



Digital Culture & Heritage Patrimoine & Culture Numérique



Haus der Kulturen der Welt, BERLIN

Aug. 31st - Sept. 2nd, 2004
31 Août - 2 septembre 2004

LE WEB RENOUVELLE-T-IL L'APPROCHE DE LA CULTURE EN EUROPE ? LES SITES WEB DES MINISTRES DE LA CULTURE ET L'EVOLUTION DES POLITIQUES CULTURELLES

**Véronique Charléty (GSPE,
Institut d'études politiques de Strasbourg)**

Geneviève Vidal (LabSIC – Université Paris XIII)

**avec la participation de David Alcaud,
Georges Armaos, Catherine L. Blais,
Anaïs Bokobza, Jennifer Donnelly et Aline Grange**

**Published with the sponsorship of the
French Ministry of Culture and Communication**

Actes publiés avec le soutien de la Mission de la Recherche et de la
Technologie du Ministère de la Culture et de la Communication, France

Interprétation simultanée du colloque et traduction des actes réalisées
avec le soutien de l'Agence Intergouvernementale de la Francophonie

Abstract (EN)

At a time when information society remains under construction, public institutions in charge of cultural affairs use their Websites on Internet as a window promoting their cultural policy. This editing process results from the recent development regarding digitalization of cultural heritage, the increasing use of multimedia and the diffusion process of databases online.

In such a context, it seemed relevant to us to analyse the nature of relationship between a cultural ministry and Net users. How does cultural policy change through the Web? Our multidisciplinary contribution examines the structure as well as the content of five selected sites (France, Germany, Great Britain, Greece and Italy). These information Websites constitute an ideological and political tool diffusing a homogeneous cultural image and ensuring its visibility and transparency. These institutional Websites are also used as resources, information and exchange centres by various associative, cultural and social networks.

The mobilization target towards all kind of citizens can be considered as a leitmotiv for all studied cultural websites. Our statement is based on the structure and the content of these five selected Websites and reveals a tendency to consider Internet as a very positive and interactive tool, renewing the representation on political communication.

Key words: Internet, Websites, cultural policy, online publication, political communication

Zusammenfassung (DE)

In Zeiten, in denen sich die Informationsgesellschaft in der Entstehung befindet, nutzen öffentliche Kulturinstitutionen Webseiten als ein Schaufenster ihrer Kulturpolitik. Diese Online Öffentlichkeitsarbeit ist das Ergebnis der neuesten Entwicklungen in der Digitalisierung von Bildungsgut, der steigenden Nutzung von Multimedia und der öffentlichen Zugänglichkeit von Datenbanken. In diesem Zusammenhang scheint es relevant, sich über die Beziehungen zwischen den Kulturministerien und den Internetnutzern Gedanken zu machen. Wie entwickelt sich die Kulturpolitik unter dem Einfluss des Internets?

Unser interdisziplinärer Beitrag untersucht Struktur und Inhalt von fünf ausgesuchten Webseiten (in Frankreich, Italien, Großbritannien, Griechenland und Deutschland). Diese Kulturinformationswebseiten bilden ein ideologisches wie politisches Schaufenster, das ein institutionalisiertes Kulturbild verbreitet sowie dessen Sichtbarkeit und Transparenz sicherstellt. Darüber hinaus fungieren diese Webseiten als Plattform für Information und

Austausch, die für unterschiedliche kulturelle und soziale Netzwerke zur Verfügung stehen. Das Ziel, die Bürger mittels Internet zu mobilisieren, findet sich auf fast allen Seiten der Kulturministerien wieder.

Die Analyse von Struktur und Inhalt der Webseiten lässt die Tendenz erkennen, dass das Internet insgesamt positiv beurteilt wird und die Darstellung politischer Kommunikation erneuert.

Schlüsselwörter: Internet, Kulturpolitik, Online Kommunikation, politische

Résumé (FR)

A l'heure où se construit la société de l'information, les ministères et institutions publiques en charge de la culture affichent leurs sites web comme vitrines de leurs politiques culturelles. Cette publication numérique est le fruit des développements en matière de numérisation du patrimoine culturel, du processus de diffusion des contenus multimédia, et des bases de données en ligne. Dans un tel contexte, il semble pertinent de s'interroger sur la nature des relations médiatisées par ordinateur entre un ministère de la culture et les internautes. Comment se (re)déploie ou se présente la politique culturelle par le biais du web ?

Notre contribution élaborée de façon pluridisciplinaire porte sur la structure et le mode de construction des sites comme sur la rhétorique véhiculée à travers eux. Ces sites d'informations constituent une vitrine idéologico-politique destinée à diffuser une image homogène de la culture et à en assurer la visibilité. Dans leur ensemble, ils constituent aussi des centres de ressources, des pôles d'information et des relais d'échanges ouverts à différents réseaux associatifs, culturels et sociaux. La volonté de mobilisation citoyenne par l'usage du réseau est ici une constante placée au cœur des discours produits et véhiculés à travers les sites retenus. Notre analyse porte sur cinq pays européens (Allemagne, France, Grèce, Italie, Royaume-Uni) et articule deux variables : la structure et la trame narrative des sites ministériels. L'internet, jugé de manière globalement positive, renouvelle la vision de la communication politique.

Mots-clés : site web, politique culturelle, communication médiatisée par ordinateur, diffusion en ligne, communication politique.

