

Vox Internet - Programme de recherche soutenu par l'ANR

-- L'Internet des objets --

L'Internet des
objets

Web participatif : vers un engagement citoyen de l'utilisateur ?

Intervention de Serge Proulx
au colloque de l'UNESCO
"Ethique et droits de l'homme
dans la société de
l'information"

mercredi 17 octobre 2007

Web participatif et vie démocratique

Nous formulons l'hypothèse qu'un usage significatif des outils du Web participatif - appelé aussi « Web 2.0 » - pourrait fournir à l'utilisateur de l'Internet, l'opportunité de devenir progressivement un acteur civique et culturel à part entière dans la société mondialisée d'aujourd'hui. L'éventail d'application de ces outils concerne en effet de nombreux domaines décisifs pour la communication et la construction de réseaux transfrontières de personnes et de collectifs :

- outils de socialisation (sites de social media suscitant la constitution de réseaux sociaux tels MySpace ou Facebook, sites de rencontres, sites d'immersion (métaverses) tel Second Life, jeux en réseau, répertoires d'interlocuteurs, chats, messagerie instantanée ;
- outils de mise en relation ou de coordination des activités (au traditionnel courriel et nombreux forums en ligne, s'ajoutent les services audiovisuels et Internet offerts via la téléphonie mobile) ;
- outils de création, d'échange et de partage de contenus : blogs, User Generated Content (UGC), peering...

La question fondamentale est de savoir si et comment ces nouveaux médias associés d'abord et surtout à l'univers mondialisé du divertissement, pourraient constituer par ailleurs des sources d'informations crédibles et fiables pour une meilleure participation des usagers-citoyens à la vie démocratique de leur communauté.

Le paysage médiatique façonné aujourd'hui par le Web participatif est traversé par de nouvelles logiques de mise en visibilité des personnes, des groupes, des mouvements sociaux, des entreprises autant que de mise en circulation des produits culturels qui marquent une rupture relative avec la dépendance habituelle aux grands médias quant à l'application du principe de publicité dans les sociétés dites de la modernité avancée (late modernity) [1]. Ainsi, de plus en plus, dans ces sociétés, l'existence politique des acteurs sociaux est subordonnée à leur visibilité médiatique. Jusqu'à maintenant, c'étaient les médias traditionnels de diffusion (presse, télévision) qui exerçaient un contrôle serré et quasi-exclusif sur les mécanismes de mise en visibilité médiatique de ces acteurs. Or, la grande popularité du Web participatif laisse entrevoir l'émergence d'une part, d'espaces publics pluriels et hétérogènes et d'autre part, de nouveaux mécanismes de prise de parole et de mise en visibilité des acteurs (anonymes ou déjà connus) [2].

La réalisation de cette potentialité - c'est-à-dire la possibilité que l'usage du Web participatif puisse faire de l'utilisateur un acteur civique et culturel à part entière - suppose cependant que ce dispositif numérique puisse constituer une « ressource » pour faire mieux participer les individus et les groupes à la sphère publique. Même si cette distinction fait l'objet de controverses au sein de la communauté des chercheurs, nous souhaitons faire ici un parallèle avec des travaux en sociologie de la réception de la télévision qui introduisent une distinction entre audience et public [3]. L'« audience » serait davantage une fiction statistique construite par les entreprises médiatiques ayant besoin de monétariser l'attention inégalement distribuée parmi les ensembles de téléspectateurs. La catégorie désignant un « public » mettrait davantage en évidence un sentiment réflexif d'appartenance partagé par ses membres, s'exprimant notamment à travers des activités internes de sociabilité, de même que par une volonté de se définir comme entité propre face à d'autres publics. La catégorie « audience », au contraire, aurait pour effet de dissoudre la dimension collective de l'écoute, de la détacher de son inscription dans un processus social [4]. Cette désocialisation du téléspectateur par les institutions médiatiques coïnciderait avec une définition de ce dernier comme n'ayant pas droit à la parole, et, en

conséquence, interdirait que l'audience puisse être traitée en sujet collectif. Les études de réception auraient ainsi la prétention de re-constituer les ensembles de téléspectateurs en « publics » et donc de les rétablir dans un rôle de « sujet » susceptible de prise de parole dans la sphère publique.

Revenons maintenant à l'utilisateur médiatique qui nous intéresse ici, à savoir : l'utilisateur du Web participatif. Les divers réseaux d'utilisateurs du Web collaboratif constituent-ils des audiences ou des publics ? Si l'on prolonge les analyses de Sonia Livingstone [5] quant à ces nouveaux médias, nous serions face à des entités nouvelles : ces collectifs d'utilisateurs connectés constitueraient des « objets hybrides ». Comment

alors les utilisateurs de ces nouveaux médias numériques pourraient-ils se constituer en « publics » ayant une compétence à intervenir dans la sphère publique ?

