

## FORUM PERMANENT SUR LE PLURALISME CULTUREL Paris, 21 mars 2008

COMPTE-RENDU ET SYNTHÈSE RÉALISÉS SUR PLACE PAR PIERRE-JEAN BENGHOZI

### Commentaire introductif

- a. **Ce débat fait suite à ceux de Barcelone, Bucarest et Montréal notamment**
    - i. La problématique murit
    - ii. Elle reste marquée par la difficulté permanente de sortir de l'alternative : postulat de l'existence par la seule force de l'affirmation vs autocritique excessive
    - iii. Elle marque une urgence grandissante tenant à des enjeux de plus en plus importants qui nous concernent tous
  - b. **La synthèse qui suit, rédigée au fil des débats, est forcément partielle et partielle**
    - i. Le choix a été fait d'une synthèse transversale, en évitant de reprendre spécifiquement la structure des sessions successives ou un résumé des interventions (disponible par ailleurs sur le site du Forum)
1. **La mondialisation n'est pas qu'un processus socio-économique mais également socioculturel.**
    - a. **Les facteurs géoculturels sont irréductibles aux éléments économiques mais inséparables et étroitement imbriqués**
      - i. La mondialisation n'est pas seulement un avatar de l'économie politique, mais le **résultat de l'évolution des processus de production, de communication et de connaissance**. Il s'agit d'un processus complexe qui augmente les interactions entre les acteurs de toutes les parties du monde.
      - ii. Inversement, la mondialisation est une chance.

1. Elle peut s'appuyer sur le numérique et internet pour constituer un facteur important d'échanges et de diffusion entre les peuples
2. La culture constitue un facteur de création d'emplois, générateur de recettes, et elle focalise les occasions d'appropriation et de valorisation des droits de propriété intellectuelle
- iii. La nouveauté tient à l'ampleur de la dimension économique de la mondialisation et à l'intégration des marchés à l'échelle planétaire, y compris celui des biens et produits culturels. On évolue vers une économie de la connaissance et des loisirs. La mondialisation entraîne des effets différents au niveau international, national, régional et local.
- iv. La mondialisation comporte une dimension culturelle importante mais trop souvent négligée : elle entraîne une accélération et une intensification des interactions entre les sociétés et leurs cultures (et pas seulement entre les économies)
  1. La sphère médiatique globalisée entraîne l'émergence d'une « hyperculture globalisante » qui constitue un pôle décisif de production de symboles, de structuration des imaginaires et des visions du monde
  2. Les inquiétudes tiennent notamment au fait que les médias obéissent d'abord aux exigences de rentabilité alors qu'ils sont les véhicules d'images et de valeurs qui influencent toutes les cultures et leur capacité de socialisation
  3. Le choix des consommateurs traduit en général l'identification à un modèle
    - a. Aujourd'hui ce modèle n'est plus le modèle français: ce n'est plus celui qui fait rêver
    - b. Mais par ailleurs, le rêve de l'Amérique apparaît moins séduisant
- v. La Francophonie peut constituer un tel modèle.
  1. Il ne faut tout d'abord pas oublier, même si cela semble une tautologie, qu'elle **se définit d'abord par rapport à la langue**
    - a. A cet égard, un point important dans les sociétés moderne tient à l'importance de l'écrit : la langue bretonne s'est éteinte parce que c'était une langue orale
    - b. En tant que langue, le français s'inscrit également dans une **concurrence avec l'anglais**
      - i. Cette concurrence se joue dans plusieurs dimensions (identité, utilité, mobilité, démocratie)
      - ii. Cette concurrence frontale peut être dépassée si on envisage les avantages de la coexistence par le plurilinguisme
        1. Il faut penser les langues « à côté » de l'anglais et non « contre » l'anglais