I. Introduction

Au 18ème siècle, le projet de l'Encyclopédie de Diderot et d'Alembert était déjà de rendre accessible « tous les savoirs du monde » à tous les citoyens. Le télégraphe du 19ème siècle a nourri les utopies sur les vertus démocratiques de la communication à distance pour rapprocher les peuples. Les technologies d'information et de communication (TIC) ont, par ailleurs, accompagné les processus de construction nationale. Durant la guerre froide, le courant de la cybernétique ouvre la voie à une pensée fondée sur le calcul et la transmission d'informations par réseaux décentralisés (notamment TCP-IP) : le nouveau paradigme informatique s'impose. Aujourd'hui, l'internet se présente comme l'outil incontournable pour réaliser cette utopie encyclopédique et sociale. Il est devenu l'associé indispensable d'une politique visant à garantir l'accès pour tous au patrimoine, en particulier grâce aux capacités de stockage des bases de données numérisées interconnectées et à une démocratisation de l'usage des réseaux informatiques.

Mais ces choix technologiques, portés par des politiques culturelles nationales et supranationales, conditionnent de plus en plus l'accès à la culture, dans le cadre d'une acculturation informatique des publics de la culture, libérés des médiations (Mattelart, 2001, p.96). Les internautes sont alors confrontés à une surabondance d'informations dans un contexte temporel qui prône la rapidité, l'efficacité, et conduit à sélectionner pour s'approprier des contenus fragmentés. En effet, l'hypermédiatisation des données accessibles via des dispositifs tel le site web conduit les internautes à renoncer à leur linéarité et exige une capacité de tri, d'organisation et de conservation de l'information. Les internautes sont engagés dans un processus de construction de sens au fil des navigations hypertextuelles. Sur l'internet, les contraintes spatio-temporelles semblent abolies, tandis que s'imposent de nouveaux outils de différenciation avec la nécessité du recours à des logiciels de navigation, des interfaces fonctionnelles (écran, clavier, souris), et avec un accès aux données en ligne multimédias. Lorsqu'un ministère ou une institution en charge de la Culture édite son site web, les internautes sont conduits à établir de nouvelles relations médiatisées par ordinateur avec l'institution qui leur propose des parcours pouvant leur permettre d'exercer une action sur le contenu à découvrir et consulter. Au fil de la navigation, l'internaute peut, en fonction de sa pratique, constituer des dossiers personnels (par exemple, enregistrer ou copier/coller des extraits modifiables dans d'autres logiciels de traitement) dans le cadre d'une représentation où un individu est libre et maître de la situation en ligne. Cette liberté d'action

conduit à opérer des choix en permanence, et l'internaute y est invité en utilisant les performances matérielles et logicielles qu'il combine à la technologie hypertextuelle, et à ses capacités de filtrage et de sélection de l'information. De fait, l'internaute est aussi convié à engager un dialogue avec l'institution émettrice et avec son discours lisible à travers des modalités d'affichage et de navigation (prendre connaissance de communiqués de presse, adopter une démarche documentaire, consulter des expositions, participer à un débat, poser des questions, donner son point de vue, soumettre des adresses de sites, etc.).

Le réseau des réseaux semble, dès lors, considéré comme un instrument de désintermédiation sociale et de libération de l'individu (Vitalis, 1999, p.50), n'étant plus contraint par les limites de lieu et de temps, ce temps intemporel et instantané (Castells, 1998). Mais de nouvelles contraintes émergent et l'on peut se demander si le caractère éphémère de la culture de réseaux est compatible avec le modèle du citoyen éclairé qui discute, échange de façon rationnelle et argumentée, et qui participe aux décisions. De nouvelles formes de participations citoyennes (Vedel, 2003) peuvent, certes, émerger dans le contexte de médiations techniques de plus en plus sophistiquées (bases de données, web dynamique, scripts asp/php, langage XML pour extensible Markup Language, par exemple) et mises en œuvre dans le but de personnaliser l'accès aux contenus dans le cadre d'un dialogue entre les citoyens et l'État.

1. La construction de la société de l'information

En 1994, le rapport Bangemann « L'Europe et la société de l'information planétaire » préconise la libéralisation des télécommunications et le développement des innovations technologiques pour rendre les produits plus facilement accessibles aux consommateurs et rendre possible l'expression de la diversité des cultures et des langues. Depuis 2000, l'Union européenne (UE) vise le passage à une économie et une société de la connaissance. L'UE est donc un des acteurs du paradigme technico-informationnel, tout en défendant la diversité culturelle (notion qui s'est imposée au détriment de celle soutenue par la France : l'exception culturelle). Ce nouveau paradigme s'accompagne de thèmes visant la disparition des frontières et des intermédiaires, prônant l'avènement d'un citoyen-consommateur libre de ses choix, capable de filtrer, de sélectionner, et de traiter l'ensemble des informations ; d'un citoyen, en somme, prétendument partenaire des processus de diffusion et de production des savoirs sans limites. La dite « société de l'information » reproduit pourtant les mêmes mécanismes d'accumulation du pouvoir et des richesses, et ses instigateurs ont donc besoin

d'exercer un contrôle utilisant les mêmes outils avec lesquels ils affirment libérer les individus-cibles de cette politique d'influence.

Dans le cadre de cette construction, le plan d'action « e-Europe » prévoit la coordination d'une politique de numérisation du patrimoine culturel européen (http://www.cordis.lu/ist/directorate_e/digicult/index.htm) présentée sur le site européen Cordis. Cette plateforme est une vitrine de la coopération européenne et des projets mis en œuvre pour établir des méthodes et des outils permettant la gestion pérenne, structurée des ressources patrimoniales, leur valorisation, leur accessibilité (par exemple : l'accès aux ressources par des supports mobiles, des bases de données, des expositions virtuelles).

La numérisation et la diffusion du patrimoine culturel sur l'internet participent à la protection et l'entretien de la mémoire dans ses dimensions politique et sociale, qui constituent une mission de l'État. Acteur de la société de l'information, l'État a pour mission également de rendre le patrimoine accessible au plus grand nombre pour favoriser le partage de valeurs fondamentales ; dans ce cadre, l'internet semble constituer un outil idéal pour mener à bien sa politique culturelle.