Comment ces médias collaboratifs (des social media aux blogs personnels ou politiques) pourraient-ils devenir des « ressources » pour une participation à la vie culturelle et citoyenne ? Ces médias numériques se réduiront-ils à n'être que de nouveaux moyens d'évasion (c'est-à-dire de refuge dans l'univers du privé) qui éloigneraient encore une fois les gens de la sphère publique ? Au contraire, ces nouveaux médias numériques peuvent-ils constituer des ressources cognitives, informationnelles permettant à leurs utilisateurs de devenir des citoyens politiquement conscients et possiblement plus actifs dans la sphère culturelle et publique ?

Nos premiers éléments de réponse à ce type de questions s'appuient sur l'hypothèse suivante : ce serait précisément la dimension essentiellement participative du média qui pourrait favoriser un engagement culturel et citoyen de la part de l'utilisateur. Le nouveau média que constitue le Web participatif suppose en effet une rupture dans notre manière d'appréhender les impacts possibles des usages d'un média dans la

constitution de l'univers culturel et dans l'expression publique de la société civile. Il nous faudrait peut-être revenir ici à l'esprit de l'aphorisme macluhanien « the medium is the message » en ce sens que ce serait l'usage en soi du médium collaboratif, indépendamment des contenus qui y seraient transités, qui pourrait déclencher l'engagement civique et culturel de l'utilisateur interactif, apparaissant comme le nouveau sujet communicant dans l'univers du Web participatif [6].

Dans la mesure où l'usage significatif du Web participatif pourrait susciter un renouvellement des formes de l'engagement civique - une thématique qui exigerait certainement la réalisation de plusieurs programmes de recherche spécifiques - il nous apparaît pertinent d'explorer le rôle que pourraient jouer les gouvernements nationaux dans le développement de ces nouveaux médias numériques, et en particulier, dans la promotion des « contenus générés par les utilisateurs » (user generated content - UGC) [7].

Un rôle à jouer pour les gouvernements ?

Définir le rôle des gouvernements dans le cas des UGC n'est pas simple. D'abord parce que le Web participatif et les UGC sont un phénomène récent, complexe, et peu de gouvernements ont eu le temps de mettre en place des politiques systématiques pour accompagner leur développement futur. Il faut dire que dans certains pays où l'on a rapidement implanté Internet, l'on en est encore souvent à absorber les effets des multiples lois et politiques mises en place il y a peu d'années, pour encadrer les aspects réglementaires, juridiques, économiques ou culturels de cette mutation numérique des médias. Ensuite, parce que la percée récente des UGC est venue compliquer la donne et plusieurs gouvernements ne savent pas encore si la conversion de l'utilisateur consigné

jusqu'ici à un rôle passif vers la figure d'un interacteur créateur, nécessitera une reconsidération des rapports entre les différents groupes d'acteurs du monde numérique et, en conséquence, des politiques qui les encadrent [8].

Toutefois, quelques tentatives gouvernementales entourant les UGC sont récemment apparues dont les objectifs sont de reconsidérer le rôle des individus et des organisations dans le processus de création et de consommation des contenus numériques. Ces tentatives servent aussi à redéfinir les relations entre les différents groupes d'acteurs agissant sur les contenus, notamment : producteurs de contenus, diffuseurs, sociétés de gestion des droits, consommateurs/créateurs et États. Il se dégage essentiellement deux types d'approche gouvernementale : la première est une approche évolutive faite de changements ponctuels touchant des aspects spécifiques reliés aux UGC (cadres réglementaires et légaux, politiques d'accès aux contenus, programmes facilitant la création de contenus) ; la deuxième approche est

plus drastique et consiste à proposer un nouveau regard sur la place que pourraient occuper les UGC dans le cadre plus général du développement des industries culturelles. C'est d'ailleurs un débat que vient de lancer l'organisme britannique de régulation des télécommunications (OFCOM) [9] et sur lequel nous reviendrons.

Au Canada, suite à la mise en place d'un processus de consultation d'une année et qui s'est terminé en décembre 2006 lors d'un Sommet national tenu à Montebello (Québec) [10], Bibliothèques et Archives Canada (BAC) avait entrepris des réflexions concernant l'établissement d'une stratégie canadienne sur l'information numérique. Différentes problématiques ont été abordées, associées notamment à la numérisation et à la préservation de divers types de contenus mais aussi à l'accès et l'appropriation de ces contenus à travers les nouveaux usages du Web participatif. Les discussions tenues lors d'une session de préparation du Sommet en mai 2006 [11] ont mis en relief la nécessité de faciliter l'accès élargi à de multiples contenus d'archives de manière à ce que les Canadiens puissent utiliser pleinement les potentialités du nouveau Web [12]. Plusieurs intervenants ont insisté sur la nécessité d'accroître l'accessibilité des citoyens aux contenus. Ils souhaitent que les gouvernements puissent travailler avec les représentants des divers secteurs des industries culturelles pour faciliter cet accès.