- iii. Une question à se poser est de savoir **pour qui la francophonie peut elle constituer un marché ?**
  - 1. **Quels flux économiques faut-il envisager : ceux remontant vers la France ou ceux qui s'opèrent au profit des multi-centres de la francophonie (cf. le rôle du Québec dans l'audiovisuel)**
- iv. On ne peut mobiliser les jeunes sur les langues que si la francophonie permet de **créer de la valeur ajoutée, du développement, des emplois, ouvre un véritable espace d'interactions et d'échanges, ce qui pourra générer un sentiment d'appartenance**
- b. Faire de la francophonie un espace exemplaire d'échanges suppose de **sortir de l'alternative Francophonie / USA et de la manière correspondante d'appréhender l'uniformisation des contenus**
  - i. Il y a, de ce point de vue, une ambiguïté du rapport entre la focalisation des consommateurs sur les œuvres les plus attractives (les « blockbusters américains ») et leur souci d'échapper à une réduction de l'offre
    - 1. Cette ambiguïté tient à l'existence d'une logique à deux vitesses entre produits marketés et petites diffusions
    - 2. La même ambiguïté se retrouve dans les solutions politiques à proposer éventuellement. En particulier, la concentration économique constitue autant un facteur potentiel de pluralisme que de monopole.
      - a. dans le privé, mais aussi dans les institutions (British Council)
      - b. dans le public, TV5 premier vecteur de diffusion des films africains en Afrique, et du Sud vers le Nord
- c. **Penser la francophonie comme facteur de promotion de la diversité suppose de résoudre un paradoxe : inciter à apprendre le français en faisant des contenus populaires à vocation mondiale, ce qui conduit souvent de les faire en anglais**
  - i. Le cinéma est exemplaire de ce point de vue. Tourner en anglais est devenu une **condition sine qua non pour que ces projets se fassent**, pour monter des budgets correspondant aux ambitions artistiques, y compris les plus élevées.
    - 1. Marguerite Duras exigeait que « L'amant » soit tourné en anglais, pour avoir le maximum de public possible. Umberto Eco a exigé que « Le nom de la rose » soit tourné dans la latin d'aujourd'hui : l'anglais.
    - 2. Le cinéma français est le seul à faire jeu égal avec le cinéma USA sur son territoire. Par contre, il ne se vend pas dans les territoires francophones (cf. recul au Québec ou Belgique flamande)
  - ii. La situation est **identique pour la recherche** et la diffusion des revues scientifiques.
- d. Il est important de défendre la francophonie en s'appuyant sur des acteurs privés (et pas seulement sur les acteurs publics).

- i. **La production des livres scolaires** a par exemple un rôle important pour la formation et la diffusion du français dans le monde, non pas simplement pour diffuser les livres français mais en concevant spécifiquement des ouvrages adaptés aux divers contextes
  - ii. Il faut faire jouer un rôle important aux **entreprises de médias francophones**
  - iii. Il faut être actif et présent dans la gouvernance industrielle de l'internet et des nouveaux réseaux (cf. problème liés au développement d'internet en Chine...)
- e. **Le numérique a pu apparaître comme une opportunité mais incertaine**
- i. On a pu constater, par exemple, une présence initiale du français sur le web, mais les autres langues progressent également (espagnol, chinois...)
  - ii. Il s'est traduit par l'émergence de **nouveaux marchés** devenant significatifs pour les industries de contenus et les services
    1. Ces marchés se sont appuyés sur une réduction drastique des coûts de diffusion mais n'ont pas nécessairement permis de baisse des coûts de production
    2. L'augmentation de la disponibilité grâce aux réseaux peut aussi s'accompagner, paradoxalement, du renforcement du *star system* en limitant l'accès aux consommateurs pour les petits producteurs. La valorisation de « la longue traîne » et des marchés de niche n'est pas démontrée
  - iii. **Les enjeux autour de la culture restent les mêmes dans l'univers numérique**
    1. **importance de soutenir l'« alphabétisation »** pour permettre l'accès aux logiciels, aux nouvelles pratiques, à la maîtrise des langues...
    2. **penser la définition et le rôle de (nouveaux) acteurs** et redéfinir le rôle pour le **service public (numérique)** afin de réduire la fracture numérique : quel pourrait être l'équivalent des bibliothèques numériques ?
    3. La protection des auteurs et la stimulation de la diffusion suppose une **gestion spécifique des droits de propriété intellectuelle**
    4. **Le numérique est une « langue » dans laquelle il faut être présent**
      - a. Cette présence doit être envisagée dans les **infrastructures** mais aussi **dans les services à valeur ajoutée** où les francophones sont pour l'instant très largement absents
      - b. **De nouveaux usages et nouveaux modes de consommation se développent dont il faut prendre la mesure**
        - i. **On compte 1,5 milliard d'internautes** sur la planète et 3 milliards d'utilisateurs de téléphone mobile

