

Les industries culturelles et la permanence du national à l'ère d'Internet

Article inédit, mis en ligne le 11 septembre 2014.

Djordje Sredanovic

Djordje Sredanovic (Università di Bologna) a obtenu un Doctorat en « Sciences sociales : interactions, communication, constructions culturelles » à l'Université de Padoue. Ses intérêts de recherche incluent la sociologie des migrations et la sociologie de la communication.

Plan

Introduction

Les utopistes d'Internet

Distance physique, temporalité, langue et prégnance culturelle

Les limites à l'impact "globalisant" de l'Internet

Internet et la renationalisation à travers la personnalisation

Conclusion

Références bibliographiques

Notes

RESUME

Dans cet article théorique, je propose une critique des affirmations techno-utopistes sur les effets entièrement "globalisants" de l'Internet, montrant les différentes façons dont le national est toujours d'actualité pour les industries culturelles. Je propose une autre définition des obstacles à la communication, qui montre comment Internet a principalement influencé les barrières de la temporalité, mais n'a pas résolu la question des barrières linguistiques et culturelles. Je montrerai aussi quelques tendances actuelles de relocalisation et de renationalisation d'Internet liées à la personnalisation du contenu, qui comprennent le contenu géolocalisé et la montée du "real name web".

Mots clé

Internet, national, internationalisation, industries culturelles, barrières à la communication

SUMMARY

In this theoretical article I propose a critique of the techno-utopian claims about the thoroughly "globalizing" effects of the Internet, showing the different ways in which the national is still relevant for the cultural industries. I propose an alternative definition of barriers to communication that shows how the Internet mostly influenced the barriers of temporality but has not resolved the question of language and cultural barriers. I also show some re-localizing and re-nationalizing present tendencies in the Internet linked to the personalization of content that include geo-localized content and the rise of the "real name web".

Keywords

Internet, national, internationalization, cultural industries, communication barriers

RESUMEN

En este artículo teórico propongo una crítica de las pretensiones tecno-utópicas acerca de los efectos “globalizadores” de Internet, mostrando los varios modos en los cuales lo nacional todavía tiene relevancia para la industria cultural. Propongo una definición alternativa de las barreras de comunicación que muestra cómo Internet ha influenciado prevalentemente las barreras temporales sin resolver sin embargo la cuestión del idioma y barreras culturales. Asimismo muestro algunas tendencias actuales de re-localización y re-nacionalización de Internet ligadas a la personalización del contenido que incluyen contenidos georeferenciados y el advenir del “*real-name web*”.

Palabras clave

Internet, nacional, internacionalización, industrias culturales, obstáculos a la comunicación

INTRODUCTION

Cet article procède à un examen théorique critique des théories de l'impact « globalisant » d'Internet sur les industries culturelles. La thèse défendue est la suivante : si Internet a bel et bien un impact « globalisant », il n'a pas éclipsé la dimension nationale au sein des industries culturelles. Au regard de l'histoire de l'Etat nation, des *nationalism studies* et *media studies*, sont visées les limites de la capacité de globalisation d'Internet, manifestes depuis le début de son développement et qui vont probablement perdurer.

Mon analyse se concentrera sur les médias textuels, le livre, la presse et les éléments textuels des sites web. Les chaînes audio et vidéo sont en effet apparues plus tardivement sur Internet, car dépendant de connexions à haut débit pour être entièrement disponibles. La limite la plus évidente de la position que je critiquerai ici est qu'elle peut facilement faire appel à une sorte de déterminisme technologique, puisqu'elle postule que la technologie peut unilatéralement changer la société. Je ferai référence, par ailleurs, à des facteurs non technologiques qui restreignent le réel effet « globalisant » d'Internet en focalisant mon analyse sur les arguments des utopistes d'Internet des années 1990.

Cet article a également l'intention d'avancer une critique vis-à-vis de la notion de « globalisation ». Celle-ci a connu un tel engouement, qu'elle est devenue aujourd'hui un mot fourre-tout dénué de toute définition rigoureuse ; il est en outre important d'analyser la façon dont ce terme est utilisé et la relation avec les qualificatifs précédemment employés pour désigner des concepts similaires tels qu'américanisation, impérialisme culturel et internationalisation (1).

Dans cet article, je présenterai en premier lieu les théories des utopistes d'Internet, en les comparant au concept, historiquement antérieur, de l'impérialisme culturel. Je proposerai ensuite un modèle des barrières à la communication, qui distingue les barrières dépassées par la diffusion d'Internet de celles qui ont été franchies avant sa diffusion et de celles qui n'ont pas été touchées par Internet. Je présenterai donc les limites à l'impact « globalisant » d'Internet, en distinguant les limites qui vont au-delà des argumentations des utopistes d'Internet et les limites qui touchent les arguments centrés sur les aspects technologiques. Je présenterai enfin certaines tendances dans l'action des acteurs majeurs

d'Internet qui, à travers un processus d'individualisation du contenu *online*, conduisent à un effet de relocalisation.

