



Organisation
des Nations Unies
pour l'éducation,
la science et la culture



Diversité
des expressions
culturelles

9 IGC

CE/15/9.IGC/INF.7
Paris, 20 novembre 2015
Original : anglais

COMITÉ INTERGOUVERNEMENTAL POUR LA PROTECTION ET LA PROMOTION DE LA DIVERSITÉ DES EXPRESSIONS CULTURELLES

Neuvième session ordinaire
Paris, Siège de l'UNESCO
14–16 décembre 2015

DOCUMENT D'INFORMATION

**Défis et opportunités pour la diversité des expressions culturelles
dans le domaine numérique en Asie de l'Est**

Hye-Kyung Lee (King's College, Londres)
et Lorraine Lim (Birkbeck College, Université de Londres)

Contexte

Les dernières décennies ont été celles d'une expansion impressionnante des technologies numériques. La numérisation a transformé les écologies culturelles aux niveaux national, régional et mondial, offrant de nouveaux moyens de production culturelle, facilitant la diffusion de la culture et encourageant la créativité des consommateurs eux-mêmes. Avec cette transformation, la frontière existant entre local et global, entre production et consommation, et entre culture et médias est de plus en plus floue, ce qui donne lieu à de nouvelles formes de créativité et à de nouveaux modes d'interactions culturelles. Pourtant, la technologie numérique est considérée comme neutre : elle permet potentiellement la diversification des expressions culturelles et l'expansion de l'accès du public à ces expressions, sachant que ces nouvelles opportunités sont également synonymes de difficultés et d'inquiétudes portant, notamment, sur la fracture numérique et la concentration des plateformes numériques.¹

Alors que « le numérique » est devenu une caractéristique déterminante de la vie culturelle contemporaine, toute discussion sur la diversité culturelle devrait accorder une attention particulière à ses impacts et implications, comme l'a noté l'UNESCO lors de la Session d'échange sur la diversité des expressions culturelles à l'ère numérique (juin 2015). Il est particulièrement important d'amener la question du numérique compte tenu de l'accent mis par la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de 2005 (ci-après la Convention de 2005), sur les industries culturelles qui sont très affectées par l'utilisation accrue des technologies numériques et des communications en ligne. Le texte actuel de la Convention fait référence aux technologies de l'information et de la communication et aux « nouvelles technologies », mais la manière dont ces technologies sont liées à la diversité des expressions culturelles doit encore être explorée. De la même manière, la Convention ne prévoit pas de recommandations spécifiques à la numérisation de la culture. La numérisation ne consiste pas simplement à appliquer les technologies numériques à la culture, elle implique également que la diffusion globale de la culture telle qu'elle a lieu aujourd'hui soit capturée par la notion d' « échanges culturels » plutôt que par le « commerce culturel », dont les effets ont été la principale préoccupation de la Convention. C'est la raison pour laquelle il est temps, pour ne pas dire urgent, d'explorer la nature et les impacts de la numérisation pour ce qui concerne l'objet, le champ d'application et la mise en œuvre de la Convention.

Le présent rapport a pour objectif de comprendre les opportunités et les défis de la numérisation sur la diversité dans le contexte des industries culturelles et des arts en Asie de l'Est. Cette région couvre à la fois l'Asie du Nord-Est et l'Asie du Sud-Est, où se trouvent plusieurs pays à la pointe des industries culturelles ainsi que ceux qui rattrapent rapidement leur retard en matière de nouvelles technologies afin de renforcer leur économie numérique. Le rapport reconnaît que l'Asie de l'Est est une vaste région qui compte de nombreux types de sociétés différentes et des pays variés en termes de situation géographique, de taille, de puissance économique et de niveau de développement de leur économie numérique. Les pays qui seront étudiés ici sont : la Chine, Singapour, la République de Corée, la Thaïlande et le Viet Nam. Bien que les pays choisis ne soient pas des exemples représentatifs, ils donnent des aperçus importants des diverses manières dont les politiques et les secteurs culturels d'Asie de l'Est réagissent à la numérisation et la manière dont l'agenda de la diversité des expressions culturelles peut désormais être traité et affirmé suivant le contexte politique, social et culturel de ces pays. Afin de privilégier des recherches et des discussions précises, le présent rapport porte principalement sur les secteurs des arts (de la scène et visuels) et de l'audiovisuel (télévision, cinéma et musique).

¹ CEIM (2015) Pour une culture en réseau diversifiée : adapter la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles à l'ère numérique <http://www.ieim.uqam.ca/IMG/pdf/rapportcdcc-court-en-finale.pdf> (dernier accès 1^{er} août 2015). Page 9.

Nature et champ d'application de la numérisation

Dans le présent rapport, la définition pratique de la numérisation correspond à l'application des technologies numériques et des communications en ligne à la production, la diffusion et la consommation de biens et services culturels. Cette définition suggère que les implications globales de la numérisation sur la culture peuvent être résumées comme suit :

- **Dématérialisation** : avec la transformation des produits culturels en données numériques immatérielles, la distinction entre biens et services s'estompe et les contenus culturels deviennent faciles à stocker, à reproduire, à diffuser et à archiver. La dématérialisation présente le potentiel de réduire les coûts de la production et de la distribution de la culture et d'en élargir l'accès public. Néanmoins, des tensions s'exacerbent quant aux droits de propriété et au contrôle des contenus numérisés/reproduits et à leurs échanges en ligne.
- **Connectivité** : la numérisation facilite les connexions en ligne, les rend moins onéreuses et immédiates entre producteurs, entre producteurs et consommateurs et entre consommateurs. Ce constat s'accompagne d'une connectivité transnationale/régionale accrue qui efface les barrières temporelles, géographiques et linguistiques.
- **Convergence** : des domaines d'activités jusqu'ici distincts sont de plus en plus intégrés et les limites entre production, distribution et consommation culturelles s'estompent, ce qui facilite la créativité des consommateurs et entraîne la fusion du secteur culturel existant et des nouveaux médias.

Une tendance identifiée dans le cadre de la numérisation est la priorité qu'elle accorde aux industries culturelles commerciales et une sur-généralisation du fait que tout est et peut être numérisé. Il est toutefois important de reconnaître l'existence d'expériences différentes en termes de numérisation ainsi que la répartition inégale de ses impacts d'un secteur à l'autre. Par exemple, le discours relatif à la numérisation des industries culturelles et créatives est dominé par des points de vue économiques tandis que les parties prenantes du monde des arts, les services publics de radiodiffusion et les politiques relatives au patrimoine tendent à s'en servir pour l'accessibilité du public, de l'éducation et de la diffusion. Dans les domaines des arts et du patrimoine qui requièrent un espace physique de consommation collective, les limites de la numérisation peuvent être observées à de nombreux égards. Dans les pays d'Asie de l'Est étudiés, ces limites sont reflétées par l'absence, vis-à-vis de la numérisation, d'un cadre politique cohérent couvrant l'ensemble du secteur culturel.