La question des relations entre l'utilisateur, le créateur et les intermédiaires a aussi été traitée, problématique exprimée de manière synthétique à travers la formulation de la question suivante : « Existe-t-il des façons créatrices qui permettraient au Canada de concilier la maximisation de l'accès à l'information, afin que celle-ci puisse être utilisée et réutilisée librement à des fins d'éducation, de recherche, de divertissement ou de création artistique au sein de notre société, et le soutien au droit des créateurs d'exercer un contrôle sur l'utilisation de leurs œuvres et de tirer une rémunération de celles-ci ? » [13]. Les participants ont discuté de plusieurs pistes de solution pour accroître l'offre des contenus et les rendre accessibles en ligne. Gratuits ou payants, les contenus feraient l'objet d'une politique concertée, nationale, de numérisation des contenus provenant de l'ensemble des organisations du secteur public (Radio-Canada, ONF...) ou du secteur privé (industries du disque, du cinéma, du livre...) ainsi que des partenariats que négocieraient ces deux secteurs dans le cadre de la numérisation de leurs catalogues et la création de nouveaux contenus.

Élargir l'accès public aux contenus (open access) [14]

L'appel pour la mise à disposition des contenus aux utilisateurs concerne en premier lieu les gouvernements à qui l'on a souvent demandé de se départir de droits sur les contenus qu'ils possèdent déjà, tels ceux de la couronne (crown copyright). C'est un argument qui est souvent réitéré par ceux qui voudraient que le Canada montre la voie et libère de droits tous les contenus créés par et pour l'État, grâce aux subsides publics. Michael Geist prône l'élimination de ces droits comme l'une des conditions nécessaires à l'accès public aux contenus (open access) [15].

D'autres entités paragouvernementales financées sur fonds publics emboîteraient certainement le pas du gouvernement - ces organisations étant aussi des producteurs de contenus à haute valeur ajoutée pour les utilisateurs. La notion d'accès public s'appliquerait bien au monde académique et à celui de la recherche car elle permettrait la mise à disposition universelle d'un plus grand nombre de contenus qui, en temps normal, ne sont accessibles qu'à une minorité d'utilisateurs (professeurs, chercheurs, étudiants). Le Web participatif encourage un accès plus ouvert aux contenus, quelle que soit la source. Déjà, au Canada, nous pourrions utiliser des consortiums régionaux et provinciaux tels le Réseau canadien de documentation et de recherche [16] pour octroyer des licences relatives à des revues spécialisées et des bases de données orientées vers des publics plus larges que ceux anticipés [17].

Les représentants des industries culturelles (entités publiques et entreprises commerciales privées dans les domaines du livre, du disque ou de la télévision) pourraient aussi contribuer à la mise à disposition de leurs contenus vers les utilisateurs grand public. Si la gratuité n'est pas toujours une option, il y a différentes façons de faciliter l'accès à divers types de contenus et leur utilisation. Le document publié par Bibliothèques et Archives Canada (BAC) propose ainsi diverses options

de distribution de contenus (licences, publicité, abonnement...) qui augmenteraient significativement l'offre des contenus numériques aux utilisateurs [18]. Des initiatives allant dans ce sens ont déjà été amorcées par des organisations publiques comme la Société Radio-Canada (SRC) [19] ou l'Office national du film (ONF) [20] à l'intérieur de leur mandat et en fonction de leurs priorités institutionnelles.

Les Archives de la SRC [21] s'inscrivent dans cet esprit d'accès public et sensibilisent les utilisateurs à de grands moments de l'histoire du Canada à travers des archives radiophoniques et télévisuelles. La conversation entre les utilisateurs et la plateforme des archives n'est toutefois pas encore permise et c'est plutôt sur la plateforme Web du site des nouvelles que la SRC a décidé d'introduire des fonctionnalités et outils de type UGC, à travers les blogs de ses journalistes et des appels à commentaires orientés vers les lecteurs. La plateforme Web est complémentaire aux autres plateformes radio et télévision de la SRC bien que chacun de ces sites soit développé selon ses logiques respectives de production et de diffusion [22]. Quant aux archives, la SRC veut mettre à la disposition des internautes une plus grande quantité de documents bien qu'elle soit consciente des difficultés - notamment juridiques - qu'elle devra surmonter pour les rendre publiques [23].