LES UTOPISTES D'INTERNET

Flichy (2001) a analysé la construction d'un imaginaire autour d'Internet, en soulignant le rôle des penseurs utopistes dans sa définition. Ces penseurs (voir par exemple Rheingold 1993, Negroponte 1995, et Maldonado 1997 pour une des premières critiques des utopistes) ont parlé d'un impact formidable des changements techniques, en prévoyant des innovations ultérieures rapides qui devaient changer les structures sociales existantes en les rendant obsolètes, en créant un monde sans barrières et avec de nouvelles formes de démocratie (voir Flichy 2001, en particulier p. 137-163, et Nye 2006 pour une critique plus générale du déterminisme technologique). Très importante pour les penseurs utopistes, l'idée d'une disparition de l'État nation à la faveur d'institutions plus locales et plus globales, a été présentée par des théoriciens de la globalisation comme Held (1991, mais voir aussi la théorisation antérieure de Kolinsky 1981). Même un auteur plus prudent et plus fondé empiriquement comme Rheingold (1993) a parlé d'un « world in which every citizen can broadcast to every other citizen » (p. XXIX de l'édition révisée de 2000). Les penseurs utopistes ont bien parlé de limitations à l'ère d'Internet, mais avec un *focus* sur les grands dangers (contrôle social de type panoptique, perte du sens du réel...) plutôt que sur les limitations banales.

On peut rappeler qu'au cours du 20^e siècle, des produits culturels qui n'avaient pas besoin de traduction (comme la musique enregistrée), ou qui pouvaient être localisés (livres, films, fictions télévisées) ont été distribués dans avec une telle ampleur qu'ils ont soulevé des accusations d'impérialisme culturel. La théorie de l'impérialisme culturel (voir Tunstall 1977, Masmoudi 1979) a vu une domination des États-Unis et s'appuyait sur la thèse que les États-Unis dominaient un certain nombre de domaines de la culture, domination qui n'était pas seulement considérée comme un danger pour les cultures locales, mais qui concernait également la suprématie militaire et économique. Cette théorie fut particulièrement influente dans les années 1970, et elle a trouvé une base institutionnelle au sein de l'UNESCO (2) même si dès cette époque, les entreprises américaines perdaient déjà une partie de leurs marchés internationaux (Hesmondhalgh 2007, p. 220). Alors qu'aujourd'hui la théorie de l'impérialisme culturel est considérée par la plupart des chercheurs comme simpliste et trop linéaire, on peut l'interpréter comme le résultat d'un processus spécifique de transformation des industries culturelles. À son tour, la théorie de la globalisation – et les idées des penseurs utopistes d'Internet – peut être en partie interprétée comme une conséquence d'une transformation des industries culturelles, transformation liée à la diffusion d'Internet. Les deux théories exagèrent les prévisions du développement à venir et les conséquences des processus respectifs, et alors que la théorie de la globalisation corrige certaines des simplifications de l'impérialisme culturel, comme celle qui ne verrait en elle qu'un flux à sens unique, elle a négligé d'autres aspects, comme le rôle du pouvoir et, en particulier, du pouvoir d'État.

Hesmondhalgh (2007) propose l'utilisation du concept d'« internationalisation » comme alternative à ceux d'impérialisme culturel et de globalisation, en critiquant à la fois l'unidirectionnelle et le déterminisme proposé par le premier concept et en mettant en doute l'impact réel des contre flux que les théoriciens de la globalisation soulignent lorsqu'ils décrivent un monde plus interconnecté et plus multilatéral. C'est la raison pour laquelle, dans ces pages, j'utilise le terme « internationalisation » plutôt que « globalisation », sauf dans les cas où je cible spécifiquement ce dernier concept. Je partage

l'approche d'Hesmondhalgh (2007), même si mon choix relève plus d'une critique générale de la notion de globalisation que des considérations de cet auteur liées au domaine des industries culturelles.

Même si la communication par Internet a certainement eu des effets d'internationalisation et de démocratisation, l'exagération des utopistes d'Internet est cependant claire : l'expérience quotidienne que les chercheurs ont d'Internet est suffisante pour abandonner cette position. Pourtant, mon opinion est que ces premières perspectives favorables n'ont pas toujours été suffisamment réexaminées et que leur usage implicite limite la capacité à théoriser correctement les implications sociales d'Internet. De nouveaux concepts techno-utopistes continuent d'apparaître, comme par exemple l'idée de *Wikinomics*, qui annonce l'arrivée d'une démocratie productive fondée sur le Web collaboratif, en ignorant par exemple le rôle du grand capital dans beaucoup de sites collaboratifs (voir Van Dijck et Nieborg 2009 et Bouquillion 2013 pour des analyses critiques). Un autre aspect problématique du techno utopisme est, en effet, la contiguïté de nombreux manifestes techno-utopistes avec des organisations capitalistes, et simultanément, l'obscurcissement des relations économiques à travers les discours utopiques eux-mêmes (voir Van Dijck et Nieborg 2009, Turner 2005). Cela peut être considéré comme un symptôme des problèmes liés à la permanence d'éléments implicites de la pensée des utopistes d'Internet.