Le rapport souligne également que la phase ou le rythme de la numérisation de la culture diffère d'un pays d'Asie de l'Est à l'autre dans la mesure où ceci est étroitement lié au développement économique et aux capacités du pays en matière d'infrastructures.. Alors que ceux dont l'économie est relativement moins développée, tels que la Thaïlande et le Viet Nam, sont confrontés à des problèmes de fracture numérique et d'exclusion, il existe aussi la possibilité d'un « bond de téléphonie mobile » puisque les pays étant jeunes sur le plan démographique² et ayant une population qui considère les communications mobiles comme une part essentielle de sa vie culturelle et sociale quotidienne.³

² La proportion de jeunes (0-14 ans) parmi l'ensemble de la population du Viet Nam, de la Thaïlande et de la Chine est respectivement de 23,1 %, 17,7 % et 17,2 %. Voir le document « World Population Prospects: Key Findings and Advance Tables » (Perspectives de la population mondiale : principaux constats et tableaux avancés) de l'ONU (2015). <http://www.un.org/en/development/desa/population/events/other/10/index.shtml> (au 10 octobre 2015).

³ CEIM (2015) Pour une culture en réseau diversifiée : adapter la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles à l'ère numérique <http://www.ieim.uqam.ca/IMG/pdf/rapportcdcc-court-en-vfinale.pdf> (dernier accès 1^{er} août 2015). Page 10.

Arts, créativité et limites de la numérisation

La dématérialisation, la connectivité et la convergence indiquent les possibilités de nouveaux processus et méthodologies dans le cadre de la création artistique, donnant lieu à de nouvelles formes d'expression créative et à des manières innovantes de communiquer avec un public. Dans les pays d'Asie de l'Est étudiés, des peintres, sculpteurs et architectes utilisent activement les technologies numériques telles que l'échantillonnage, la simulation et l'impression 3D dans le cadre de leur production de formes d'art existantes.⁴ En outre, un nombre croissant d'artistes font appel aux technologies numériques et à l'engagement en ligne pour créer de nouvelles expressions esthétiques et définissent leurs œuvres comme relevant de « l'art médiatique contemporain », de « l'art numérique » ou de « l'art social (médiatique) ». ⁵ Ces expressions culturelles s'appuient sur la convergence entre l'art, l'informatique, le codage, les médias, les réseaux sociaux et la réalité virtuelle, et sur des modes d'exposition et de représentation interactifs. Ces nouvelles œuvres médiatiques et numériques sont susceptibles d'être dématérialisées et, par conséquent, faciles à partager via les espaces numériques et les réseaux sociaux. Elles peuvent être accessibles et sont facilement acceptées par les consommateurs de culture contemporains et, notamment, les jeunes, dont la vie culturelle quotidienne est fortement influencée par les nouveaux médias et la connectivité en ligne. D'un autre côté, elles sont reconnues comme de nouvelles formes d'art pour lesquelles les connaissances professionnelles et l'expertise sont avancées. Dans l'esprit de la Convention de 2005 qui encourage les pays à développer des mesures pour prendre soin et soutenir les artistes et les autres intervenants de la création des expressions culturelles (Article 6. g), les responsables politiques devraient considérer des moyens efficaces d'aider les artistes et les communautés artistiques qui font activement appel aux nouvelles technologies à générer de nouveaux types de créativité et d'opportunités.

Outre l'élargissement des processus créatifs et la stimulation de nouveaux types de créativité, les technologies numériques ont contribué à d'importants changements dans nos manières d'enregistrer, de préserver et d'archiver les expressions culturelles existantes, surtout dans les domaines des arts et du patrimoine culturel. Bien que les pays étudiés n'aient pas de cadre politique cohérent sur la numérisation de la culture, des efforts ont néanmoins été déployés pour numériser, cataloguer et archiver dans ces domaines. Les responsables politiques d'Asie de l'Est considèrent les archives culturelles numériques non seulement comme des ressources culturelles publiques, mais également comme de potentielles sources d'inspiration pour les industries culturelles commerciales. Ces deux dernières décennies, la République de Corée n'a cessé de développer un certain nombre d'archives culturelles numériques telles que les archives numériques des arts de la scène, les archives artistiques du Conseil des arts de Corée (qui incluent une archive numérique), les archives du Gugak (musique coréenne traditionnelle) qui comprennent des ressources numériques et les archives cinématographiques coréennes (qui comprennent également une archive numérique). De la même manière, la Chine a beaucoup investi dans la numérisation de sa culture populaire et de son patrimoine culturel et des institutions clés telles que le Musée Gugong (Cité Interdite) et le centre de recherche de Dunhuang ont accompli des progrès importants dans la numérisation de leurs collections avec l'aide du gouvernement. Le Viet Nam développe également des archives culturelles telles que le Centre national du patrimoine culturel qui conserve des contenus culturels enregistrés sur supports numériques. À Singapour, le Conseil du patrimoine national vise aujourd'hui à numériser tout objet de sa collection afin de pouvoir proposer une collection et un portail en ligne sur lequel le grand public, les étudiants, les éducateurs et les chercheurs pourront télécharger des images à des

⁴ « 3D-printed artwork reaches viewers » (les œuvres imprimées en 3D trouvent leur public) <http://vietnamnews.vn/life-style/264041/3d-printed-artwork-reaches-for-viewers.html> (au 24 septembre 2015) et « The Today Art Museum show features augmented reality display » (exposition en réalité augmentée au Today Art Museum) <http://www.ecns.cn/cns-wire/2015/08-28/179038.shtml> (au 24 septembre 2015).

⁵ « Twitter and online replies become material for art making: social art is rising in the age of SNS » (Twitter et les commentaires en ligne alimentant la créativité artistique : l'ascension de l'art social à l'heure des SNS) <http://www.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=2012040188051> (au 24 septembre 2015).

fins d'utilisation future. Centre 42, un organisme qui soutient les œuvres des écrivains et des artistes afin de créer du travail pour la scène singapourienne, a pour but de créer une archive numérique des œuvres théâtrales de Singapour en numérisant les informations et les artefacts audio et visuels des productions théâtrales.