L'Office national du film (ONF) suit de près l'avancée du Web participatif tout en se questionnant sur l'utilisation que l'organisation pourrait faire des nouveaux outils du Web. L'ONF est à la fois un producteur et un distributeur de films et de documentaires canadiens [24] et en ce sens, cette organisation conçoit que l'arrivée du Web participatif pose un nouveau défi : « Nous voulons gérer la conversation entre l'auteur et le citoyen, tout en nous assurant de la qualité des contenus mis en

ligne. » [25] Un exemple de l'effort que fait l'ONF pour intégrer des éléments du Web participatif à ses projets cinématographiques est son projet Parole citoyenne : « un site Web interactif qui intègre la vidéo, le texte, le son et d'autres médias. Ce site est un espace où les cinéastes et les citoyens peuvent partager leurs connaissances, entrer en contact et, le plus important, discuter des grands enjeux sociaux. » [26] Bien qu'il ne soit ouvert qu'à des participants choisis [27], ce site donne un aperçu du potentiel de participation que l'ONF pourrait offrir aux utilisateurs. Une autre initiative

encore plus orientée vers la création de contenus cinématographiques de type UGC est le projet collaboratif OpenSourceCinema [28]. Ce projet est le résultat d'une entente conclue entre l'ONF et trois autres organisations (Creative Commons, Eyesteelfilm et Blip.tv) pour faciliter la création et la diffusion sur le Web de vidéos documentaires de type UGC, engagés et ayant une valeur culturelle, conçus par des « réalisateurs émergents ». OpenSourceCinema propose ainsi une série de contenus de référence que des réalisateurs peuvent utiliser et mixer avec leur propres contenus, tout cela dans le cadre d'une licence Creative Commons. Reconnaissant que son mandat doit prendre en compte les avancées techniques, l'ONF est conscient de l'importance d'intégrer le Web participatif dans ses activités. Ces deux exemples montrent que l'ONF avance déjà dans la direction d'une intégration du Web participatif dans le déroulement de ses activités, une façon pour cette organisation de favoriser la conversation entre les auteurs, leurs œuvres et les utilisateurs, et aussi une opportunité d'offrir des plateformes d'expression pour des auteurs et réalisateurs « en émergence ».

Influencer les industries culturelles pour promouvoir les UGC

Comment vont faire les industries culturelles pour s'adapter au nouvel univers numérique habité de plus en plus par les UGC alors que l'usage intensif des dispositifs d'échange de fichiers peer to peer (p2p) les a déjà bien ébranlées ? Michel Gensollen, économiste à l'ENST [29], répond en évoquant le besoin de considérer les industries culturelles sous leur pluralité sectorielle : « Les industries culturelles (industries des contenus) sont diverses : dans le cas de la musique, à côté des éditeurs qui gèrent des droits et tirent leurs revenus de la propriété intellectuelle, il existe des organisateurs de spectacles vivants et des petits labels indépendants proches des auteurs. Internet et les réseaux peer to peer remettent en cause la propriété intellectuelle et les droits acquis, ce qui va contre les intérêts à court terme des éditeurs mais ouvre de nouvelles possibilités pour d'autres acteurs. » [30] Ce ne serait donc pas l'ensemble du modèle des industries culturelles qui souffrira éventuellement des effets des UGC mais les secteurs qui ne sauront pas comment tirer profit de cette évolution.

Il faut aussi porter une attention particulière au rapport de force qui se construit actuellement entre les utilisateurs et les créateurs, et s'assurer de son équilibre [31]. Selon Michel Gensollen, il « convient de veiller à assurer une continuité entre les uns et les autres. Des législations maladroites pourraient au contraire les opposer, dans le but louable de protéger les professionnels, en imposant des critères précis pour les pratiques professionnelles. » L'intervention des gouvernements ne devrait donc pas se limiter à une protection des modes de production et de diffusion des contenus provenant de la filière culturelle (créateurs et intermédiaires) mais devrait rechercher un équilibre nouveau entre les différents groupes d'acteurs du Web participatif.

Devant la remise en cause des modèles d'affaires des industries culturelles du fait de la présence des UGC, « les activités d'aide à la création et à la production de la demande (formation, mise à disposition de logiciels, sites promotionnels...) au contraire, vont bénéficier du développement des contenus élaborés ou transformés par des amateurs. D'où une transformation des industries culturelles, de la mise en valeur des droits d'auteur vers la fourniture des moyens de la création. » [32] En d'autres mots, de nouveaux acteurs apparaissent au sein des industries culturelles pendant

que d'autres s'adaptent aux besoins des utilisateurs et créateurs des UGC.

Parmi les gestes à poser par les gouvernements pour gérer cet équilibre précaire, on peut évoquer des problématiques à caractère juridique qui requièrent des réponses ciblées et diversifiées : un cadre légal flexible pour le développement des UGC, un renforcement du Fair Dealing [33] pour les utilisateurs des UGC, des DRM [34] qui alloueraient un espace pour le Fair Dealing, des modèles flexibles de licences d'utilisation des UGC (Creative Commons ou autres).