A l'heure où il est question d'établir des réseaux d'accès internet, tels que les « Espaces Publics Numériques », les « Espaces Culture Multimédia », d'établir aussi des bases de données, une politique d'édition multimédia et de proposer des parcours interactifs dans l'internet culturel, il semble pertinent de se demander si, avec les sites web des ministères de la culture, se développe une logique de diffusion répondant à deux objectifs principaux. D'une part, réduire les coûts de gestion relatifs à la diversité des accès, des demandes, des interventions et contributions des internautes et à leurs revendications d'autonomie soutenues par les hypermédias en ligne ; d'autre part, garder une posture d'émetteur-expert légitime sachant synthétiser la recherche et traiter les informations filtrées, afin de diffuser et de mettre en oeuvre une politique culturelle spécifique dans la société de l'information.

En somme, il s'agit de s'interroger sur la nature des relations, médiatisées par ordinateur, entre un ministère de la culture et les internautes (professionnels de la culture ou non) ? Comment se (re)déploie ou se présente la politique culturelle / le développement culturel par le biais du site web d'un ministère ou une institution en charge de la culture ?

2. Analyse de sites ministériels dans cinq pays européens

Après trois décennies d'une politique de numérisation du patrimoine culturel et une décennie d'édition sur l'internet, les ministères ou institutions en charge de la Culture sont dotés d'une expérience en matière de diffusion et communication de leur politique culturelle sur le réseau des réseaux. Pour comprendre leurs intentions et la façon dont les politiques culturelles évoluent, nous avons rassemblé les compétences d'un groupe de chercheurs internationaux et pluridisciplinaires pour analyser un corpus de cinq sites web de ministères ou institutions en charge de la culture : Allemagne, France, Grèce, Italie, Royaume-Uni. Une comparaison avec les sites consacrés à la politique culturelle, respectivement au Canada et aux États-Unis, nous conduira à saisir les points de différence et de rapprochement entre les pays européens et les pays d'Amérique du Nord, reconnus pour l'étendue de leur expérience internet (taux de pénétration de l'internet en 2003 aux USA : 68%, au Canada : 71%, en France 43%, source : Ipsos Insight journaldunet, 2004).

Allemagne <http://www.kulturportal-deutschland.de>

France <http://www.culture.fr>

Grèce <http://www.culture.gr>

Italie <http://www.beniculturali.it>

Royaume-Uni <http://www.culture.gov.uk/default.htm>

Canada <http://www.culture.ca>

États-Unis (bureau des affaires de l'Éducation et des affaires culturelles) <http://exchanges.state.gov/education>, des sites à l'échelon des États et des sites d'ONG.

Nous avons choisi de présenter les résultats de cette analyse sous la forme d'un triptyque articulant les politiques de diffusion à la politique de communication institutionnelle pour examiner comment l'internet participe au processus de mise en oeuvre des politiques culturelles.

II. Diffusion

Les sites web sélectionnés des ministères et autres acteurs institutionnels en charge de la culture proposent des rubriques permettant l'accès à un contenu sélectionné, hiérarchisé et rendu public, pour certains uniquement dans la langue nationale (la France, l'Allemagne, le Royaume-Uni), pour d'autres traduits en anglais (la Grèce) et en espagnol et allemand (dans le cas du site italien visant une communication européenne limitée, puisque certains liens

traduits mènent vers des documents rédigés en italien). Ces différents sites sont considérés dans le cadre d'une politique de diffusion institutionnelle sur l'actualité culturelle et le patrimoine.

Tous les sites ministériels européens analysés présentent une édition multimédia limitée ; aucun n'a développé, par exemple, de contenus sonores ou vidéo, peu d'images illustrent les informations, excepté le site italien qui propose un menu automatiquement déroulant et un magazine TV (culturalweb). Ce choix éditorial correspond à l'objectif informationnel et à la volonté de diffuser une image institutionnelle sobre. Il correspond également à un souci d'atteindre un public large, pas toujours doté d'équipements (ordinateur et accès internet) suffisant pour soutenir une édition multimédia exigeant le haut débit. A ce titre, aucun plug-in n'est nécessaire pour lire les informations du ministère de façon à s'adresser à un public souvent réticent au téléchargement de ces petits logiciels (tels que flash, acrobat reader, real média, quicktime). A contrario, le site du ministère du Patrimoine canadien présente des informations audiovisuelles (vidéos de promotion ou sur l'histoire culturelle du Canada, des vidéo-archives de radio-Canada) et un hyperlien vers la radio d'État qui facilite l'accès aux documents sonores. En revanche, le design du site du Bureau de l'Éducation et des affaires culturelles américain est sobre et simple, dans un cadre institutionnel et officiel. Le site a pour objet, en effet, d'afficher exclusivement la diplomatie culturelle des États-Unis, et comprend des informations consulaires, des informations sur les relations entre institutions éducatives, aux États-Unis et à l'étranger, des informations pratiques concernant les voyages à l'étranger, l'actualité des échanges internationaux.

Le mode de consultation dominant par rubriques, via des sommaires et barres de menu, souvent explicites (signifiant que les titres correspondent bien aux contenus accessibles), prescrit une consultation arborescente, conformément à la volonté des ministères de hiérarchiser, de valoriser les ressources disponibles ainsi que les dimensions événementielle et institutionnelle de l'information. Ainsi du site grec qui met en avant les Jeux Olympiques 2004 ou du site français consacrant une large place aux intermittents du spectacle, plongeant les internautes au cœur de ce qui fait débat dans la société. De la sorte, les ministères garantissent l'information, mais également en contrôle la diffusion, tout en montrant, par une multitude d'interfaces – notamment sur les sites italien, britannique et canadien –, le foisonnement de l'offre culturelle soutenue par le ministère.