Opter pour le numérique et la communication en ligne offre aux organismes culturels tels que les musées, les galeries et les théâtres, de nouveaux modes de communication et de diffusion de leur travail. Ceux-ci ont commencé à montrer leurs collections, expositions et clips vidéo de spectacles et de débats sur leurs sites Web et à s'adresser au public des réseaux sociaux et des services de messagerie. Il convient cependant de remarquer que les produits de ces organismes ne peuvent être complètement numérisés et que leurs espaces en ligne sont relativement moins importants que leurs espaces physiques, leurs collections matérielles et les interactions humaines. Bien sûr, certains sites proposent des contenus exhaustifs : informations aux visiteurs, expositions en ligne, clips vidéo (tels que les sites du Centre national des arts de la scène, en Chine, du Musée national d'art de Chine, et de la Galerie nationale de Singapour, qui devrait ouvrir prochainement). Les organisations semblent vouloir privilégier l'utilisation de ces espaces numériques pour promouvoir leurs produits hors ligne plutôt que de créer de nouveaux contenus spécifiquement conçus pour les plateformes en ligne, manifestant ainsi clairement les limites de la numérisation de ces contenus et formes d'art qui nécessitent un support, un espace et un déploiement d'activités physiques. Bien que le Centre des arts de Séoul ait lancé la série « SAC on Screen » en 2014,⁶ la diffusion en ligne des spectacles n'est pas une pratique courante dans les pays d'Asie de l'Est étudiés. Pour ce qui est des organismes plus modestes bénéficiant de moindres ressources, leurs espaces en ligne servent principalement à la diffusion d'informations, dans la mesure où le développement d'une interface numérique interactive nécessite souvent un investissement conséquent. Le fait que la diffusion en ligne puisse représenter la voie à suivre fait l'objet d'une forme de consensus, dans la mesure où certaines organisations d'art commencent à réaliser que les modes de consommation audiovisuelle évoluent et impliquent que le public s'attend désormais à ce que les productions culturelles soient confortablement mises à sa disposition à la demande depuis chez lui. Ce besoin est toutefois tempéré par la crainte que la diffusion en ligne de spectacles implique des coûts supplémentaires et puisse réduire l'impact de leurs offres hors ligne ainsi que leurs taux de fréquentation. Les responsables politiques et autres professionnels interrogés répondent que les services en ligne peuvent offrir une expérience « augmentée » plutôt que de remplacer une présence physique. Les droits d'auteur constituent un autre obstacle : la diffusion en streaming requiert l'affranchissement de droits d'auteur, un processus compliqué et chronophage.

Pour les artistes *underground*, minoritaires et indépendants exclus des canaux de distribution officiels et dominants, l'espace numérique et la connectivité en ligne jouent un rôle essentiel pour toucher le public, parfois au-delà des frontières nationales. Les artistes peuvent promouvoir leurs œuvres et se faire entendre grâce à des canaux en ligne alternatifs, et ne pas confiner leur travail en vertu de paramètres dictés par les courants dominants et la censure. À Singapour, les organisateurs d'événements artistiques pensent que les technologies numériques sont utiles pour créer, diffuser et promouvoir les expressions culturelles de groupes non dominants tels que les travailleurs migrants. Shivaji Das, par exemple, a utilisé Facebook pour s'adresser à la communauté des travailleurs migrants de Singapour originaires du Bangladesh et l'application de télécommunication mobile WhatsApp pour les encourager à participer au premier concours de poésie des travailleurs migrants. Au Viet Nam, Nha San Collective et San Arts, deux studios artistiques indépendants, assurent activement la promotion de leur travail sur les plans national et international via leurs sites Web et les réseaux sociaux. En Thaïlande, les technologies numériques ont permis à un professionnel indépendant d'organiser des ateliers pour apprendre à des habitants du sud du pays à tourner leurs propres courts métrages et pouvoir ainsi raconter leurs histoires. Les technologies numériques aident également les

⁶ <http://www.sac.or.kr/saconscreen/> (dernier accès jeudi 24 septembre 2015).

organisations non gouvernementales telles que la People's Empowerment Foundation à concevoir de nouveaux modèles commerciaux permettant aux communautés minoritaires du nord de la Thaïlande de vendre les produits culturels dérivés de leurs terres et d'essayer de créer une économie autarcique afin de réduire leur dépendances aux aides.

Il serait néanmoins trop optimiste de conclure que la numérisation garantirait automatiquement une plus grande diversité des expressions artistiques. Avec la quantité accrue des contenus numériques et des plateformes en ligne, les artistes *underground* et indépendants des minorités sont constamment confrontés à une concurrence difficile en termes de visibilité et d'attention du public. Attirer le public, conserver son attention et élargir ses perspectives n'est pas chose facile et l'auditoire de ces artistes peut rester restreint. Il n'est pas surprenant de constater que les contenus en ligne de la culture traditionnelle, du patrimoine et des arts indépendants sont éclipsés par les contenus culturels populaires du cinéma, de la télévision, de la musique pop et des jeux. Les nouveaux arts numériques et médiatiques mettent en lumière des liens potentiels avec la culture populaire et une forte connivence avec l'environnement médiatique actuel. Il reste néanmoins à déterminer si ces formes d'art convergentes peuvent gagner en popularité auprès du grand public en Asie de l'Est.

Transformation numérique des industries culturelles

Les responsables des politiques culturelles en Asie de l'Est, les professionnels du secteur et les experts conviennent qu'à l'inverse des arts et du patrimoine culturel, les industries culturelles ont été fondamentalement impactées par la numérisation. Avec la numérisation des produits culturels qui deviennent des produits immatériels, la distinction existante entre des biens physiques et des services n'a plus lieu d'être. En effet, les produits numériques/en ligne remplaçant désormais les produits analogiques/hors ligne : le CD est éclipsé par la musique numérique, les films sont de plus en plus souvent tournés en numérique, les écrans des cinémas sont remplacés par des écrans numériques et les films sont désormais disponibles sur les appareils mobiles et le passage des services de télévision au numérique est en voie de finalisation. Bien que le public culturel de certains pays d'Asie de l'Est (tels que les consommateurs de musique japonais et chinois) continuent d'acquérir des CD pour soutenir leurs artistes préférés,⁷ la croissance de la musique numérique avec les téléchargements et le streaming est une tendance irréversible, et cette transformation s'applique également à d'autres domaines des industries culturelles à différents degrés.⁸ Globalement, les industries culturelles d'Asie de l'Est sont en recul, quels que soit les écarts et les différences entre les pays.

