approche de la société de l'information en termes de fourniture d'un service universel paraît en tout cas a priori insuffisante. En effet, le service universel est une notion connue dans le secteur des télécommunications, plus exactement de la téléphonie vocale, où il peut être défini comme le service de base offert à tout le monde à des conditions tarifaires abordables et à un niveau de qualité standard. Dans l'univers des réseaux, où de multiples technologies aux performances très diverses coexisteront, il deviendra difficile de définir ce service de base. En outre, l'offre d'un tel service minimum ne garantira nullement la possibilité pour ceux qui en bénéficient de pouvoir s'approprier les contenus accessibles, de pouvoir vérifier leur véracité, de pouvoir convertir les informations disponibles en connaissances utiles, etc.

§ 2. Une politique du contenu

La profusion d'informations que devraient offrir les inforoutes a en principe pour avantage d'élargir les possibilités de choix de la part des « consommateurs de culture », ainsi que les chances de découvertes de nouveaux contenus. La démultiplication des choix pourrait obliger à terme les fournisseurs de services, par exemple les radiodiffuseurs, à se spécialiser, donc à se différencier par rapport aux concurrents. L'offre de programmes devrait donc s'élargir de façon à s'ajuster aux facultés de choix du côté de la demande.

Cela n'empêche pas que l'on puisse songer à promouvoir certains contenus spécifiques, au-delà de la diversité culturelle garantie par

(67) *Ibidem*, p. 24.

(68) Ce rapport, à notre connaissance demeuré inédit, a été réalisé pour le Ministre de l'Éducation et de l'Audiovisuel de la Communauté française en mai 1994.

l'élargissement de l'offre (69). Les instruments adéquats d'une telle politique du contenu devraient encore être examinés.

Dans l'univers de la radiodiffusion classique, la directive « T.V. sans frontière » de 1989 avait choisi comme instrument de promotion de certains contenus les quotas de diffusion et de production au profit d'œuvres européennes (art. 4 et 5). L'adoption de ces quotas poursuit un objectif de politique industrielle -il s'agit de soutenir l'industrie européenne de la production audiovisuelle-, mais aussi une finalité relevant de la politique culturelle -la préférence pour les œuvres européennes ne s'appuie pas sur le présupposé que la qualité des programmes européens est supérieure aux productions américaines, mais sur l'idée qu'il faut préserver une diversité culturelle, voire, projet plus ambitieux, qu'il faut fabriquer une identité culturelle européenne (70). Cet instrument a fait l'objet de critiques bien connues dans le domaine de la radiodiffusion classique; dans le domaine de la télévision numérique, l'instrument des quotas perd encore davantage sa pertinence.

C'est dire qu'il faudra sans doute revenir aux instruments plus classiques de toute politique culturelle : subsides, aides diverses à la création. Des programmes de développement d'applications culturelles pourraient soutenir le multilinguisme européen, face à l'invasion de l'anglais, renforcer des cultures locales et asseoir ainsi le multiculturalisme. La Commission européenne, qui a mis sur pied une « Task Force sur le Logiciel Éducatif Multimédia », entend apporter son soutien au développement d'une industrie du logiciel multimédia d'éducation et de formation. Le rapport canadien du « Groupe de travail sur la culture et le contenu canadien », sous-titré « Assurer une présence canadienne vigoureuse sur l'autoroute de l'information », entend élargir la gamme de produits disponibles en ligne. Parmi les recommandations de ce rapport, on invitait le gouvernement canadien à encourager la création et la mise en œuvre d'outils de navigation et de menus dans les deux langues officielles, la numérisation des collections

(69) En ce sens : *Construire la société européenne de l'information pour tous*, op. cit., p. 76; R. DE SCHUTTER, *Réflexions liminaires: les onze débats sur les autoroutes de l'information*, in GRESEA/Observatoire social européen, *Les autoroutes de l'information, enjeux sociaux et sociétaux*, Working Paper n° 12, oct. 1995, p. 10.

(70) Voir B. DE WITTE, *The European Content Requirement in the EC Television Directive - Five Years After*, in E. BARENDT (gen. ed.), *The Yearbook of Media and Entertainment Law 1995*, Oxford, Clarendon Press, 1995, p. 108.

muséales en lançant
manière à faciliter l'

Il faudrait aussi
d'apprentissage, étal
cours à cet égard d
communautaire. La
cacher que ces mesu
l'orientation de la
produits grand publi

(71) Dans le rapport
de travail, on va mêm
à répondre à la quest
faut se demander aus
viabilité comme socié
règles de droit et une

le politique

« T.V. sans
a de certains
it d'œuvres
objectif de
éenne de la
la politique
ie pas sur le
érieure aux
ne diversité
une identité
critiques bien
omaine de la
l'avantage sa

us classiques
création. Des
aient soutenir
enforcer des
Commission
ciel Éducatif
une industrie
t canadien du
», sous-titré
autoroute de
bles en ligne.
gouvernement
e navigation et
es collections

tion pour tous,
ébats sur les
européen. Les
ng Paper n° 12.

e EC Television
ok of Media and

muséales en lançant des appels d'offre à des entreprises privées, et ce, de manière à faciliter l'utilisation du contenu canadien (71).

Il faudrait aussi multiplier les espaces d'exposition multimédia, les lieux d'apprentissage, établir des réseaux entre écoles, etc. Plusieurs projets sont en cours à cet égard dans les différents pays européens, ainsi que sur le plan communautaire. La palette est large, mais l'on ne doit pas pour autant se cacher que ces mesures adoptées par les pouvoirs publics ne feront qu'infléchir l'orientation de la demande, qui se tournera plus spontanément vers les produits grand public.

(71) Dans le rapport canadien final, qui reprend les conclusions de divers groupes de travail, on va même plus loin, puisqu'on souligne, je cite, qu'« il faut être prêt à répondre à la question canadienne fondamentale : qu'est-ce que le Canada ? Il faut se demander aussi quels sont les éléments essentiels qui donnent au pays sa stabilité comme société, qui le rendent capable de maintenir un consensus, des règles de droit et une identité nationale distincte » (Rapport canadien, p. 46).