La lecture est, de fait, encadrée par un médiateur légitime, laissant peu de place à d'autres logiques de consultation intuitive ou aléatoire ; logiques pourtant développées par des artistes sur l'internet, dont la production et la créativité pourraient inspirer l'institution, y compris sur les sites nord-américains. En effet, le site du Bureau de l'Éducation et des affaires culturelles américain, de niveau national, sous la tutelle du ministère des Affaires étrangères, vise à « encourager la compréhension entre les États-Unis et d'autres pays, par des programmes internationaux d'éducation et de formation (...) ainsi que la présentation de l'histoire, de la société, de l'art et de la culture... ». De fait, les artistes, vedettes dans tous les domaines de la création, deviennent des « ambassadeurs de la Culture » et le site en fait la promotion. Ce site héberge en outre le programme « Culture Connect » (cultureconnect.state.gov), instauré en réponse aux attentats terroristes du 11 septembre 2001, pour « améliorer la compréhension internationale » en donnant des mandats de mission à l'étranger à certains « Ambassadeurs de la Culture ».

Les bases de données permettent toutefois des consultations ciblées en fonction des recherches poursuivies par les internautes professionnels ou étudiants. La consultation d'archives répond, quant à elle, à une logique documentaire impliquant des rubriques qui leur sont consacrées, notamment sur les sites français et allemand. Par conséquent, ces sites accordent une attention particulière aux professionnels de la culture, chercheurs et amateurs éclairés. Tout internaute, doté d'une culture informatique suffisante, a la possibilité de passer outre la logique de prescription du site (par rubriques) en consultant les bases de données, en procédant à des copier-coller, des enregistrements de fichiers afin d'archiver et de réorganiser les informations sélectionnées. En revanche, la maîtrise des outils informatiques est nécessaire pour répondre à des objectifs d'étude, des besoins professionnels de documentation et de veille informationnelle (Rencontres, 1998).

Les adresses web (urls) ne sont pas toujours explicites pour permettre aux internautes de se repérer avec précision dans le site. Dès lors, le mode de navigation rejoint une forme de médiation relative au programme d'activités ou au feuilletage plus ou moins linéaire, avec des titres de rubriques clairs, incitant à suivre les pistes tracées par l'institution-guide. Cela peut expliquer le développement relativement limité du moteur de recherche interne (le site français n'en possède pas et le site grec propose une recherche par liste alphabétique), et lié davantage à une logique de consultation de documents ciblés en fonction des besoins cernés par les internautes eux-mêmes. Le site du patrimoine canadien propose plusieurs moteurs de recherche, rattachés à des institutions culturelles gouvernementales, para-gouvernementales

ou internationales qui participent à la politique de promotion du Canada (bibliothèques, archives, encyclopédie). Le site allemand offre également une diversité de consultation reflétant l'organisation fédérale de la politique culturelle. Les sites canadien, allemand et britannique visent, par ailleurs, la promotion de leur patrimoine dans une visée touristique et, à ce titre, offrent un accès à l'achat de billets en ligne.

Une autre forme de médiation pour accéder aux fonds patrimoniaux est utilisée par les sites français, italien et canadien : les expositions virtuelles. Cet accès s'adresse à un public plus large et davantage intéressé par le divertissement, que par l'accès aux bases de données. Cependant, cet accès exige parfois certains plug-in et une connexion à des débits suffisants. Ce type d'usage correspond à un utilisateur adoptant une posture de curieux, en visite déambulatoire sur le site.

Dès lors, la base de données se présente comme un outil spécialisé pour les professionnels et chercheurs, tandis que l'accès par hyperliens, en arborescence (du plus large au particulier) et par expositions virtuelles est proposé au grand public qui s'informe et consulte.

Plus originale est l'offre italienne de parcours personnalisés, en fonction de différents profils d'internautes : étudiant, enseignant, chercheur, « gens du spectacle », administrateur local et Tour Operator (l'emploi du singulier, excepté pour « les gens du spectacle », semble indiquer une volonté de personnaliser la relation médiatisée par ordinateur. En effet, le ministère chercherait ainsi à distinguer chacun parmi les types de publics répertoriés). Cet accès personnalisé au patrimoine en fonction des profils d'utilisateurs est très différent du cas français. La conception française, en effet, impose un classement par secteurs principaux d'activités : l'éducation, le tourisme, la recherche. Tout en préservant la position de l'émetteur guidant ses publics, la conception italienne est, quant à elle, tout à fait singulière. D'une part, le ministère diffuse des informations sélectionnées en fonction des représentations qu'il se fait des besoins par types de public et d'autre part, il organise les informations et hyperliens en fonction de leur degré d'approfondissement, des données multimédias, de l'actualité juridique et des références en ligne. Ce site est, par conséquent, très intéressant et nous incite à penser que les internautes suivent les parcours prescrits, conformément aux intentions ministérielles, sans toujours s'interroger sur le processus de sélection et les représentations qu'ils impliquent.

Au niveau des États, les sites américains sont moins institutionnels que le Bureau qui représente l'échelon fédéral. Ainsi, se déploient des sites très différents les uns des autres,

soutenant la particularité de chacun des États sur le sol américain ; le site de New York (<http://www.nysca.org> pour *New York State Council*) est en noir et blanc, tandis que le site californien (<http://wwwcac.ca.gov> pour *California Arts Council*) affiche couleurs et photographies. Par ailleurs, la société civile est largement impliquée dans le secteur culturel aux États-Unis. C'est le cas de nombreuses ONG (organisations non gouvernementales et à but non lucratif, au statut 501c correspondant à la loi 1901 pour les associations françaises) qui soutiennent et font la promotion de la Culture et des institutions culturelles américaines. Le site du *Center for Arts and Culture* (<http://www.culturalpolicy.org>), par exemple, publie l'actualité et les informations relatives aux publications et événements récents en matière culturelle. Le *National Endowment for the Arts*, également, fait la promotion de la création dans les domaines des arts plastiques, des arts du spectacle, la littérature et informe sur leurs activités en matière de dotation de fonds pour les artistes, sur les bourses et les moyens pour les obtenir.