Les technologies numériques et la connectivité en ligne semblent aujourd'hui occuper une place de choix dans le processus de production audiovisuelle. Pourtant, les professionnels du secteur notent que si, dans certains domaines, les coûts ont baissé comme pour la production de multiples copies d'un produit culturel, un tel changement n'implique pas nécessairement une réduction notable des coûts de production puisqu'il reste nécessaire d'investir dans le matériel numérique (pour la production de films 3D, par exemple), les nouvelles technologies et le développement de compétences (telles que la création d'effets spéciaux). Les producteurs culturels et, surtout, les producteurs conventionnels et commerciaux qui sont en concurrence au niveau des parts d'audience, auront de plus en plus besoin de talents dotés des compétences correspondant à ces technologies. L'une des questions clés dont il convient de tenir compte ici est celle de la dépendance inhérente des industries culturelles vis-à-vis des compétences et talents humains qu'il est impossible de

⁷ Personnes interrogées en Chine, et « CD-loving Japan resists move to online music » (Le Japon aime les CD et résiste à la progression de la musique en ligne) http://www.nytimes.com/2014/09/17/business/media/cd-loving-japan-resists-move-to-digital-music-.html?_r=0 (au 31 août 2015).

⁸ Voir le Digital Music Report de l'IFPI (2015). <http://www.ifpi.org/downloads/Digital-Music-Report-2015.pdf> (au 24 septembre 2015) pour les tendances globales à l'échelle mondiale. Concernant le remplacement des ventes de CD par la musique numérique en République de Corée, voir « CD, its bitter disappearance » (CD, une disparition amère) <http://news.kmib.co.kr/article/view.asp?arcid=0923242653&code=13110000&sid1=cul> (au 24 septembre 2015).

remplacer par des processus mécaniques (Baumol et Bowen, 1965).⁹ Conformément aux commentaires de nombreux experts, il s'agit là d'une caractéristique fondamentale des industries culturelles et, plus largement, des « industries créatives », ce qui implique que le coût et les efforts pour générer des idées/contenus créatifs et innovants ne baisseraient pas significativement dans de nombreux secteurs des industries culturelles. Par exemple, d'importants radiodiffuseurs thaïlandais reconnaissent le talent et la créativité des producteurs télévisés indépendants et ont commencé à les embaucher pour produire des contenus destinés à compléter leurs grilles de programmes. En outre, les experts interrogés notent que les activités promotionnelles sur les espaces en ligne populaires pourraient entraîner des dépenses importantes et ainsi limiter l'effet de la réduction des coûts liée à la numérisation.

D'un autre côté, la numérisation a entraîné l'émergence de nouvelles formes de culture populaire telles que les bandes dessinées en ligne (ou webtoons), les web-séries et les émissions de divertissement en ligne. Ces nouveautés sont considérées comme des adaptations à l'univers en ligne de formes existantes de bandes dessinées, séries et émissions de télévision, et commencent à inspirer d'autres types de produits culturels. Dans le cas des web-séries et des émissions de divertissement, leur durée plus courte (de quelques minutes à un quart d'heure par épisode) et la rapidité de leur mise en ligne impliquent des investissements et des obstacles à l'entrée relativement moindres en comparaison avec les productions télévisées et cinématographiques existantes. Ceci en fait un nouveau banc d'essai pour les idées créatives et les nouvelles tendances. La rapide popularité des web-séries est reflétée par le lancement du premier festival des web-séries asiatique, le KWeb Fest, qui s'est tenu à Séoul en juillet 2015.¹⁰

D'après les responsables des politiques culturelles et les professionnels de l'industrie des pays étudiés l'impact de la numérisation se fait, toutefois, plus fortement sentir au niveau de la distribution et de la consommation culturelle plutôt que de la production. Tout d'abord, la distribution se dématérialise, rendant une grande partie des canaux de distribution physique obsolètes et redondants. Ensuite, si les sociétés existantes telles que les radiodiffuseurs terrestres luttent pour subsister, nombre de sociétés basées sur Internet ont profité des opportunités créées par les technologies numériques pour offrir aujourd'hui des contenus culturels sur les nouvelles plateformes médiatiques de différents appareils, et de plus en plus, sur les téléphones mobiles. Cette évolution s'accompagne de l'expansion de nouveaux modèles commerciaux : modèles de diffusion commerciale (contenus gratuits financés par les revenus de la publicité), modèles « freemium » (contenus gratuits et abonnements) et modèles d'abonnement. Pour autant, la popularité de YouTube et des sites chinois de vidéos en ligne tels que Youku Tudou et Sohu montrent que la diffusion « gratuite » des contenus culturels est au cœur de ces nouveaux modèles commerciaux. L'accès des consommateurs aux plateformes en ligne et téléphones mobiles se fait souvent par le biais de réseaux sociaux qui les influencent fortement. Ainsi, la distribution culturelle s'appuie aujourd'hui sur un réseau complexe de plateformes (traditionnelles et nouvelles) fonctionnant sur différents types d'appareils numériques dont une des fonctions premières est la facilité d'utilisation des réseaux sociaux (à l'échelle mondiale et nationale).

Un tel environnement a favorisé le développement rapide de nouvelles sociétés des médias aux niveaux mondial et national. D'après les sondages, YouTube est la plateforme de distribution de vidéo en ligne la plus populaire dans tous les pays étudiés à l'exception de la Chine.¹¹ Ceci peut s'expliquer par l'importance de son catalogue de contenus nationaux et internationaux, et par la gratuité de son modèle d'accès. Un expert des médias coréen

⁹ Baumol, W. et Bowen, W. (1965) « On the performing arts: the anatomy of their economic problems » (des arts de la scène : anatomie de leurs problèmes économiques). *The American Economic Review*, 55(1/2), 495-502.

¹⁰ <http://english.yonhapnews.co.kr/news/2015/07/14/0200000000AEN20150714002900315.html> (au 31 août 2015).