DISTANCE PHYSIQUE, TEMPORALITE, LANGUE ET PREGNANCE CULTURELLE

Alors que les positions qui affirment la fin de la dimension nationale sont aujourd'hui rares, il est toujours important d'évaluer en détail la portée des tendances « globalisantes » et de souligner leurs limites. Une première raison de la permanence du national dans les industries culturelles est commune à d'autres industries. De nombreux phénomènes qui maintiennent dans le giron national de larges pans de l'industrie, en dépit de la mondialisation des échanges, sont particulièrement présents dans le secteur culturel. Il s'agit notamment des réglementations étatiques, des participations de l'État, du soutien public, et de niches locales dont les possibilités de profit sont trop faibles pour intéresser les multinationales. Cependant, l'ensemble des interventions de l'État est resté ignoré des premiers utopistes de l'Internet, sauf pour la création initiale des infrastructures. Ils ont considéré que l'innovation technologique représentée par l'Internet allait engendrer une communication globale et le développement d'une culture mondiale. La connexion de la population mondiale devait également venir à bout des asymétries du pouvoir communicatif.

Ces affirmations sont mieux comprises une fois que l'on différencie les obstacles culturels à la communication mondiale en facteurs distincts. Le premier obstacle est dressé par les barrières physiques et la distance, qui limitent la portabilité du message. Le deuxième concerne la temporalité, c'est-à-dire la rapidité avec laquelle la première barrière peut être surmontée. Les diversités linguistiques représentent une troisième barrière, et les différences culturelles plus générales ainsi que la prégnance culturelle constituent un quatrième et dernier frein.

Benedict Anderson (1991) a avancé l'hypothèse selon laquelle certains de ces facteurs ont eu un rôle dans l'émergence de la notion de Nation elle-même. L'auteur a situé l'émergence de l'idée de Nation au XVIII^{ème} siècle, dans les colonies américaines. La distance des colonies vis-à-vis de leurs États métropolitains impliquait que certains produits culturels ne pouvaient arriver dans un délai raisonnable, mais d'autres, en particulier les journaux, éprouvaient plus fortement les barrières de temporalité. La diffusion de journaux locaux, capables de donner les dernières nouvelles dans un délai de temps

adéquat, constitue l'une des raisons qui, selon Anderson, ont présidé à l'émergence de la notion de communauté nationale.

Nous avons évoqué plus haut, en parlant de la théorie de l'impérialisme culturel, la façon dont les produits sans besoin de traduction, ou localisables, ont eu une forte diffusion pendant le XX^{ème} siècle. D'autres produits culturels pour lesquels la temporalité et la prégnance culturelle étaient essentielles, comme les médias d'information et les programmes télévisés de divertissement, sont cependant restés en arrière. Même aujourd'hui, l'impact de l'internationalisation sur la télévision non fictionnelle et sur le journalisme a été limité à des aspects spécifiques de la production culturelle. D'une part, on note des processus de concentration de la propriété qui ont créé des groupes internationaux tels que la *News Corporation*. D'autre part, l'internationalisation du journalisme intervient antérieurement, sous la forme d'agences de presse internationales, et ultérieurement dans la télévision non fictionnelle sous la forme de production et commercialisation de formats. Bien que l'impact de ces phénomènes ne doive pas être négligé, leur influence sur le produit final tel qu'il est vu par le public, ne se compare pas aux domaines de la musique, du cinéma et de la fiction télévisée, où le produit final est une simple localisation. Les formats de télévision autres que ceux de la fiction ont acquis une forte influence, mais tandis que des parts importantes du produit final (y compris l'organisation, les règles, et même la scénographie) peuvent maintenant être distribuées à l'échelle internationale, la présence de personnalités de la télévision locale, du public en studio, etc., témoignent des préférences linguistiques et culturelles locales. La généralisation de la télévision payante a également ouvert un espace pour les programmes autres que les programmes de fiction diffusés avec une localisation simple, mais leur impact sur la télévision générale s'est avéré limité. Dans le journalisme, le rôle des agences de presse internationales a été principalement cantonné aux nouvelles « étrangères », et même dans ce cas, l'influence la plus tangible de ces organismes s'observe dans le secteur audiovisuel. En revanche, photographies et vidéos bénéficient d'un temps de réélaboration plus réduit, plus compatible avec le rythme du journalisme.

LES LIMITES A L'IMPACT « GLOBALISANT » DE L'INTERNET

En même temps que les techno-utopistes ont prédit l'arrivée d'un village planétaire dans lequel la distance physique et culturelle perdrait sens et où tout le monde serait en mesure de communiquer au grand public, Billig (1995) a analysé la forte persistance de la catégorie du national. Alors que de nombreux auteurs de la « globalisation » prédisaient l'effacement des Etats nations, Billig a montré comment des marqueurs nationaux étaient encore omniprésents, et la façon dont des marqueurs subtils prévalaient. Billig a également démontré cet aspect par l'analyse des médias, mais il se concentrait sur le plus ancien d'entre eux : la presse. Plus généralement, les formulations initiales de la théorie de la « globalisation » annonçaient l'obsolescence de l'État, supposé perdre sa souveraineté et sa puissance au profit du supranational et de l'infranational (par exemple Held, 1991). Les analyses plus fines de l'État ont toutefois insisté sur sa persistance (par exemple Joppke et Morawska 2003) ou sur sa redéfinition (Basch, Glick Schiller et Szanton Blanc 1994, Glick Schiller et Fouron 2001).