Les représentants institutionnels de la Culture visent donc une diffusion de leur patrimoine culturel via l'internet, et l'appropriation du réseau est marquée par une pratique interactive de l'échange : mail, forums, chat. C'est pourquoi, nous nous sommes interrogés sur la façon dont les acteurs institutionnels, et en particulier les ministères, conçoivent la communication avec les internautes.

III. Communication

Dans la majeure partie des cas retenus, nous constatons que le type de communication instauré entre les institutions publiques et les internautes, oblige ces derniers à décliner systématiquement leur identité (la pratique de l'anonymat sur l'internet peut amener les internautes à fournir un pseudonyme). Le contact s'établit, soit sous forme de questions (cas des sites grec et français), soit sous forme de messages adressés par le biais d'un formulaire (cas du site britannique et des sites italien et français ; ces deux derniers proposant un formulaire à envoyer au ministre de la Culture). Les internautes sont invités à adresser des questions d'ordre général ou technique à leurs interlocuteurs. Cela n'a pas pour effet d'établir un échange sur le mode dialogique, notamment en raison d'interlocuteurs institutionnels bien souvent non identifiés. Dès lors, l'interface propose des questions prescrites, par exemple, dans le cas du site français, la formule est la suivante « Les questions concernant le fonctionnement des liens de la rubrique "événements culturels" sont à adresser à :

evenements.dic@culture.gouv.fr uniquement pour la base de données de manifestations culturelles » ; cette formulation a pour effet d'imposer une distance entre les internautes et l'institution visant à établir une communication sous forme de questions. Cela est particulièrement révélateur d'une institution cherchant à se prémunir d'une gestion lourde et complexe des messages adressés par les citoyens-internautes – exigeant, de fait des ressources techniques, humaines et financières toujours plus conséquentes.

Toutefois, le site britannique laisse la possibilité aux internautes d'envoyer leurs messages sans limite de longueur et de les adresser, grâce à un menu déroulant, aux correspondants de toutes les rubriques du site et aux services de recrutement, ainsi qu'à une adresse électronique chargée de répondre à toutes sortes de requêtes. De plus, le site britannique réserve le même traitement aux citoyens et aux journalistes puisqu'il requiert de ces derniers qu'ils respectent la même procédure et remplissent un formulaire identique aux autres catégories d'utilisateurs.

Dans le cas italien, le site propose également un formulaire mais celui-ci se présente sous une forme originale puisqu'il invite à sélectionner (dans un carré bleu) le type de commentaire que l'on souhaite adresser (suggestions, appréciations, avis, voire plaintes ou défauts à signaler). Comme le site italien, les sites allemand et britannique mentionnent, par ailleurs, les courriers électroniques présentant les fonctions, noms et prénoms des interlocuteurs potentiels pour toute question relative à la communication du site. Il devient ainsi possible d'adresser un message, sans les limites imposées par le formulaire et d'y joindre des documents en annexe. De surcroît, le site italien met à disposition un « guichet d'informations pour le citoyen » (URP) et un propos introductif présente la conception de la communication entre citoyens et administration, fondée sur le droit à l'information. En outre, un mail dédié est mis à disposition ainsi que plusieurs numéros de téléphone.

Dans cette même perspective, le site canadien fournit un « formulaire de réactions » pour recueillir des propositions de liens accompagnées de commentaires, plaçant ainsi les internautes dans une situation de contributeurs du site. Il propose également de recueillir les points de vue dans le cadre de mini-consultations. En la matière, le site allemand adresse, dès la page d'accueil, un message en direction des professionnels de la culture pour les inciter à transmettre leurs suggestions et leurs informations. Cette posture d'émetteur transférée aux récepteurs permet un ajustement entre l'offre d'informations et la demande. Seuls, les sites allemand, italien, canadien et le Bureau of Educational and Cultural Affairs américain, ainsi que certains sites d'États américains, offrent la possibilité de s'abonner à une *newsletter* qui

entretient le lien entre l'institution et les publics, à distance, en envoyant, sur le mode « push », des informations, tout en incitant à consulter régulièrement le site. Le site italien a également l'intention de développer un projet d'informations disponibles par SMS, ces messages courts par téléphone mobile (culturalSMS).

Les forums constituent un autre mode de communication courant sur l'internet. Dans le cadre de notre analyse, seuls les sites allemand et français le proposent. Le « débat national sur l'avenir du spectacle vivant » orchestré sur le site français offre, à ce titre, un accès direct à l'ensemble de la documentation relative à ce sujet et l'internaute est invité, ici encore, à remplir un formulaire identifiant, avec toutefois la possibilité de refuser que ses données personnelles soient diffusées. Dès lors, le site se présente comme un « espace public » où les informations les plus discrètes se dévoilent (Boltanski, 2002, p.13), où les débats peuvent avoir lieu. Grâce à son site web, le ministère est alors accessible par tous (cyber)citoyens, désirant participer à la vie de la Cité. Certains sites américains au niveau des États proposent, enfin, des forums centrés sur les activités et programmes régionaux.