¹¹ YouTube n'est actuellement pas disponible en Chine.

souligne que, malgré l'apparition régulière de services de diffusion de films et de programmes télévisés payants, les habitants des pays d'Asie de l'Est préfèrent généralement YouTube qui propose de nombreux contenus gratuits. D'un autre côté, la Chine a vu croître de manière extrêmement rapide des sites de vidéo en ligne tels que Youku Tudou, Sohu et Aiqiyi. Ces sociétés sont des locomotives de la nouvelle économie médiatique chinoise : elles ont déjà développé des capacités importantes de création de contenus originaux tels que des web-séries, des films et des séries télévisées, tout en collaborant et en étant en concurrence avec les entreprises de la télévision et du cinéma déjà existantes. L'expansion de ces sociétés en ligne chinoises peut s'expliquer par le terme « Internet plus » qui signifie que ces sociétés basées sur Internet assurent la convergence entre Internet et les industries culturelles traditionnelles, en cherchant de manière proactive, en acquérant, voire en produisant elles-mêmes des contenus culturels.

Dans le même temps, d'autres pays d'Asie de l'Est ont également observé l'expansion de nouvelles sociétés des médias qui sont devenues des acteurs de premier plan parmi les industries culturelles, telles qu'au Viet Nam, par exemple, avec les producteurs de vidéos en ligne que sont Zing TV, Hayhay TV et Soha TV et, en Corée du Sud, Gom TV, TVing, Naver TVcast et des chaînes de télévision par Internet telles que Ole TV, Guchill TV en Thaïlande et Toggle TV à Singapour. Témoins de ces développements, les télédiffuseurs d'Asie de l'Est deviennent eux-mêmes de nouveaux médias qui offrent leurs services via différentes plateformes en ligne. Ceux-ci sont néanmoins confrontés à une sérieuse concurrence de la part des sites vidéo en ligne et des prestataires de télévision par Internet en termes de parts d'audience et de revenus publicitaires (par exemple, les publicitaires chinois préfèrent aujourd'hui diffuser des publicités sur les plateformes en ligne). Par conséquent, pour les radiodiffuseurs du service public, produire des émissions d'actualités et des programmes éducatifs et culturels de qualité et fiables serait une manière efficace de maintenir leur légitimité et leur visibilité. Dans le cadre du développement et de l'expansion rapides des plateformes de contenus en ligne des cinq pays étudiés émerge une tendance à la concentration. Les réseaux ont des effets notables et l'attractivité des plateformes dépend fortement de leurs capacités à offrir un haut débit, à gérer le trafic et à fournir des interfaces utilisateur pratiques, ce qui requiert des investissements importants. D'une certaine manière, la tendance à la concentration qui définissait jusqu'ici la distribution culturelle hors ligne¹² s'applique aussi à la distribution en ligne, un segment sur lequel YouTube et quelques plateformes nationales clés jouent un rôle central.

La Convention de 2005 appelle au développement, pour les industries culturelles, d'un environnement propice à la production, au financement et à la distribution de biens et de services culturels de tous les groupes de la société, y compris les groupes indépendants et issus des minorités. Aussi est-il impératif d'envisager les impacts de la numérisation à cet égard. La pensée commune est que les producteurs culturels en général, et les producteurs *underground* et des minorités en particulier, peuvent bénéficier des technologies numériques et des plateformes en ligne qui leur permettent de réduire leurs coûts et d'identifier plus de débouchés pour la vente et l'exploitation de leurs œuvres. Il convient toutefois de noter ici que les plateformes en ligne populaires fonctionnent sur un mode commercial sans les responsabilités publiques qui étaient jusqu'ici imposées aux chaînes de télévision terrestre traditionnelles (quotas de programmes d'actualités et éducatifs) et aux diffusions physiques (quotas de diffusions). Cette évolution impliquerait notamment que la distribution en ligne de la culture dépend essentiellement du marché, les plateformes investissant principalement dans des contenus populaires. Bien que les contenus *underground* et indépendants soient disponibles sur les plateformes commerciales, ils sont trop souvent « enfouis » (difficiles à trouver parmi toutes les couches de contenus disponibles) et le problème de la diversité culturelle reste entier. En théorie, les producteurs indépendants peuvent produire leurs contenus et les diffuser sur les grandes plateformes gratuitement. En réalité, la majorité de

¹² La concentration de la distribution et de la projection de films traditionnelles, par exemple, est clairement dominée par une poignée de grandes compagnies dans chaque pays, avec des investissements transnationaux ; La Corée du Sud compte 3 grandes compagnies : CGV, Lotte et Megabox ; le Viet Nam : Galaxy Cinema et CGV Cinema ; la Chine, Wanda Cinemas, China Film Stellar Theater Chain et Shanghai United Circuit ; la Thaïlande : GTH et Mediacorp, et Singapour, Golden Village.

ces contenus éprouvent de grandes difficultés à devenir populaires. Il existe des plateformes de contenus indépendants (telles que les deux sociétés coréennes Cine 21 et Indie Plug, qui offrent des contenus de cinéma indépendant), mais elles sont souvent beaucoup plus modestes que les plateformes conventionnelles et leurs opportunités de croissance sont limitées. Ceci s'explique par le fait qu'une plateforme en ligne a besoin d'investissements conséquents en matière de serveurs, de gestion du trafic et de conception d'interface d'une part, et d'attention du public d'autre part, pour fonctionner correctement.

Les espaces numériques et les communications en ligne demeurent toutefois des moyens cruciaux pour que les groupes des minorités et *underground* puissent se rassembler, collaborer et s'engager auprès de leurs publics existants et potentiels. Les communautés LGBT, par exemple, considèrent les espaces en ligne comme une sphère où elles peuvent ouvertement exprimer leur identité, communiquer avec ceux qui s'intéressent à leurs problèmes et organiser des événements tels que des rassemblements LGBT. Le mouvement PinkDot, à Singapour, a utilisé Internet pour s'organiser, inspirant ainsi d'autres rassemblements PinkDot similaires dans d'autres pays. Un universitaire local met l'accent sur un forum en ligne destiné aux femmes LGBT musulmanes qui se sont connectées les unes aux autres, créant un réseau et une source d'information avant d'organiser des réunions hors ligne. Les espaces numériques peuvent servir de médias alternatifs grâce auxquels les jeunes peuvent faire entendre leurs voix. On peut citer en exemple, le groupe indépendant vietnamien Trang, réunissant de jeunes vietnamiens qui ont en commun la passion pour la production de spectacles de divertissement de qualité en rapport avec les modes de vie et de pensée des jeunes. Le groupe a lancé une chaîne YouTube en novembre 2014 sous le nom de Trang TV (en anglais « White TV ») dont le but est de représenter les émotions et les problèmes des jeunes. De la même manière, les utilisations innovantes des nouveaux médias et des réseaux sociaux semblent très importantes pour les musiciens indépendants de Chine qui étaient jusqu'ici confinés à leurs lieux de résidence et éprouvaient des difficultés à élargir leur public. Les musiciens peuvent aujourd'hui collaborer facilement et dépasser ces frontières géographiques via les réseaux sociaux et promouvoir activement leur travail en ligne. Le groupe Hao Meimei, par exemple, utilise de manière proactive Internet et les réseaux sociaux pour partager son travail, et Leah Dou poste ses nouvelles musiques sur Weibo afin qu'elles puissent être partagées et recommandées non seulement par ses fans, mais aussi par les experts en musique présents sur le site. Très dynamique, la scène musicale indépendante bénéficie de la popularité des sites de partage de fichiers musicaux où les musiciens téléchargent leurs nouvelles musiques à des fins de partage (tels que Douban, Xiami et 5SING). Ces plateformes sont également utilisées par des musiciens et des artistes d'autres pays qui espèrent présenter leur travail au public chinois.