Si Internet a indubitablement résorbé les obstacles et les coûts de transmission physique, il a surtout triomphé des obstacles de temporalité. Du point de vue des industries culturelles, Internet, une fois parvenu à une diffusion et à une portabilité suffisante, rend possible la diffusion de produits culturels qui autrefois n'auraient jamais pu atteindre des publics mondiaux avant leur obsolescence. En dehors des industries culturelles, Internet offre

également aux internautes des moyens pour produire et diffuser des produits culturels, et les utopistes voient dans ce mouvement une démocratisation révolutionnaire. Cependant, même si ce phénomène ne doit pas être sous-estimé, l'affirmation de la démocratisation est à nuancer. Bien que la capacité technique autorise la plupart des connectés à s'adresser à un public mondial, la "capacité porteuse" sociale limitée du public (Hilgartner et Bosk 1988) signifie que seulement une partie limitée des personnes connectées peut effectivement accéder à une audience mondiale.

Même en faisant abstraction de la permanence du *digital divide* et du *digital inequality*, la langue et la saillance sociale opposent des obstacles aux industries culturelles. Cette question peut être posée dans les termes d'une redéfinition de la notion d'« américanisation » (pour une évaluation récente, voir Van Elteren 2006), notion utilisée avant et après la diffusion du concept de globalisation comme approche spécifique pour parler de l'homogénéisation culturelle. Comme dans l'ère pré-Internet, l'industrie culturelle des États-Unis occupe une position dominante, tandis que la circulation des produits culturels n'est pas unidirectionnelle, l'afflux de produits culturels étrangers aux États-Unis rencontre encore moins de succès que le mouvement contraire (voir Barthel-Bouchier 2012 pour les échanges de films US-France). Internet, d'autre part, favorise également le développement des marchés de niche (on peut penser au rôle de l'industrie culturelle japonaise), et permet à des entreprises culturelles non américaines de travailler à l'échelle mondiale, à condition qu'elles le fassent en anglais, et avec une attention particulière pour la culture populaire américaine. Dans ses premières années, Internet était le domaine d'une « élite » technophile s'exprimant dans un bon anglais (le travail de Rheingold 1993 montre bien cet aspect, mais sans l'analyser). L'appréhension actuelle de cette « élite » est toujours au centre de la plupart des recherches sociales consacrées à l'Internet, et l'analyse effectuée dans le présent paragraphe est valable pour eux. Ce public est en effet attaché à des contenus américains non localisés, en temps réel, et / ou à une partie du contenu de niche des industries culturelles non américaines, non locales. Toutefois, depuis les premières années de l'Internet, un public beaucoup plus diversifié s'est formé : il s'agit d'un public qui exige un contenu local, ou localisé, ce dernier venu principalement des États-Unis. L'Internet a augmenté la compétence en anglais et la maîtrise de la culture populaire américaine de l'ensemble (c'est-à-dire pas uniquement de « l'élite ») du public, mais pas au point de changer complètement l'organisation des industries culturelles telle qu'elle existait avant l'arrivée d'Internet, et les raisons de ces limites sont si profondément enracinées qu'on peut penser que l'industrie culturelle mondiale annoncée par les utopistes d'Internet n'apparaîtra pas dans un avenir proche. Une question parallèle est la possibilité pour certaines industries culturelles d'augmenter leur public grâce à Internet. Bouquillion (2002) a montré comment les attentes en France de pouvoir diffuser, par exemple, le spectacle vivant, grâce à l'usage d'Internet, n'ont pas pris en considération les barrières dérivant de la différenciation par classe des pratiques culturelles.

La question de la réglementation est liée avec le niveau national. Goldsmith et Wu (2006) ont critiqué la position techno-utopiste en soulignant comment les gouvernements nationaux sont en mesure de réglementer des aspects de l'Internet. Comme les deux auteurs ont une formation juridique, ils insistent évidemment sur les mesures juridiques et les décisions des cours de justice qui ont bloqué ou limité certains types de contenu en ligne dans un certain nombre de pays. Dans le discours public, ce genre de réglementation est le plus souvent mentionné en référence aux cas les plus évidents, comment celui de la Chine, mais Goldsmith et Wu ont montré comment un degré de réglementation existe aussi dans les pays dotés de systèmes politiques différents. L'existence de services web

spécifiques au contexte chinois est actuellement expliquée par des raisons politiques, en ignorant peut-être certains obstacles cités plus haut dans cet article. La censure pour des raisons politiques d'un certain nombre de sites web a sûrement contribué à encourager des alternatives propres au marché chinois. Mais les succès localisés de certains produits d'Internet en Chine et dans les pays voisins, même en l'absence de censure, appellent d'autres types de réflexions.