Sur les sites des ministères de la culture, la communication est donc encadrée et canalisée. Chaque institution cherche à préserver sa position de diffuseur d'information, en limitant la capacité des internautes à intervenir dans l'espace de l'émetteur. L'accès et la communication sont, par conséquent, très peu personnalisés et ajustés mais chaque demande est traitée de manière égale en favorisant néanmoins la constitution d'un espace réservé aux professionnels de la culture et de l'éducation. Par le biais de leur site web, les ministères encadrent l'offre de services en ligne, telle la lettre d'information (ou *newsletter*), qui propose une alternative à la logique dite « pull », c'est-à-dire celle qui place l'internaute dans une posture où c'est à lui de faire la démarche pour rechercher de l'information (par rubriques et par les bases de données notamment). En effet, la lettre d'information s'inscrit dans une logique dite « push » qui permet à une institution de maintenir le contact avec l'internaute sans attendre sa visite, dans le cadre d'une communication médiatisée par ordinateur.

IV – Politique culturelle

Tous les sites offrent une interface aux politiques culturelles nationales. Les sites grec, italien et français, en particulier, valorisent leurs ressources et leurs actions en matière de développement culturel.

Le site grec fait référence à l'histoire passée du peuple grec dès l'introduction. Par ce biais, le ministère revendique la restitution des sculptures du Parthénon sur un mode partisan et présente l'état d'avancement des travaux consacrés à la restauration de l'Acropole d'Athènes, permettant d'y lire les problèmes d'organisation et de programmation sur et autour du chantier qui a débuté dans les années 1980. Le site du ministère de la culture grec fait donc état de la mise en œuvre de sa politique, tout en précisant la part du soutien attribué par l'Union européenne.

Le site français met en avant la cohérence des décisions ministérielles et l'unicité du pilotage des programmes nationaux. Les publications sous forme d'expositions virtuelles et l'importance des bases de données constituent une vitrine majeure de la politique de numérisation et de diffusion internet du ministère français, qui a fait un choix technologique fort, par le biais de la Mission de la Recherche et Technologie (MRT). La MRT sait que la lisibilité des données numérisées exige des recherches permanentes pour permettre aux formats de production et de diffusion de perdurer. De plus, la masse de données et l'indexation des documents constituent un souci majeur pour mener à bien une telle politique, tout en mesurant l'importance de ces opérations en termes de financement. La MRT du ministère de la culture français a donc choisi le langage de balises XML (*extensible Markup Language*) pour favoriser l'interopérabilité entre des systèmes d'information hétérogènes et pour repenser sa politique de diffusion du patrimoine (Dalbéra, 2001 et 2003).

Par la profusion des informations diffusées, le site du ministère pour les activités et biens culturels italien – appellation renvoyant à la distinction entre patrimoine et création culturelle dans un pays qui revendique la possession de près de 50% du patrimoine mondial – reflète le résultat d'un jugement relativement négatif porté sur l'action publique en matière de patrimoine et de création culturelle, dû notamment à une gestion dispersée entre plusieurs institutions. De ce bilan, dressé entre 1975 et 1995, est née l'idée d'un grand ministère qui regrouperait à la fois le patrimoine et la création culturelle, « Ministère pour les biens et les activités culturels », avec toutefois, en 2001, une volonté gouvernementale d'accorder davantage d'autonomie aux pouvoirs locaux. Ainsi, le site impose l'image d'une institution dynamique, tant sur le plan de sa politique culturelle que sur le plan de sa publication sur l'internet. C'est également le cas du site français qui propose deux hyperliens dans un bandeau bleu (couleur institutionnelle) menant l'un vers le portail, et l'autre vers le site

« service-public.fr », visant ainsi à promouvoir l'administration française en réseau. De la même façon et par le biais d'hyperliens externes, le site italien présente soit la lecture d'un propos en faveur du gouvernement, soit un descriptif du programme Minerva Europe.

Le site du ministère britannique de la culture, des médias et des sports accueille les internautes en annonçant ses objectifs : « l'amélioration de la qualité de vie pour tous à travers les activités culturelles et sportives, et à travers le renforcement des industries du tourisme, de la création et des loisirs ». Ce message confirme la volonté politique de lier le secteur culturel et la diversité de ses activités à ses applications industrielles et marchandes – y compris les médias avec le sport. Le site britannique affiche, en effet, une politique culturelle ne créant pas de frontières entre les musées et les sports ; entre le tourisme, les jardins et les casinos. Il semble qu'aucune activité ne soit valorisée au détriment d'une autre. Le site vise, dès lors, autant la promotion du tourisme que celle d'un ministère cherchant à embrasser une multitude d'activités aussi différentes que la loterie et l'architecture. Il y est fait mention, par ailleurs, de son identifiant institutionnel, par l'affichage du *Department for culture, media and sport* (DCMS), dès lors associé à l'idée de transparence liée à sa publication sur l'internet. En faisant apparaître le logo institutionnel, accessible en permanence, grâce à un design qui simule que l'on a « gratté » la couleur opaque (bleu foncé) du bandeau, le ministère entend communiquer par le biais de la métaphore sa politique culturelle.

Le ministère allemand structure son site en fonction des échelons administratifs (local, régional, fédéral) et détaille ses politiques culturelles à ces différentes échelles. Le site encourage les petites institutions culturelles à mieux communiquer, dans la lignée des transformations culturelles consécutives aux années 1980 en RFA et visant à démocratiser la culture et son accès. Le site rappelle, dès l'introduction, la nécessité d'atteindre de nouveaux publics et d'éveiller la curiosité des jeunes générations pour susciter un désir de culture. Dès lors, il reflète l'organisation fédérale des politiques culturelles et des actions conduites aux différents niveaux administratifs (aux niveaux du *Bund*, des *Länder*, à l'international).