Ces dernières années ont également vu l'essor du financement participatif comme mode de financement alternatif de la culture. Dans les cinq pays étudiés, le financement participatif est désormais considéré comme l'un des nombreux moyens de lever des fonds pour les projets culturels, surtout à petit échelle. En Thaïlande, il est utilisé comme un moyen de trouver des fonds dans un secteur bénéficiant de financements publics limités, voire inexistant, et certains artistes visuels ont bénéficié de ce financement participatif pour réaliser des expositions à l'étranger. De la même manière, le projet de financement participatif *The Projector* (2014) a levé des fonds pour restaurer un ancien cinéma qui a rouvert en tant que cinéma d'art et d'essai indépendant à Singapour, où la distribution de films est majoritairement gérée par de grands conglomérats médiatiques. Ce type de financement social en ligne permet aux voix marginalisées de s'adresser aux personnes ayant le même état d'esprit et de diffuser des informations sur leurs problèmes ou d'ouvrir un espace sûr où partager leurs inquiétudes. De la même manière, la production participative (ou la recherche collective de connaissances et de compétences) est utile lorsque des informations et des conseils sont nécessaires, par exemple, lorsque des artistes souhaitent aborder la question complexe de la censure en mettant en contact de jeunes artistes avec des artistes plus expérimentés afin de discuter de potentielles voies à explorer.

En République de Corée, le financement participatif hors ligne n'était jusqu'ici pas très commun, mais était associé au financement de médias et de films alternatifs délivrant un message progressiste comme avec le lancement du journal *The Hangeoreh* (1988), par exemple. Toutefois, avec la popularité croissante de ce phénomène de financement participatif, celui-ci tend de moins en moins à être associé à l'activisme culturel et à être utilisé par les plateformes et les producteurs *underground* et conventionnels. Le site tumblrbug.com, par exemple, est un site de financement participatif spécialisé dans le soutien aux producteurs et aux collectifs culturels indépendants,¹³ alors que Daum, le deuxième plus grand portail Internet du pays, propose également une page de financement participatif de divers projets allant d'œuvres caritatives à la publication de magazines.¹⁴ Un autre signe de la généralisation du financement participatif se trouve dans l'industrie du cinéma chinois. Baidu, Alibaba et Tencun (Tencent) ou, collectivement, BAT (les trois plus grandes entreprises en ligne chinoises respectivement équivalentes de Google, Amazon et Twitter) financent la production de films et intègrent parfois le financement participatif à leur stratégie marketing. Ce mode de financement de la culture semble potentiellement très utile pour les producteurs culturels *underground* et conventionnels dans la mesure où il assure non seulement un financement, mais accroît également l'engagement du public potentiel, grâce au sentiment d'appropriation de ce dernier.

Accès, partage et convergence

La Convention de 2005 encourage l'accès et le partage de contenus culturels vastes et variés, au-delà des frontières géographiques, temporelles et, même, linguistiques, enrichissant ainsi la vie culturelle du public tout en préservant la diversité des expressions culturelles. La numérisation peut contribuer à cet objectif en rendant l'accès du public à la culture plus facile, plus rapide, moins onéreux et de plus en plus transnational. Ce qui est crucial dans ce domaine est que les pays d'Asie de l'Est ont observé une pénétration accrue d'Internet et des infrastructures de télécommunication mobile. Les infrastructures de bande passante et antennes mobiles de Singapour et de la République de Corée sont matures et le taux de pénétration d'Internet y est très élevé. 98,5 % de la population coréenne avait accès à Internet (accès à un téléphone mobiles compris) en 2014¹⁵. À Singapour, le nombre de connexions à large bande dépasse le nombre de foyers (106,6 % en 2015) et, de la même manière, le nombre de téléphones mobiles est supérieur au nombre de citoyens (148 % en 2014)¹⁶. En Chine, le taux de pénétration actuel d'Internet s'élève à 48,8 % (en 2015)¹⁷ mais la taille réelle de la population d'internautes explique la croissance impressionnante des sociétés et services en ligne de ce pays qui est devenu l'une des plus grandes économies numériques de la planète. L'économie numérique chinoise devrait continuer de croître rapidement dans un futur proche, 94,5 % des chinois utilisant aujourd'hui un téléphone mobile¹⁸ et ayant potentiellement accès à Internet via leur téléphone. Dans le cas des pays où les infrastructures Internet ont encore besoin d'être développées, l'impact de la numérisation sur la consommation culturelle peut être relativement moins important. Ces pays ne demeurent pas moins susceptibles de faire l'objet d'une hausse constante des accès mobiles à Internet dans la mesure où les téléphones mobiles font aujourd'hui partie intégrante de la vie quotidienne. En 2014, le taux de pénétration des connexions à large bande n'était que de 8,50 % en Thaïlande, alors que l'on y comptait 144,9 téléphones mobiles pour 100 personnes.¹⁹ Le taux de pénétration d'Internet au Viet Nam s'élève à

¹³ <https://tumblrbug.com/> (au 31 août 2015).

¹⁴ <http://m.newsfund.media.daum.net/> (au 31 août 2015).

¹⁵ Résumé du rapport sur l'étude relative à l'utilisation d'Internet du ministère de la Science, des TIC et de la Planification du futur et de l'Agence sud-coréenne de sécurité Internet (2014). Séoul : MSFP et KISA.

¹⁶ Singapore Statistics (2015) Singapour in Figures (Singapour en chiffres et statistiques). Singstat : Singapour

¹⁷ D'après le 36^e rapport statistique (le dernier en date) sur le développement d'Internet en Chine, publié par le China Internet Network Information Centre, le taux de pénétration d'Internet s'élevait à 48,8% en juin 2015 (488 internautes sur 1 000 personnes).