Repenser la place des UGC dans le cadre des industries culturelles : la proposition de l'OFCOM

Le débat qu'a lancé l'organisme britannique de régulation des télécommunications (OFCOM) avec la publication récente de *A New Approach to Public Service Content in the Digital Media Age* [35] suit une longue réflexion de cet organisme (initiée en 2005) sur le rôle et la place du service public de radiodiffusion (Public Service Broadcasting) face à l'évolution des technologies et de la consommation des contenus médiatiques par la population. L'OFCOM a pris note de l'évolution des usages dans le secteur des UGC et propose de donner à ces derniers un espace unique au sein des industries culturelles. Plutôt que de s'en tenir à une approche réactive, l'OFCOM propose qu'un nouveau secteur du service public soit voué au développement des UGC, à l'instar du service public dédié à la radiodiffusion (BBC, Channel 4).

Ce nouveau secteur dédié au UGC serait appelé le Public Service Publisher (PSP) et réunirait toutes les formes de collaboration et d'échange basées sur le modèle du

Web participatif [36]. L'OFCOM prend note de l'évolution rapide des médias numériques, considérant que pour assurer un développement pertinent des UGC, il apparaît nécessaire de permettre le développement de cadres réglementaires et économiques originaux et appropriés [37]. Enfin, l'État doit jouer un rôle important d'incubateur afin de permettre au secteur des UGC de prendre toute sa place face aux autres secteurs des industries culturelles.

La proposition britannique de créer une structure unique pour développer le secteur des UGC peut étonner, considérant que les gouvernements ont joué jusqu'ici un rôle limité dans le développement du Web participatif. Pour l'OFCOM, en revanche, il faut placer la question des UGC dans le contexte plus général des transformations du système de production, de diffusion et de consommation d'une fourchette élargie de contenus, aussi bien via des plateformes traditionnelles telles que la télévision et la radio que sur Internet. Les auditoires d'aujourd'hui - et les jeunes en particulier - ont des habitudes de consommation bien plus morcelées qu'il y a 20 ans, l'arrivée du Web participatif et des plateformes mobiles exerçant des pressions encore plus fortes sur le type de contenus consommés [38]. Conscient de l'importance croissante des UGC dans les nouvelles habitudes des utilisateurs et surtout de la tâche difficile des services publics de diffusion à produire ce genre de contenus, l'OFCOM argue qu'il faut faire une place à ces nouvelles plateformes de création et de diffusion et garantir ainsi les principes de qualité et de diversité des contenus [39].

La question centrale de l'étude de l'OFCOM était de savoir pourquoi l'État britannique se devait d'intervenir dans la mise en place d'une telle structure. La réponse relève d'une double comparaison. La première comparaison est historique :

l'État britannique a toujours soutenu et soutient encore les différentes chaînes publiques (télévision et radio). L'autre dimension comparative est économique : le souci de s'assurer que les avantages

sociaux et économiques du développement des contenus numériques soient équitablement redistribués à travers la population, en particulier quand il s'agit de garantir la qualité et la diversité de ces contenus [40].

L'OFCOM entrevoit le PSP comme une instance commanditaire assurant la promotion des UGC plutôt que comme un producteur de première ligne. En cela, il se veut différent de l'approche de la BBC qui produit un pourcentage élevé de sa programmation télé. Les contenus présentés par le PSP devraient être régis par des licences de type share-aware [41] ou des licences libres, afin de susciter la création et permettre la réutilisation des contenus mis en ligne par les utilisateurs. Le PSP fonctionnerait selon un modèle non lucratif bien qu'il permette aux utilisateurs d'utiliser les contenus mis en ligne à des fins commerciales. Effectivement, l'OFCOM est ouvert à la possibilité que des utilisateurs commercialisent leurs créations si une partie des revenus ainsi générés revient au PSP et au producteur initial du contenu [42]. Enfin, les contenus créés pour le PSP pourraient être distribués sur différentes plateformes incluant les diffuseurs traditionnels (télévision). C'est un aspect important du mandat du PSP : celui d'un promoteur et distributeur de contenus UGC à travers les relations que l'organisation aura progressivement développées avec les diffuseurs, les fournisseurs d'accès Internet et autres intervenants de l'industrie des contenus.

Les contenus financés par le PSP seraient variés et à forte connotation culturelle. Dans le secteur du théâtre par exemple, Andrew Chitty propose le développement de nouvelles formes théâtrales aussi bien au niveau de l'oralité que de l'expérience sensorielle ou visuelle [43]. Le PSP pourrait jouer un rôle important dans le développement de l'industrie du jeu (gaming), en particulier l'utilisation des mondes immersifs (métaverses) dans le secteur du ludoéducatif. C'est la proposition d'une co-auteure de l'étude, Aleks Krotoski, qui considère le PSP comme une plateforme idéale pour la dissémination des savoirs-faire à travers des licences ouvertes ou open source [44]. Jennie Winhall propose, pour sa part, que le PSP puisse agir comme un arbitre neutre face aux initiatives UGC qui requièrent l'intervention de tiers pour gérer et faciliter les rapports entre participants [45]. Une autre participante, Jemima Rellie, abonde dans le sens d'un PSP au service de la culture et des arts, en particulier les capacités de cette structure à faciliter l'accès et la participation des utilisateurs à des contenus distribués [46].