Le site canadien véhicule les valeurs du multiculturalisme, l'importance du régionalisme et du bilinguisme, en lien avec la culture bicéphale du Canada. Les sites américains analysés démontrent l'organisation à trois niveaux : national, de l'État et de la société civile. La diffusion et la communication des sites sont différentes selon l'identité de chaque État. De fait, aucun portail ne permet l'accès à l'ensemble de l'offre culturelle en ligne et ce sont les

internauts qui doivent, par le biais de leur navigation, construire et sélectionner leurs informations concernant les activités et les politiques culturelles américaines.

La numérisation, l'édition, la diffusion et la communication sur l'internet semblent donc concourir à démocratiser l'accès au patrimoine rejoignant l'idée que l'internet serait un agent de renouveau démocratique (Garnham, 2000).

IV - Les politiques culturelles et la société de l'information : quelles évolutions avec l'internet ?

L'internet est un outil que s'approprient l'État et les collectivités locales et il est porteur d'un projet de rénovation et de modernisation du service public. L'analyse des sites web de la culture dans différents pays européens permet de mettre au jour les processus de production d'une communication institutionnelle, de s'interroger sur la contribution de l'internet dans l'effort de lisibilité et de légitimation entrepris par les États européens dans le domaine culturel. Cette analyse conduit, de fait, à interroger le discours public sur la culture.

Notre contribution porte sur la structure et le mode de construction du site comme sur la rhétorique véhiculée à travers eux. Ces sites d'informations constituent aussi une vitrine idéologico-politique destinée à diffuser une image homogène de la culture et à assurer sa visibilité auprès d'un public que l'on suppose diversifié. En dernier lieu, en effet, la mise en ligne de sites web institutionnels consacrés à la culture a pour vocation d'œuvrer en faveur d'une démocratie participative.

Dans leur ensemble, ces sites constituent des centres de ressources, des pôles d'informations et des relais d'échanges ouverts à différents réseaux associatifs, culturels et sociaux. Le principe établi est celui de l'échange et de la mutualisation des ressources, parfois, d'un accès différencié aux ressources disponibles (identification de différentes catégories d'utilisateurs et élaboration partielle du site par et pour les professionnels de la culture). La volonté de mobiliser la société civile par l'usage du réseau est ici une constante que l'on retrouve dans le discours produits par les sites. Le web modifie-t-il pour autant les conditions d'accès à la culture ? Il permet, certes, de mutualiser les ressources, et il offre un nouveau mode d'accès gratuit à la culture comme lieu ouvert en permanence, mais il s'agirait de savoir s'il conduit à renouveler les pratiques culturelles ? Cette interrogation pourrait constituer un prolongement possible de cette étude.

L'ergonomie souvent simple des sites assure une présence, parfois minimale, parfois extensive, dans l'espace numérique. Cet espace culturel numérique a l'avantage d'offrir davantage de lisibilité au travail accompli. Le recours à cette nouvelle technologie est devenue partie intégrante du discours public sur la culture. Ce discours considère, en effet, l'internet comme un moteur essentiel du changement social, politique et organisationnel. Dans cette perspective, cette technologie devrait contribuer à accroître la souplesse, la réactivité et la transparence de la communication. L'avantage de ce média est qu'il autorise un engagement visible, immédiat et interactif beaucoup plus qu'en passant par la presse écrite : l'internet constitue donc une forme spécifique de discours médiatique sur la culture. Devenu incontournable, cet outil médiatique est jugé de manière globalement positive. Il véhicule une vision moderne, dynamique et jeune de la communication politique : « Ce modernisme participe à l'idée selon laquelle tout progrès technologique constitue en matière de communication une avancée intéressante dans l'élargissement de l'espace public » (Magniant, Villalba, 2002, p.139). Il s'agit d'investir ce nouvel espace politique et de gagner ainsi en légitimité.

Le bilan de l'analyse des sites retenus articule deux types de variables :

. la structure du site (la mise en scène)

Bien souvent, la sobriété de la mise en page tend à prouver que c'est l'objectif informationnel qui prime. L'espace d'affichage et de navigation sur l'internet est devenu une scène culturelle. La transmission immédiate des informations d'une personne à l'intention de plusieurs personnes, ainsi que la transformation des notions de temps et d'espace forment une des caractéristiques principales de ce mode de communication. Les anciens modèles reposaient sur un mode linéaire, « positiviste » (Muchielli, 2000), aujourd'hui ils laissent place à des modèles constructivistes tels que le modèle de l'hypertexte, grâce auquel la communication se construit au fur et à mesure. Le dispositif communicationnel relie un territoire virtuel (le paysage culturel) à une entité déterritorialisée (la culture) mais dont les usages renvoient à un territoire singulier (l'offre culturelle) (Serfaty, 2002).

. le contenu)

En premier lieu, la trame narrative a pour objectif d'œuvrer au service de la culture, afin de lui conférer une notoriété culturelle, d'informer sur les produits culturels, de susciter un attrait culturel, de distinguer le secteur culturel par rapport à d'autres secteurs d'intervention

publique : dès lors, il s'agit de faire connaître, fidéliser, faire agir. Tout doit concourir au développement de la culture et des pratiques culturelles.

En second lieu se greffe le motif des relations étroites qui unissent les TIC à la démocratie de proximité (Magniant, Villalba, 2002, p.135). Les TIC sont pensées comme un outil de renouvellement des formes de participation démocratique ; l'innovation technologique est perçue comme facteur de progrès politique. La transparence est un des maîtres mots de cette dimension démocratique : elle permet un accès immédiat aux sources et une appropriation personnelle de l'information. L'interactivité affichée présente la figure d'un usager actif, d'un citoyen soucieux de construire sa propre information : elle s'inscrit dans une logique d'accès à l'information, de réappropriation et de reformulation du message. Enfin, le site web permet une abolition des contraintes spatiales (géographie physique et institutionnelle) et, de fait, une fragmentation des intérêts et une individualisation des pratiques sociales. Cette démocratie du contact, du lien, du terrain appartient à la « rhétorique de la proximité » (Lefebvre, 2001) et affiche la possibilité de refonder les liens sociaux et politiques. Cette vision traditionnelle de la proximité passe d'abord par la promotion : assurer d'abord la présence de la culture sur la scène médiatique.