- ii. On observe le développement de *podcasts* et de consommations différées qui seront sans doute prépondérants dans les futures formes de télévision
- c. **Les industries de contenus montrent que la valeur de l'information sur l'œuvre est parfois plus grande que la valeur de l'œuvre elle-même**
- d. **La maîtrise des outils linguistiques** devient une ressource-clé qui est recherchée par les moteurs de recherche
  - i. Elle est essentielle pour maîtriser le bouche à oreille et les effets de réputation à partir desquels se créent la valeur sur internet
  - ii. Ces informations sur les œuvres sont mal maîtrisées par les producteurs et les créateurs
  - iii. **Le plurilinguisme est aussi constitutif de la valeur** (cf. Google et Facebook)
- e. **Les technologies de la langue** doivent constituer un véritable enjeu pour les politiques de la francophonie
  - i. Cela devrait se traduire par une présence dans les **instances de normalisation**. Dans le passé, cette absence s'est traduite par une mauvaise prise en compte du rôle des accents dans les adresses de l'internet, ou par des droits numériques (DRM) qui ne prévoient pas l'identification des droits d'auteurs et droits voisins.
  - ii. La présence dans la normalisation est corollaire du soutien au développement de la R & D associée
  - iii. Les technologies de la langue peuvent être la base de **nouveaux projets articulant contenus et portefeuille de supports** : Euranet, radio et internet...

### 3. **Quelle place pour la francophonie dans une telle configuration mondiale ?**

- a. « Poser la question est déjà y répondre » (A. Diouf). Mais il faut se méfier des faux sens, de l'incantation et de la méconnaissance de la mondialisation
- b. Qu'est-ce que la francophonie ?
  - i. **C'est d'abord un espace de résistance** au nivellement (et aux identités négatives), espace de **création**, espace d'**échanges** et de solidarités
    - 1. contre une langue unique et une pensée unique : pôle supplémentaire d'identité mais aussi d'interculturalité
    - 2. plus présent que d'autres espaces linguistiques, de par sa taille et sa diversité : « des cercles concentriques de solidarité » (Senghor)