Rogers et al. (2013) proposent une approche plus générale de la pertinence du national dans l'Internet. Leur étude de cas spécifique, l'Internet en Iran, est encore un cas extrême, d'autant que le gouvernement iranien compte parmi ceux qui ont mis en œuvre d'amples mesures de blocage IP. Les auteurs ne s'arrêtent toutefois pas là. Ils combinent la réglementation nationale d'Internet, le niveau de développement de l'infrastructure dans un espace donné, et la production de contenu dans le territoire observé, pour évaluer les conditions de l'Internet dans ce contexte national. Le niveau de contenu est particulièrement intéressant, car ces auteurs mettent en évidence à la fois l'existence de dispositifs tels que les moteurs de recherche qui font appel à la géolocalisation, ce que j'aborde plus bas, et la production de contenu web qui est focalisée sur le national. Les auteurs invitent à la fois à reconnaître l'existence d'une transition dans laquelle le contenu spécifique à un contexte national joue un rôle majeur, et à aller au-delà de l'idée de l'Internet comme espace sans lieu. L'étude de Rogers et al. des webs nationaux est aussi intéressante en raison des difficultés qu'ils rencontrent pour délimiter le Web national. Parmi les critères possibles, les auteurs ont examiné le fait que le contenu soit publié dans la/les langue(s) nationale(s), rédigé par des ressortissants, lesquels répondent à des questions nationales, le fait que ces ressortissants adhèrent au contenu, ou le fait que le site soit enregistré sous le domaine de premier niveau national (comme .co.uk , .fr , .it, etc.) Enfin, les auteurs ont choisi de considérer l'interaction entre la reconnaissance du national, retraceable dans le *modus operandi* des dispositifs Internet, et l'identification des utilisateurs eux-mêmes.

Cet exemple pourrait être interprété comme le signe qu'Internet rend le concept de « national » problématique sinon désuet, mais il se fait aussi l'écho des résultats des études sur les Etats nations. Hobsbawm (1990) a montré comment l'histoire de l'Etat nation révèle que les définitions à la fois subjectives (identification individuelle) et objectives (culturelles, linguistiques, etc.) de la nationalité aboutissent à des résultats contradictoires et peu satisfaisants. Pour ces raisons, un certain nombre d'approches sont utilisées dans l'étude du national, qui examinent la pertinence des définitions formelles et juridiques du national, tout en explorant les conceptions de la population. Ce sont les cas des études de *boundary making* (Lamont, 2000), de l'ethnicité quotidienne (Brubaker et al. 2006), de la nationalité quotidienne (Fox et Miller-Idriss 2008) et de la citoyenneté quotidienne (Miller-Idriss 2006, Sredanovic à paraître).

INTERNET ET LA RENATIONALISATION A TRAVERS LA PERSONNALISATION

On peut trouver des signes de relocalisation des industries culturelles. Une première dimension inclut tous les usages de l'Internet liés à un intérêt pour les affaires locales, comme les forums de discussion sur les affaires de la ville, étudiés par Postill (2008). Des études comme celles de Postill montrent qu'Internet peut être utilisé en le ré ancrant dans un contexte local concret et que cette utilisation n'est pas paradoxale puisqu'elle est même de nature à améliorer la discussion locale. Bien que ces phénomènes soient une négation des images les plus naïves d'Internet, en tant que réseau *spaceless* et désincarné, ce phénomène s'inscrit dans ce que les études sur les médias appelaient autrefois le côté « de

la réception », hors champ de la focalisation sur la production des techno-utopistes. Il faut aussi rappeler que Rheingold (1993) a déjà traité le cas de *networks* au niveau de la ville, en l'incluant dans la même argumentation optimiste sur le futur techno démocratique (p. 284 à 290 de l'édition 2000). Plus généralement, il est également possible de trouver des cas historiques dans lesquels une partie des publics pré Internet a utilisé des médias strictement nationaux de façon « globale ».

Toutefois, des acteurs fondamentaux d'Internet, qui ont peu envisagé le côté « de la production », ont mis en place des pratiques de relocalisation à la fois pour se rapprocher du grand public et pour proposer des services supplémentaires. Dans les deux cas que je présente ici, la relocalisation est fortement liée aux services conçus pour l'utilisateur individuel.

L'activiste d'Internet, Eli Pariser, a inventé le concept de "*filter bubble*" (2011) pour décrire les effets des résultats des requêtes personnalisées dans les moteurs de recherche. La plupart d'entre eux, y compris l'acteur dominant du secteur, Google, ont mis en œuvre des algorithmes pour fournir à un utilisateur individuel des résultats de recherche correspondant au mieux à ses intérêts, en relation avec les recherches antérieures effectuées par ce même utilisateur. Pariser souligne comment cela peut avoir un effet de confirmation des opinions précédemment détenues et de censure indirecte de l'information et des opinions divergentes, confinant chaque utilisateur d'Internet à une « bulle » limitée aux résultats liés à leurs recherches précédentes. L'auteur émet même l'hypothèse que cela pourrait être un problème pour la santé de la sphère publique et de la société civile. Les arguments de Pariser sont fortement tributaires de certaines hypothèses considérant qu'une communication libre et correcte suffit pour parvenir à une « vérité » partagée et à une société démocratique. Ces hypothèses, issues à la fois du libéralisme classique, tel l'argument « *from truth* » de Mill (1991) [1859], et de variantes contemporaines (comme celle d'Habermas 1984), ne tiennent pas compte du fait que la relation entre la disponibilité de l'information, l'opinion et le dialogue est beaucoup moins linéaire. Toutefois, le concept de « *filter bubble* » concerne de près le sujet du présent article. L'adresse IP de chaque utilisateur d'Internet fournit des informations sur sa situation géographique, au niveau de la ville, ce qui a favorisé la géolocalisation et le ciblage géographique pour fournir un contenu, par exemple de la publicité, adapté à la situation de l'utilisateur. Même si cela peut avoir un impact limité lorsque la seule publicité est impliquée, la même stratégie peut avoir un impact beaucoup plus fort dans le cas des moteurs de recherche comme Google. Depuis 2009, Google a choisi d'afficher automatiquement des résultats personnalisés de recherche, des nouvelles, etc., en fonction, notamment, de la localisation extraite des informations de l'adresse IP. Nous pouvons dire que dans les années 90, il y a eu un transfert de la prédominance des sites Web de langue anglaise, de vocation internationale, aux portails Web spécifiques à chaque pays, souvent liés à des fournisseurs de services Internet, qui ont tenu un rôle important dans la seconde moitié des années 1990. Les années 2000 ont vu le retour de la prédominance d'un nombre limité de sites, qui aujourd'hui offrent un contenu localisé par défaut. Et si l'on considère que les sites Google sont nationaux et pas seulement linguistiques, on peut estimer que cela enclenche une renationalisation de l'Internet.