Le mythe de la transparence politique en matière des politiques culturelles nationales et supranationales ressurgit avec le développement de l'internet culturel. Le potentiel de l'internet concourt à l'élaboration d'un imaginaire collectif, à la construction d'une « communauté imaginée » (Anderson, 1987) : en somme, il accompagne l'imaginaire d'une société civile exerçant un droit de contrôle sur le système politique et garantissant ainsi l'intérêt général. Or, l'analyse des sites des ministères et institutions en charge de la culture permet de constater une transparence limitée, mais également de nouveaux rapports qui peuvent s'instaurer entre citoyens et institutions publiques.

La numérisation des fonds patrimoniaux, leur édition et leur publication sur l'internet, favorisent une connaissance et une conscience nationale et européenne des politiques culturelles à l'œuvre. La publication internet peut également contribuer à l'élaboration d'un esprit critique qui oblige les administrations à expliciter leurs orientations dans le secteur culturel. Mais, les choix des institutions en matière de communication ne semblent pas concourir à la formation d'un espace de débat propice à l'engagement citoyen. Sans doute sont-ils toujours les mêmes, citoyens et/ou experts, même en nombre restreint, à pouvoir et vouloir intervenir dans la discussion publique pour peser sur les décisions ; tandis que

l'incitation à participer au débat public en déposant, en ligne, ses avis et suggestions entretient l'illusion d'une interaction potentielle permanente avec le tissu administratif.

Dès lors, l'évolution des politiques culturelles sur l'internet n'est perceptible que dans la vitesse de transmission et non pas dans l'élargissement des publics concernés. L'internet permet de diffuser plus largement les informations culturelles (à la différence du faible potentiel détenu par les publications imprimées et les médias traditionnels) mais n'augmente pas la capacité des citoyens à participer à leur élaboration. Le contexte demeure celui d'un flux permanent d'informations, maîtrisé avant tout par les institutions, qui les organisent et les éditent de façon fragmentée : elles deviennent ainsi des médiateurs légitimes, garants de la conservation, la valorisation et la diffusion du patrimoine, dotés désormais d'un outil supplémentaire, l'internet.

En conclusion, nous pouvons interroger les effets induits par la technique sur les relations sociales et liés au processus d'innovation considéré comme un « système de relations sociales qui se met en place autour d'une technique mais aussi par l'intermédiaire de celle-ci » : autrement dit il s'agit de réfléchir à la spécificité de cette nouvelle « configuration socio-technique » (Vedel, Vitalis, 1994). La rencontre entre les TIC et la culture permet-elle de penser que s'imposent de nouvelles formes de légitimation de l'action publique ? L'internet constitue-t-il une simple médiation technique purement instrumentale ou transforme-t-il les modalités de la communication politique ? Comme dans le cas d'autres supports de communication, internet constitue un instrument de pouvoir symbolique et d'action publique, autant que d'information (Sfez, 1993).

Références

- Boltanski L. (2002). Rencontre du 21 mai 2001 / Dijon, L'assemblée théâtrale, Les éditions de l'amandier.
- Castells M. (1998) La société en réseaux, Paris: Fayard.
- Dalbéra J.-P. (2001) Interview en ligne
<http://www.captaindoc.com/interviews/interviews04.html>
- Dalbéra J.-P., Foulonneau M. (2003). Recherche et numérisation du patrimoine culturel Ichim 2003, Paris (<http://www.ichim.org>)
- Garnham N. (2000). La théorie de la société de l'information en tant qu'idéologie. *Réseaux* 101, Paris: France Télécom R&D / Hermès Science Publications.
- Ipsos Insight (2003), in Le Journal du Net, mise à jour : 19/04/2004 : http://www.journaldunet.com/cc/01_internautes/inter_nbr_mde.shtml
- Lefebvre R. (2001). Rhétorique de la proximité et crise de la représentation, *Cahiers lillois d'économie et de sociologie* 37, Paris: L'Harmattan.
- Magniant S., Villalba B. (2002). Mobilisations politiques locales et NTIC. Étude de cas : Le Michigan et le NPDC. In V. Serfaty (Ed.) *L'Internet en politique : des États-Unis à l'Europe*, Strasbourg: Presses Universitaires de Strasbourg.
- Mattelart A. (2001) Histoire de la société de l'information, Paris: La découverte.
- Rencontres francophones Nouvelles Technologies et Institutions Muséales, atelier de réflexion « les professionnels des musées », Dijon, les 18 et 19 mars. En ligne: <http://www.ocim.fr/RencontresNTIC/rencontrestriologie.htm>
- Serfaty V. (Ed.) (2002). *L'Internet en politique : des États-Unis à l'Europe*, Strasbourg: Presses Universitaires de Strasbourg.
- Sfez L. (1993). Dictionnaire critique de la communication, Paris: PUF.
- Vedel T. (2003). L'idée de démocratie électronique. Origines, visions, questions. In sous la direction de P. Perrineau (Ed.), *Le désenchantement démocratique*, La Tour d'Aigues: Editions de l'Aube, 243-266.
- Vitalis A. (1994), Médias et nouvelles technologies : pour une socio-politique des usages, Rennes: Ed. Apogée.
- Vitalis A. (1999). Le déni du politique. In Proulx S. et Vitalis A. (Ed.), *Vers une citoyenneté simulée. Médias, réseaux et mondialisation*, Rennes: Ed. Apogée, 35-55.