- ii. La structure s'élargit au fil des ans et regroupe de plus en plus d'états membres
- iii. **Ne risque-t-elle cependant pas de constituer une « étoile noire » dépassée ?**
  - 1. Elle représente un espace indispensable - dans un univers mondialisé - comme d'autres aires géolinguistiques et géoculturelles
  - 2. Elle se heurte, dans certains pays relevant de la « Francophonie », à des **identités « défensives »** (cf. le refus explicite du français dans les pays arabes ou en Belgique flamande)
  - 3. **Ses élargissements successifs risquent d'en diluer le projet**, l'objet et l'identité de ce qui est partagé.
    - a. Le projet d'origine s'appuie sur un **cœur de métier** (promotion d'une langue utile dans le monde actuel et des cultures associées) qui tend à apparaître **moins prioritaire**
- c. **Il est essentiel d'actualiser la Francophonie comme projet et de définir une dynamique nouvelle**
  - i. **Cela devrait passer par un recentrage de sa stratégie sur son cœur de métier**
    - 1. **d'abord en transformant, adaptant et rationalisant** ses modalités et ses axes d'intervention
      - a. passer d'une structure politique à une structure d'action
      - a. recentrer son budget considérable sur une stratégie axée sur son cœur de métier (s'assurer que les Sommets relativement coûteux produisent des décisions concrètes utiles et perceptibles par les francophones)
    - 2. **ensuite en pensant l'élargissement et le nombre de ses membres comme facteur potentiel d'enrichissement** et de diversification de ses contenus : au profit du développement interculturel, d'une mondialisation humaniste, de la promotion des biens communs de l'humanité.
  - ii. **Il faut ensuite prendre la mesure du fait que le monde ne tourne pas autour de la francophonie**
    - 1. La Francophonie n'est pas le seul prolongement de la France, ce qui suppose, en parallèle, de définir quelle doit être la place de la France dans la francophonie
      - a. Il convient en particulier d'éviter de reconstituer, au sein de la Francophonie, une forme de globalisation autour de la France, du même ordre que celle que l'on déplore au niveau mondial
        - i. Il faut notamment se donner les moyens de **garantir la diversité en s'assurant de la réciprocité** dans la circulation des produits au sein de l'espace francophone
        - ii. La spécificité des échanges culturels dans la francophonie est d'être de l'ordre du multiculturel et de l'interculturel
      - b. **On a du mal à sortir d'un tropisme français et à ne pas y retomber dans la discussion**
    - 2. La Francophonie souffre de **la crise d'identité de la France** ; elle représente un enjeu que la société française doit s'approprier

3. La question de la **promotion de la diversité et du multilatéralisme à l'intérieur de la francophonie** n'est pas secondaire
  - a. elle est aussi le **gage de la légitimité** du projet porté dans le monde
  - b. cf. le témoignage du directeur de TV Globo à propos de TV5

#### 4. **Quels modèles, cœur de mission, organisation et outils pour en débattre et le mettre en œuvre ?**

- a. **Penser la diversité suppose de comparer** et relativiser notre expérience en regardant ce qui se passe dans les autres aires culturelles
  - i. Les stratégies linguistiques en Inde sont par exemple des cas intéressants et mal connus. Il faudrait de même s'inspirer de la place de la langue en Chine par exemple, ou des actions des USA et de la Grande-Bretagne pour promouvoir l'anglais.
  - ii. De même, il est intéressant d'observer le débat aux USA sur la relation anglais / espagnol et l'émergence d'un bilinguisme et d'un anglais assiégé ; le mot culture n'y est jamais prononcé mais c'est la question centrale
- b. Presque tous les participants ont souligné la nécessité de dépasser une définition identitaire pour faire de la francophonie, un **cadre d'actions communes** pour la maîtrise de la mondialisation
  - i. Cette expression d'une forte demande s'exprime sur plusieurs registres.
    1. C'est d'abord une demande de français à laquelle l'offre ne répond pas suffisamment (alliances françaises, lycées français...).
    2. C'est ensuite une demande de contenus spécifiques exprimés en français (c'est de ce point de vue un paradoxe de voir l'Afrique du Sud envisager des projets médias en français pour toucher l'Afrique francophone...)
  - ii. Les actions envisagées dans la Francophonie débordent le **strict cadre de la culture** (cf. environnement, eau, santé, migrations...).
    1. Ce large spectre crée un **risque de dilution et de confusion** sur ce que représente l'alliance des parlants-français : constituer d'abord une réponse à la mondialisation culturelle
  - iii. La balkanisation des structures rend le « regard francophone » marginal
    1. C'est notamment le cas dans les médias d'information, sauf peut être pour les contre-exemples de la radio ou de la TV. L'existence d'une grande agence de presse comme l'AFP n'a pas empêché cette marginalisation, pas plus que l'existence de TV5 qui est le deuxième réseau mondial derrière MTV et devant CNN ou BBC World