Le PSP se conçoit ainsi comme un autre modèle d'intervention gouvernementale, d'une nature plus interventionniste et dynamique. Cette approche se veut globale et situe la production et la diffusion des UGC dans la sphère des services publics. L'OFCOM présente cette instance de promotion des UGC, entièrement axée sur le potentiel du Web participatif, comme un dispositif complémentaire aux autres instances de diffusion culturelle plus traditionnelles. Le débat reste encore ouvert sur la faisabilité technique et conceptuelle d'un tel projet et sur sa capacité à fédérer différentes expressions culturelles du Web participatif.

Questions et pistes de réflexion

Notre question de départ était de savoir comment les usages du Web participatif - dispositif associé d'abord à l'univers mondialisé du divertissement - pouvaient contribuer à une meilleure participation des usagers-citoyens à la vie démocratique. Cette potentialité existe mais ne va pas de soi. Les gouvernements devront favoriser l'accès et l'appropriation de ces nouveaux outils informatiques par des publics élargis s'ils veulent rendre possible ce passage d'un univers de la consommation à celui de la citoyenneté. Par ailleurs, parmi les groupes d'usagers, il ne faudrait pas que s'élargisse le fossé entre des « amateurs devenus experts » et des « amateurs restant passifs ». Les gouvernements devront imaginer de nouvelles

méthodes pour gérer ce nouvel univers de contenus numériques dans le cadre élargi du développement des industries culturelles.

Les usages de ces nouveaux outils numériques doivent contribuer à développer un esprit critique chez les utilisateurs - c'est-à-dire une capacité à se distancier des contenus médiatiques - qui devrait favoriser le développement d'une vie citoyenne et démocratique.

L'émergence du Web participatif favoriserait le recours à de nouveaux mécanismes pour sélectionner l'information médiatique : la présence massive de ces « médias individuels de communication de masse » entraîne la chute d'un certain nombre de modèles éditoriaux auxquels les médias traditionnels nous avaient habitués. Ainsi, la crédibilité des commentateurs et éditorialistes patentés est aujourd'hui parfois remise en cause - à tort ou à raison - par les utilisateurs du Web participatif qui ont accès de manière instantanée à des centaines de lectures possibles et hétérogènes d'une même question d'actualité. Les questions éthiques les plus vives concernent la crédibilité de ces UGC en matière d'information publique : par quels mécanismes pouvons-nous être assurés que les informations qui circulent sont crédibles, fiables, vérifiées ? Et comment évaluer la qualité et la rigueur dans le traitement de ces nouvelles informations numériques ? Il apparaît nécessaire de réaliser des recherches rigoureuses et indépendantes pour mieux connaître ce que font effectivement les utilisateurs avec ces nouveaux dispositifs numériques.



[1] Voir Anthony Giddens, Les conséquences de la modernité, L'Harmattan, Paris, 1994.

[2] Voir le récent numéro thématique de la revue Hermès, 47 (CNRS éditions, Paris, 2007) portant sur les nouvelles formes de la parole publique.

[3] Dayan, Daniel (2000), « Télévision, le presque-public », Réseaux, 100, p. 427-456 ; Livingstone, Sonia (2004), « Du rapport entre audiences et publics », Réseaux, 126, p. 17-55 ; Proulx, Serge (1998), éd. Accusé de réception : le téléspectateur construit par les sciences sociales, Presses de l'Université Laval, Québec et L'Harmattan, Paris,

[4] Chalvon-Demersay, Sabine (1998), « La mesure du public : approche généalogique de l'audience télévisuelle », Quaderni, 35, p. 45-51.

[5] Livingstone, Sonia (2004), « Du rapport entre audiences et publics », Réseaux, 126, p. 17-55.

[6] Bardini, T., S. Proulx, D. Bélanger (2000), « Des nouvelles de l'interacteur : phénomènes de convergence entre la télévision et Internet », Sociétés et Représentations, 9, Paris, 2000, p. 161-180.

[7] Je présenterai dans les pages qui suivent certaines thématiques développées collectivement par une équipe de recherche de iFact inc. (Canada) coordonnée par David Santelli et composée de Nasser Boumenna, Sabine Kerner, Jean-Michel Cornu et Serge Proulx. Ce travail financé par le Ministère du Patrimoine canadien n'engage que les auteurs du collectif et non le Ministère fédéral canadien. Le texte des prochaines sections est donc le produit d'une écriture collective.

[8] Les débats au sein de l'OCDE traduisent les ambivalences entre des États qui pensent que les UGC nécessitent des politiques nouvelles, plus adaptées aux nouveaux usages et ceux qui considèrent que les corpus légaux et réglementaires

actuels sont suffisants pour faire face à l'arrivée des UGC.