<http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwzbg/hlwtjbg/201507/P020150723549500667087.pdf> (au 31 août 2015).

¹⁸ D'après les données du site officiel du Bureau national des statistiques de Chine, le taux de pénétration des téléphones mobiles s'élevait à 94,50 % en 2014 (945 utilisateurs téléphones mobiles sur 1 000 personnes). <http://data.stats.gov.cn/easyquery.htm?cn=C01&zb=A0G0X&sj=2014> (au 31 août 2015).

¹⁹ <http://www.nbt.go.th/TTID/> (au 31 août 2015).

42,9 % et l'on y compte 145 mobiles pour 100 personnes (sachant que le taux de pénétration des smartphones est de 36 %).

Il convient de noter que le taux d'utilisation d'Internet parmi les jeunes est très élevé. Par exemple, presque tous les jeunes coréens ont accès aux films et aux contenus télévisés via leurs PC ou leurs téléphones mobiles, parfois par le biais de prestataires de contenus en ligne payants. La Chine a observé une forte hausse du nombre de consommateurs de culture et les industries du cinéma et de la télévision du pays prennent très au sérieux les goûts et les préférences du jeune public et utilise activement les services des réseaux sociaux pour diffuser leurs contenus. Une étude réalisée en 2012 par l'autorité singapourienne en charge du développement de l'information a conclu que presque tous les résidents de Singapour âgés de moins de 35 ans étaient des internautes.²⁰ Dans un contexte similaire, un rapport note que regarder des vidéos en ligne est un passe-temps très populaire au Viet Nam, surtout chez les jeunes,²¹ ce qui indique qu'au fil du temps, la dépendance des sociétés d'Asie de l'Est vis-à-vis d'Internet et des communications mobiles va continuer de croître.

Internet et le nouvel environnement médiatique facilitent ce mode d'économie culturelle alternatif basé sur une production et un partage bénévoles, exemplifié par le succès de Wikipédia et de YouTube et par l'abondance de contenus générés par les utilisateurs sur les réseaux sociaux. Dans l'ère analogique, l'offre de contenus gratuits était possible principalement par le biais de radiodiffuseurs commerciaux dont les revenus dépendaient de la publicité et du soutien public collectif en faveur des institutions culturelles à but non lucratif. L'essor d'Internet a étendu ce modèle commercial à presque tous les domaines de la consommation culturelle et permis une « culture libre » (Lessig 2004).²² Cette médaille a cependant un revers : les fournisseurs de contenus culturels estiment en effet qu'il est de plus en plus difficile de distinguer leurs services payants de l'abondance des contenus gratuits et de la connaissance collective. C'est pourquoi il n'est pas surprenant que le cadre existant sur les droits d'auteur soit fortement remis en cause. Bien que les pays étudiés aient assisté à l'émergence des fournisseurs de films, de musique et de contenus télévisés payants travaillant sur des plateformes variées, la copie et le partage font partie intégrante de l'ère du numérique en ligne.

Tout en reconnaissant que la protection des droits d'auteur demeure un domaine contesté où prévalent différents points de vue et positions, ce rapport met en avant les effets secondaires doubles du partage en ligne non autorisé de contenus culturels tels que la musique, les émissions de télévision et les films, notamment d'Asie de l'Est, au-delà des frontières nationales et linguistiques. Ce type de partage peut accroître le répertoire culturel de la société et faciliter les échanges culturels entre les sociétés. Un exemple est le partage libre des films et des émissions de télévision en langue étrangère : un public avide traduit lui-même la langue d'origine en langue locale, fournit les sous-titres et partage les versions traduites en ligne. Les potentielles violations de droits d'auteur et la baisse d'audience des produits nationaux représentent l'effet négatif de cette activité, puisque les séries et films populaires sud-coréens et les mangas japonais peuvent éclipser les produits vietnamiens.²³ Cependant, l'effet positif inclut les échanges culturels locaux non commerciaux permettant la compréhension mutuelle entre les sociétés au-delà des frontières nationales et linguistiques

²⁰ Infocomm Development Authority of Singapore. (2013) « Annual Survey on Infocomm Usage in Households and Individuals for 2012 » (étude annuelle sur l'emploi de l'infocommunication dans les foyers et chez les individus). Infocomm Development Authority : Singapour

²¹ <http://www.internetlivestats.com/internet-users-by-country/> et <https://www.techinasia.com/vietnam-internet-report-quick-internet-mobile-ecommerce/> (au 1^{er} août 2015).

²² Lessig, L. (2004) « Culture libre : « comment les médias utilisent la technologie et la loi pour confisquer la culture et contrôler la créativité ». Londres : Penguin Books.

²³ Rapport périodique sur la mise en œuvre de la Convention de l'UNESCO sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles du ministère de la Culture, des Sports et du Tourisme du Viet Nam (2013). <https://en.unesco.org/creativity/mr/periodic-reports-available-reports> (au 1^{er} août 2015). Page 18.

(Lee 2011).²⁴ L'explosion des traductions amateurs de produits culturels étrangers et le partage de fichiers en général indique qu'à l'ère du numérique, les consommateurs de culture sont difficiles à gérer et à contrôler, et que le modèle commercial des industries œuvrant dans le numérique devrait identifier un moyen de concilier cette situation avec « l'économie du partage ».

Au centre de l'explosion de l'économie du partage, on trouve l'abondance des contenus générés par les utilisateurs comme nouveau type de divertissement et de culture populaire. Ces créateurs peuvent être considérés comme des « prosommateurs », et leur prolifération implique une diversification du profil des producteurs culturels. Comme l'ont noté de nombreuses personnes interrogées dans les pays étudiés, les contenus générés par les utilisateurs permettent la manifestation de la nature démocratique du numérique et de la mise en ligne de contenus, en facilitant la création, la copie, la modification, la production, la convergence et le partage de contenus culturels, et crée la possibilité d'une économie culturelle alternative basée sur le bénévolat et le partage. La création de contenus générés par les utilisateurs s'apparente à la popularité de la culture des « faiseurs de tendance » et du « faites-le vous-même », où l'esprit de collaboration et de création amateur fait souvent appel aux technologies numériques et à la connectivité en ligne. Non seulement les contenus générés par les utilisateurs apportent plus de diversité aux contenus audiovisuels d'une société, mais ils influencent également les producteurs culturels professionnels en leur donnant des idées originales et innovantes. C'est la raison pour laquelle de grandes sociétés de télévision telles que CCTV (Chine) et VTV (Viet Nam) sont prêtes à interagir avec ce public et, plus particulièrement, avec ses leaders d'opinion en ligne et à s'engager avec eux dans la production de programmes. Ceci signifie que l'on assiste à un changement dans les relations entre producteurs de télévision et leur public. Passant d'une relation hiérarchique à une relation davantage horizontale ou, en d'autres termes, d'une relation contrôlée par le gouvernement à une relation guidée par le marché.