- iv. Il est important de **structurer, dans la francophonie, des réseaux allant de bas en haut (*bottom-up*)**, en co-produisant (cf. l'exemple des universités)
- v. **Les actions à penser et promouvoir manifestent une tension entre une modèle politique centralisé et unifié (notamment dans la détermination des conditions d'élargissement) vs la multiplicité et l'articulation des niveaux de régulation et coopération**
- c. **La mise en œuvre de politiques d'intervention suppose de repenser les outils d'intervention, sans forcément les envisager en termes de dispositifs directs de soutien**
  - i. Pour la France, une solution envisageable pourrait être la constitution d'un *British Council* à la française : cette structure remplacerait avantageusement les dizaines des fondations spécifiques par secteur ou de « marques » d'institutions différentes à l'œuvre pour défendre la culture française.
  - ii. Ces interventions passent aussi par la mise en œuvre de structures d'aide à la diffusion
    1. La mondialisation offre en effet aujourd'hui des opportunités de diffusion et de consommation considérablement plus grandes.
    2. En matière de recherche scientifique, de telles structures de diffusion pourraient être constituées par des **plateformes électroniques mutualisées de revues**, à l'image de celles qui existent en anglais
    3. La question de la diffusion est, plus largement, celle concernant la manière de répondre à la demande de langue française ?
  - iii. Pour la francophonie, il y a une place à prendre dans la **régulation économique mais aussi technique**
    1. **Des opportunités sont à saisir pour former ce qui pourrait être une *Francophonie 2.0***
    2. L'exemple, déjà évoqué, de la normalisation dans le numérique est sans doute une de ces opportunités. Les outils de l'internet ont en effet été conçus par des anglophones pour des anglophones. Il conviendrait donc d'éviter que leur conception et leur gouvernance n'excluent certaines catégories d'utilisateurs et aires culturelles et géographiques (cf. absence d'accentuation dans les noms de domaine en caractères latins)
    3. Ces opportunités existent dans un contexte de **connectivité généralisée de l'ensemble des objets, des contenus et des informations**
    4. **Les saisir suppose de renouveler largement les modes traditionnels d'intervention et d'action publique**
      - a. Un premier renouvellement passerait par la reconfiguration des rôles respectifs des communautés d'utilisateurs et d'experts, des acteurs industriels et des acteurs publics
      - b. Un second consisterait à penser l'articulation des niveaux, international/ local, mais sans se limiter à eux (rôle des réseaux sociaux par exemple)

- c. Un troisième axe d'évolution supposerait de réinscrire les supports d'intervention de la Francophonie dans les **évolutions en cours de la gouvernance mondiale**. Cette gouvernance est marquée par l'évolution des modèles de directoire interétatiques : du G8 au G13 et au G21. Elle traduit parallèlement l'affaiblissement du modèle politique international : ONU et Unesco
- d. Une des priorités de la francophonie devrait être de prendre au sérieux, au-delà de son affirmation, la dimension culturelle et les **enjeux géoculturels de la mondialisation**
  - i. La concrétisation d'une telle prise de conscience ne peut se comprendre à travers le seul prisme de l'Etat, ou dans sa seule dimension géopolitique.
  - ii. Elle appelle une réflexion spécifique pour penser et **inventer des moyens d'associer, au-delà des états et des gouvernements, les différentes « parties prenantes »** et acteurs de la mondialisation (médias par exemple), ce qui peut passer par le développement d'une capacité autonome de proposition
  - iii. La Francophonie a la chance de pouvoir le faire car elle a justement **des fondements géo et socioculturels**. Il apparaît donc d'autant plus nécessaire pour elle d'échapper au modèle onusien qui est essentiellement et d'abord politique

Pierre-Jean BENGHOZI