Un autre exemple pertinent est l'émergence de Facebook comme l'un des principaux acteurs du Web, et le fait qu'il s'agisse de l'un des premiers espaces d'interaction en ligne dans lequel l'utilisateur est invité à utiliser son vrai nom. Dans la majeure partie de l'histoire d'Internet, l'interaction en ligne et la présentation de soi s'appuyaient sur des pseudonymes. Cela fut interprété comme une interaction axée sur l'anonymat et le jeu de

rôle, propice à une construction de l'identité affranchie des limites de la vie réelle (le nom, l'apparence physique, etc.). Bien que ces analyses soient souvent exagérées, le rôle de l'anonymat et le jeu de l'identité (mais la plupart des utilisateurs utilisent le *nickname* comme une extension de leur identité dans la réalité), ainsi que l'utilisation généralisée de pseudonymes, éloignaient partiellement l'utilisateur de son contexte social et local immédiat (pour le débat sur les pseudonymes, l'anonymat et l'identité en ligne, voir, entre autres, Turkle 1995, Danet 1998, Krasautsava 2008, et la collection éditée par Smith et Kollock 1999). Chaque utilisateur était supposé pouvoir et/ou vouloir interagir avec tous les autres utilisateurs du même contexte web (qu'il s'agisse d'un groupe de discussion, d'une salle de *chat*, d'un logiciel de messagerie instantanée ou d'un forum) – même en tenant compte des obstacles linguistiques, culturels, etc., évoqués plus haut. Facebook est le premier *social network* majeur dans lequel non seulement les utilisateurs sont invités à se présenter avec leur véritable nom, mais aussi à reconstruire en ligne leurs réseaux de la vie réelle (voir aussi Zhao, Grasmuck et Martin 2008). Ce choix est pour partie accidentel, lié aux origines de Facebook qui, à l'époque, proposait seulement de renouer avec des amis de l'université, démarche qui suppose de s'inscrire avec son nom réel. Mais le succès de Facebook, face à ses nombreux concurrents, a aussi résulté de ce choix : en dehors de l'avantage du nombre - une part sans précédent de personnes connectées sont inscrites sur Facebook, le *social network* facilite la recherche de personne. D'autres réseaux sociaux n'ont pas reproduit une telle insistance sur l'utilisation du nom réel (bien que Google+ ait choisi la même voie - voir Hogan 2013), et quelques-uns ont connu une courte période de grand succès, comme Chatroulette, entièrement centré sur l'interaction aléatoire. Pourtant, Facebook a limité l'idée d'une interaction délocalisée mondiale.

Il y a ici une convergence entre la redéfinition de l'identité en ligne, la personnalisation et la géolocalisation : plusieurs auteurs (Lahlou 2008, Merzeau 2009, Georges 2009) mettent en évidence la façon dont la quantité de données recueillies automatiquement sur la géolocalisation participe en même temps à l'identité en ligne de l'individu et modifie la quantité d'informations sur sa vie *offline* accessible à d'autres. Ce fait, à son tour, a de fortes implications à la fois pour la vie privée et pour le *face keeping*, en rendant nécessaire une gestion très articulée de la présentation *online* et en limitant nettement le droit à l'oubli.

Les deux exemples montrent comment la relocalisation est une question pertinente pour les entreprises de l'Internet, mais pas aussi importante que la fourniture de services spécifiques à l'utilisateur et au contenu. Pourtant, les spécificités ciblées des utilisateurs sont exactement celles liées à leur contexte concret, y compris la localité. Ainsi, alors que l'élite technophile a recherché des services à vocation internationale plus avancés, le grand public se distingue dans le contexte de l'Internet par l'adaptation des sites web internationaux aux contextes spécifiques.

CONCLUSION

L'objectif de cet article, même s'il se relie à des questions très générales, est très modeste. J'ai examiné les formulations théoriques utopistes des années 90 sur Internet et leurs limites, mais j'ai aussi montré certains liens que ces théories ont avec les questions plus générales des industries culturelles et de l'impact social de l'Internet. J'espère que le modèle alternatif des barrières ici proposé, et l'analyse des phénomènes de relocalisation pourront servir de base à une réévaluation critique de plus en plus nécessaire de l'histoire d'Internet. Alors que les sciences sociales ont appris aujourd'hui à interroger tous les types de déterminisme technologique, un réexamen historique permettrait d'identifier les idées reçues sur l'Internet, devenues implicites et qui pénalisent l'avancée de la compréhension

du domaine et de son impact sur la société. Dans le même temps, un regard critique sur les nouvelles variantes du techno utopisme, qui ont une large diffusion en dehors des sciences sociales, demeure une démarche indispensable à la compréhension de l'impact social d'Internet.