[9] <http://www.ofcom.org.uk/>

[10] Voir <http://www.collectionscanada.ca/cdis/012033-611-f.html>

[11] Cette session s'est tenue le 9 mai 2006 et l'on a présenté aux participants le document de réflexion dont le lien est indiqué ici : <http://www.collectionscanada.ca/scin/012033-905-f.html>

[12] Citons par exemple : « On se rend de plus en plus compte que les utilisateurs ne veulent pas seulement trouver de l'information : ils veulent pouvoir utiliser et réutiliser cette information, interagir avec celle-ci (et avec d'autres utilisateurs), la manier, formuler des commentaires à son sujet, la reformater en fonction de leurs propres besoins et la retravailler pour créer du contenu nouveau. C'est la prise en compte de ces aspects qui caractérise... la deuxième génération du Web, axée sur les services, la collaboration et le partage. »

[13] Ibid.

[14] La notion d'accès libre peut être interprétée de façon extensive, incluant les problématiques du haut débit, de la neutralité des réseaux, d'interopérabilité des plateformes et des métadonnées. Nous discutons ici des aspects juridiques et légaux de cette notion.

[15] Voir <http://www.oecd.org/dataoecd/60/51/37985757.pdf> Citons Michael Geist qui appelle les gouvernements à faire leur part mais aussi certains secteurs des industries culturelles tels ceux du livre, du disque ou de la télévision : « Governments can also play an important role by improving access to the content they control or help to fund. There are a surprising number of possibilities, each of which can be implemented at minimal cost and without new legislation : a) the elimination of crown copyright, the archaic rules that grants government control over taxpayer-funded work ; b) the introduction of open access requirements for publicly-funded research ; c) the establishment of new incentives in book publishing and television production funding programs to encourage open business models, and : d) the repositioning of public broadcaster content by adopting open licenses that invite the public to remix the content to tell their own stories. » Nous aborderons ces deux dernières propositions dans la suite du présent texte.

[16] <http://researchknowledge.ca/>

[17] Voir <http://www.collectionscanada.ca/scin/012033-905-f.html> La demande pour de tels contenus est en augmentation constante. Citons : « Mais dans le contexte du Web ouvert, le mouvement public général en faveur du contenu librement accessible a explosé. Les utilisateurs, habilités à créer du contenu et à y contribuer directement par l'entremise des fonds communs du Web mondial, choisissent en masse de profiter de cette possibilité. Si cette tendance a d'abord pris la forme d'une croissance rapide du nombre de sites Web personnels, on observe maintenant une augmentation des blogs, des Wikis et d'autres médias directs. De plus en plus, l'utilisateur est également créateur. Or, ce genre d'utilisateur est généralement en faveur de l'ouverture. »

[18] Voir <http://www.collectionscanada.ca/scin/012033-905-f.html>

[19] <http://archives.radio-canada.ca>

[20] www.onf.ca

[21] L'utilisateur a accès à des archives choisies par la SRC mais il n'y a pas de véritables outils d'interaction mis à disposition, si ce n'est un fil RSS et un signet personnel.

[22] Selon Stéphanie Paquette, directrice des archives numérisées et régions, SRC (entrevue réalisée le 12 avril 2007), il existe un défi organisationnel posé par les UGC dans le contexte d'une organisation qui se doit de fournir à ses audiences, vu son mandat, des programmes et des contenus de qualité. La participation des citoyens à l'élaboration d'une partie des contenus diffusés sur SRC est une réalité complexe et la SRC ne voit pas encore comment elle pourrait facilement appuyer cette tendance.

[23] La SRC négocie constamment avec différentes sociétés de gestion de droits au Québec et au Canada pour libérer les droits Web de milliers de documents d'archives. C'est un travail compliqué mais nécessaire pour pouvoir mettre à la disposition du public des archives qui sommeillent dans les voûtes de nos sociétés d'État.

[24] Le mandat de l'ONF « consiste à produire et distribuer des oeuvres audiovisuelles distinctives et audacieuses, qui reflètent la diversité culturelle et qui présentent au Canada et au reste du monde, un point de vue authentiquement canadien. » (plan stratégique 2002-2006).

[25] Entrevue réalisée avec Joël Pomerleau et Stéphanie Barker.

[26] <http://citoyen.onf.ca/onf/info?aid=4961&eid=4962&atid=7>

[27] Étudiants canadiens appartenant à l'un des trois groupes ciblés par le Programme d'équité en matière d'emploi (autochtones, membres des minorités visibles, personnes vivant avec un handicap).

[28] www.opensourcecinema.org

[29] École nationale supérieure des télécommunications, Paris, France : www.enst.fr

[30] Entrevue réalisée par courriel avec Michel Gensollen (avril 2007) concernant les effets économiques possibles des UGC sur les industries culturelles.