Un autre apport de cette analyse est de montrer le lien entre l'évolution des publics de l'Internet, les mesures que les principaux acteurs prennent pour répondre aux nouveaux publics, et la relocalisation et la renationalisation de l'Internet. Quelques années plus tard, il est apparu qu'un grand nombre des caractéristiques des premières années de l'Internet semblait déterminé par la spécificité de la population initiale de l'Internet. Cela peut être lié à un problème général relevant des études technologiques, affaiblies par l'accent mis sur les *adopteurs précoces* (« *Early adopters* ») et l'absence fréquente de thématisation sur la façon dont les retardataires se rapportent aux mêmes technologies, même dans les cas, comme celui de l'Internet, où la technologie est très recherchée par ce public plus nombreux que celui des *adopteurs précoces*. L'attention portée aux sujets qui se positionnent sur le *cutting edge* est compréhensible, car elle répond à l'un des objectifs des études technologiques, et plus généralement, à l'ambition des sciences sociales d'exercer une fonction prédictive. Pourtant, aller au-delà des *adopteurs précoces* s'est avéré à la fois fructueux et nécessaire à l'intérieur et en dehors des études sur les médias. Cela devient encore plus pertinent lorsque de fortes affirmations circulent sur l'existence d'une transformation radicale en cours de la société. Compte tenu des liens étroits entre la théorie de la globalisation et le rôle attribué à l'Internet, un examen plus approfondi et plus sombre de la nature, de l'évolution et des effets du milieu représente une nécessité fondamentale dans les sciences sociales.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Anderson, Benedict (1991), *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, London : Verso. Édition en langue française: *L'imaginaire national Réflexions sur l'origine et l'essor du nationalisme*, trad. de l'angl. par Pierre-Emmanuel Dauzat, Paris, La Découverte, 1996.

Barthel-Bouchier, Diane (2012), « Exportability of Films in a Globalizing Market: The Intersection of Nation and Genre », *Cultural Sociology*, v. 6, n°1, p. 75-91.

Basch, Linda, Glick Schiller, Nina, et Szanton Blanc, Christina (1994), *Nations Unbound. Transnational Projects, Postcolonial Predicaments, and Deterritorialized Nation-States*, Langhorne : Gordon and Breach.

Billig, Michael (1995), *Banal Nationalism*, London : Sage.

Bouquillion, Philippe (2002), « La culture face à l'Internet : un enjeu culturel et d'action publique », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, v.3, n° 1

Bouquillion, Philippe (2013), « Socio-économie des industries culturelles et pensée critique : le Web collaboratif au prisme des théories des industries culturelles », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, Supplément 2013, mis en ligne le 09 avril 2013, consulté le 14.06.2014.

URL : http://lesenjeux.u-grenoble3.fr/les_enjeux/pageshtml/art2013.html#supplement

Brubaker, Rogers, Feischmidt, Margit, Fox, Jon, et Grancea, Liana (2006), *Nationalist Politics and Everyday Ethnicity in a Transylvanian Town*, Princeton : Princeton University Press.

- Danet, Brenda (1998), « Text as Mask: Gender, Play, and Performance on the Internet » (p. 129-158), in Jones, Steven G. (dir.) *Cybersociety 2.0. Revisiting Computer-Mediated Communication and Community*, Los Angeles: Sage.
- Flichy, Patrice (2001), *L'imaginaire d'Internet*, Paris : La Decouverte.
- Fox, Jon, et Miller-Idriss, Cynthia (2008), « Everyday Nationhood », *Ethnicities*, v. 8, n°4, p. 536-562.
- Georges, Fanny (2009), « Représentation de soi et identité numérique. Une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0 », *Réseaux*, n° 154, p. 165-193.
- Glick Schiller, Nina, et Fouron, Georges Eugene (2001), Georges, *Woke Up Laughing. Long-Distance Nationalism and the Search for Home*, Durham : Duke University Press.
- Goldsmith, Jack L., et Wu, Tim (2006), *Who Controls the Internet? Illusions of a Borderless World*, Oxford : Oxford University Press.
- Habermas, Jürgen (1984), *The Theory of Communicative Action*, Boston : Beacon Press.
- Hartley, John, Burgess, Jean, et Bruns, Alex (dir.) (2013), *A Companion to New Media Dynamics*, Chichester : Wiley-Blackwell.
- Held, David (1991), « Democracy, the Nation-State and the Global System » (p. 197-235), in Id. (ed.), *Political Theory Today*, Cambridge: Polity Press.
- Hesmondhalgh, David (2007²), *The Cultural Industries*, Los Angeles : Sage.
- Hilgartner, Stephen, et Bosk, Charles L. (1988), « The Rise and Fall of Social Problems: A Public Arenas Model », *American Journal of Sociology*, v. 94, n° 1, p. 53-78.
- Hobsbawm, Eric J. (1990), *Nations and Nationalism since 1780. Programme, Myth, Reality*, Cambridge : Cambridge University Press.
- Hogan, Bertie (2013), « Pseudonyms and the Rise of the Real-Name Web » (p. 290-308), in Hartley, Burgess et Bruns (2013).
- Joppke, Christian, et Morawska, Eva (dir.) (2003), *Toward Assimilation and Citizenship. Immigrants in Liberal Nation-States*, Houndmills : Palgrave-Macmillan.
- Kolinsky, Martin (1981), « The Nation-State in Western Europe : Erosion from 'Above' and 'Below'? » (p. 82-103), in Tivey, Leonard (dir.) *The Nation-State. The Formation of Modern Politics*, Oxford : Robertson.
- Krasautsava, Irina Grebennikova (2008), « L'interaction médiatisée à travers la chat comme dispositif sociotechnique », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, v. 9, n° 1, p. 20-30.
- Lahlou, Saadi (2008), « Identity, social status, privacy and face-keeping in digital society », *Social Science Information*, v. 47, n°3, p. 299-330.
- Lamont, Michèle (2000), *The Dignity of Working Men. Morality and the Boundaries of Race, Class, and Immigration*, Cambridge, Ma. : Harvard University Press.
- Maldonado, Tomás (1997), *Critica della ragion informatica*, Milano : Feltrinelli.
- Masmoudi, Mustapha (1979), « The New World Information Order », *Journal of Communication*, v. 29, n° 2, p. 311-323.
- Merzeau, Louise (2009) « Présence numérique : les médiations de l'identité », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, v. 9, n° 1, p. 79-91.
- Miège, Bernard (2009), « La question des industries culturelles impliquée par/dans la diversité culturelle », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, v. 10, n° 3, p. 75-81.

- Mill, John Stuart (1991)[1859], *On Liberty and Other Essays*, Oxford : Oxford University Press.
- Miller-Idriss, Cynthia (2006), « Everyday Understandings of Citizenship in Germany », *Citizenship Studies*, v. 10, n° 5, p. 541-570.
- Negroponte, Nicholas (1995), *Being Digital*, New York : Knopf.
- Nye, David E. (2006), « Technology and the Production of Difference », *American Quarterly*, v. 58, n° 3, p. 597-618.
- Pariser, Eli (2011), *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*, New York : Penguin.
- Postill, John (2008), « Localizing the internet beyond communities and networks », *New Media Society*, v. 10, n° 3, p. 413-431.
- Rheingold, Howard (1993), *Virtual Community. Homesteading on the Electronic Frontier*, Reading, Ma. : Addison-Wesley.
- Rheingold, Howard (2000) *Virtual Community. Homesteading on the Electronic Frontier*, Cambridge, Ma. : The MIT Press, p. XXIX
- Rogers, Richard, Weltevrede, Esther, Borra, Erik, et Niederer, Sabine (2013), « National Web Studies. The Case of Iran Online » (p. 142-166), in Hartley, Burgess et Bruns (2013).
- Smith, Marc A., et Kollock, Peter (dir.) (1999), *Communities in Cyberspace*, London : Routledge.
- Sredanovic, Djordje (à paraître), « Culture or Taxes? The Conceptions of Citizenship of Migrants and Local Factory Workers in Italy », *Citizenship Studies*.
- Tunstall, Jeremy (1977), *The Media Are American*, New York : Columbia University Press.
- Turkle, Sherry (1995), *Life on the Screen. Identity in the Age of Internet*, New York : Simon & Schuster.
- Turner, Frank (2005), « When the Counterculture Met the New Economy. The WELL and the Origins of Virtual Community », *Technology and Culture*, n° 46, p. 485-512.
- Van Dijck, José, et Nieborg, David (2009), « Wikinomics and its discontents: a critical analysis of Web 2.0 business manifestos », *New Media & Society*, v. 11, n° 5, p. 855-874.
- Van Elteren, Mel (2006), « Rethinking Americanization Abroad: Toward a Critical Alternative to Prevailing Paradigms », *The Journal of American Culture*, v. 29, n° 3, p. 345-367.
- Zambardino, Bruno (2009) « La Convenzione UNESCO: la protezione e la promozione della diversità culturale », *Economia della cultura*, v. 16, n° 1, p. 79-88.
- Zhao, Shanyang, Grasmuck, Sherri, et Martin, Jason (2008), « Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships », *Computers in Human Behavior*, v. 24, n° 5, p. 1816-1836.

NOTES

(1) Je me suis ici plus intéressé aux définitions d'auteurs qu'à des définitions opératives de dictionnaires. On peut quand même dire que la globalisation signifie une multiplication d'échanges commerciaux, culturels, etc. qui tend à abolir les distances et les barrières en formant une société et une culture globales ; l'américanisation indique un concept

similaire en le considérant toutefois unidirectionnel et ayant les États-Unis comme origine ; l'impérialisme culturel indique la domination d'une société par la culture d'une autre, par la diffusion massive de produits culturels ; enfin, l'internationalisation indique le concept plus général et plus prudent de la diffusion de produits culturels à travers les frontières nationales.

(2) L'UNESCO a aujourd'hui aussi une orientation de défense de la diversité culturelle, moins fondée toutefois sur le concept d'impérialisme culturel – voir Miège 2009, Zambardino 2009.