[31] Ibid. Gensollen affirme que « La technique permet le développement de productions amateurs de qualité et le Web offre des moyens de promotion bon marché : les barrières à l'entrée sont donc fortement réduites. Le contenu créé par les usagers accompagne naturellement la remise en cause de la propriété intellectuelle : la copie privée et l'échange P2P ont montré explicitement les limites de la protection ; le contenu amateur met en évidence l'évolution de la propriété intellectuelle. »

[32] Gensollen, Ibid.

[33] « L'utilisation équitable (fair dealing) est un concept présent dans la législation et la jurisprudence de nombreux pays du Commonwealth. Ce concept limite le champ d'application du copyright en balisant certaines exceptions à celui-ci, afin de maintenir un juste équilibre entre les droits des titulaires du droit d'auteur et les intérêts des utilisateurs. L'origine de l'utilisation équitable est la common law bien que les exceptions qui le composent soient maintenant statutaires. » (selon Wikipédia, consulté le 27 août 2007).

[34] Il s'agit des « mesures techniques de protection » (Digital Rights Management systems - DRM) qui permettent de contrôler a priori la consultation d'une oeuvre numérique, par exemple, en limitant le nombre de lectures possibles d'une oeuvre musicale ou l'installation multiple d'un logiciel propriétaire. La nouvelle loi française a confié à une « Autorité de régulation des mesures techniques » la gestion de ces mesures en même temps que la responsabilité d'assurer une interopérabilité entre systèmes de lecture des oeuvres protégées par des DRM, la tendance dans l'industrie étant toutefois aujourd'hui d'abandonner les DRM du fait qu'elles pourront toujours être contournées par les hackers. Voir : Serge Proulx et Stéphane Couture (2007), « Nouvelles technologies de l'information et de la communication : Conjoncture 2006-2007 » in État du Monde 2008, La Découverte, Paris, à paraître.

[35] Voir http://www.openmedianetwork.org.uk/aneapproach/A_New_Approach.pdf

[36] Citons le rapport de l'OFCOM : « The PSP has always been conceived of as a new media response to the challenges of digital media. It would meet public purposes using the tools, technology, insights and culture of digital media, both in production and distribution. As consumer behaviour changes rapidly and online content moves more into the mainstream, it becomes more important to consider afresh the style, form and substance of content which will inform, educate and entertain in the multimedia digital age. » (p.7).

[37] Ibid : « We are living in a world in which viewer behaviour is changing rapidly - in recent years, the consumption of most television content has moved from analogue onto digital media platforms. Moreover, our understanding of what is meant by television is changing at the content, network and device levels. These changes have profound implications for the traditional broadcasting market, and for the future of the PSB system. This document explores these market changes, and suggests a particular response - the Public Service Publisher (PSP) - as part of a range of new ways to secure a strong and plural public service system for the future. » (p.3).

[38] Ibid : « Television is now part of a rich and exciting digital media landscape. Time and money spent on other communications technologies has grown rapidly and significantly, and consumers are increasingly accessing content on the internet and other digital media platforms...These developments are particularly prevalent amongst younger audiences, who are taking advantage of technological advances to change their approaches to content consumption to suit their particular needs. For younger audiences, the mobile phone is now the most important communications medium - not television, and the internet represents an increasing proportion of their communications activity. » (p.4)

[39] En fait, l'un des co-auteurs de l'étude, Andrew Chitty, affirme que même si les entreprises traditionnelles de diffusion comme la BBC font des efforts importants pour intégrer le phénomène UGC dans certains de leurs programmes et contenus, elles ne sont pas véritablement équipées pour réussir cette transition : « The BBC and to a lesser extent Channel 4 are already grappling with what the evolution of the media landscape means for them as institutions ; the challenge to their core businesses as mass media players is large enough. Whilst they are both also responding to the potential of new media technologies, they are not uniquely focussed on this area. In addition, their institutional structures, priorities and talent bases are not clearly aligned to the new, participative model. » (p.3).

[40] Ibid. (p.5) : « the factors that continue to drive intervention in linear television - namely that public service content continues to deliver economic and social benefits that would not be realized without intervention - are also relevant for wider digital media. »

[41] Le share aware est une formulation anglaise du principe selon lequel un utilisateur ne peut imposer des restrictions légales sur une œuvre qu'il a retouchée si le contenu original n'en possédait pas.

[42] On donne peu de détails dans l'étude de l'OFCOM sur les aspects commerciaux liés à la réutilisation et à la vente des contenus.

[43] Voir <http://www.openmedianetwork.org.uk/contentandvision/story.htm>

[44] Voir <http://www.openmedianetwork.org.uk/contentandvision/play.htm>

[45] Voir <http://www.openmedianetwork.org.uk/contentandvision/act.htm>

[46] Voir <http://www.openmedianetwork.org.uk/contentandvision/inspire.htm>