L'abondance des contenus générés par les utilisateurs soulève la question de la propriété des droits d'auteur et du contrôle des contenus créés. Cette question a été posée par de nombreux commentateurs, même si la pratique la plus répandue parmi les réseaux sociaux et les plateformes en ligne consiste à attribuer les droits d'auteur aux utilisateurs tout en conservant le privilège d'utiliser les contenus générés par les utilisateurs.²⁵ À Singapour, la question se complexifie : les droits d'auteur devraient-ils revenir à la plateforme qui héberge les contenus, au créateur ou à l'organisation responsable du processus de numérisation ? La troupe de théâtre nationale The Necessary Stage (TNS) a dû entreprendre la numérisation de ses archives parce que travailler avec des agences d'État telles que le National Library Board ou les Archives nationales de Singapour aurait entraîné une cession de ses droits de propriété intellectuelle. Cela signifiait qu'une fois numérisés, les documents de la TNS auraient pu être mis à disposition de tout tiers intéressé par leur réutilisation sans demander la permission à la TNS.²⁶ Si la TNS et la plupart des organisations artistiques sont ouvertes à l'idée du partage et de la réutilisation de contenus numérisés, le sujet demeure dans une zone d'ombres. Les responsables politiques et les professionnels de la culture doivent considérer que les contenus culturels numériques ne sont plus fixes ou statiques lorsqu'ils

²⁴ Lee, H.-K. (2011) « Participatory media fandom: a case study of anime fansubbing, *Media, Culture & Society* » (participation des fans de médias, une étude de cas du sous-titrage par les fans, médias, culture et société), 33(8): 1131-1147.

²⁵ Les conditions d'utilisation de Facebook et Twitter, par exemple, établissent que leurs utilisateurs leurs octroient des droits non exclusifs, libres de droits (cessibles et pouvant faire l'objet d'une sous-licence) d'utiliser les contenus postés par les utilisateurs. Des versions modifiées et moins strictes de ces conditions sont utilisées par des plateformes locales telles que Daum et Naver en Corée du Sud et STOMP à Singapour.

²⁶ Concernant les agences gouvernementales et les chercheurs, les lois sur les droits d'auteur et la propriété intellectuelle sont encore en voie de développement à Singapour. Les agences publiques attendent de savoir si les droits d'auteur de contenus qu'elles auraient numérisés elles-mêmes leur appartiendront. Cette approche fait actuellement l'objet de contestations parmi les organisations artistiques de Singapour. L'idée que la numérisation ait lieu à des fins d'archivage et que la réflexion sur l'utilisation ultérieure de ces documents reste limitée pose aux agences gouvernementales un problème important dans un domaine où le partage et les contenus générés par les utilisateurs deviennent la norme. Les chercheurs interrogés ont indiqué qu'il était possible de faire évoluer cette réflexion si une analyse de rentabilité était réalisée, sachant que la création d'archives documentaires dans les secteurs artistique et culturel ne fait généralement pas l'objet de ce type d'analyse.

discutent des droits des créateurs de contenus, des rôles et des responsabilités des plateformes en ligne qui hébergent ces documents et de la nature évolutive de la consommation culturelle. Ils devront également reconnaître que l'environnement en ligne et la consommation de culture numérique requièrent une protection des droits d'auteur différente de celle des produits culturels hors ligne. Par ailleurs, le développement d'une politique relative aux droits d'auteur doit non seulement tenir compte du champ d'application national et international de certaines de ces plateformes en ligne, mais également reconnaître que les possibilités de nouvelles expressions culturelles reposent sur des contenus culturels protégés par le droit d'auteur existants.

Le renforcement de la connectivité en ligne et la prolifération de l'expression personnelle suggèrent la possibilité d'une évolution de la relation entre les responsables des politiques culturelles et les consommateurs de culture ordinaires vers une relation plus directe et équitable. Cette évolution pourrait aussi élargir le champ des discussions sur les politiques culturelles auxquels participent les parties intéressées telles que les responsables politiques du gouvernement, les établissements culturels publics, les groupes de la société civile et les communautés des consommateurs de culture. Dans certains pays d'Asie de l'Est tels que la République de Corée et Singapour, des efforts notables ont été consentis pour faire participer la société civile aux discussions politiques et à la gestion des organisations culturelles. Les outils numériques et en ligne sont des éléments clés de ces progrès. Les documents et informations politiques sont disponibles en ligne via les sites web du ministère et des agences concernées, et certains pays ont créé un espace politique en ligne dédié où les membres du public peuvent visualiser les statistiques et les documents politiques liés à la culture : le portail des statistiques culturelles du ministère coréen de la culture²⁷ en est un excellent exemple. À Singapour, REACH est un site en ligne qui permet aux citoyens de participer et de donner leur avis sur diverses initiatives du gouvernement.²⁸ En Chine, le gouvernement et des organisations publiques étendent leurs communications en ligne aux membres du public et, notamment, via l'utilisation active de plateformes sociales telles que WeChat. Pour autant, les activités en ligne des responsables politiques ont principalement pour but de diffuser et de promouvoir la politique culturelle du gouvernement et les informations y afférentes plutôt que de révolutionner la participation des citoyens.

Pendant ce temps, des groupes et des communautés ont un accès limité aux contenus numérisés et aux opportunités d'expression personnelle en raison du manque d'infrastructures Internet (tels que les résidents des zones rurales en Thaïlande, au Viet Nam et en Chine), et de certains styles de vie qui ne sont pas en accord avec les communications en ligne (chez les personnes âgées de la République de Corée et à Singapour, par exemple). On observe également une pénurie de connaissances et de compétences (chez les immigrés et les migrants de la République de Corée, de la Thaïlande et de Singapour, par exemple²⁹) et de ressources financières (pour les personnes vivant dans la pauvreté, y compris les minorités ethniques les plus modestes). Il est important de noter que, pour la plupart des habitants d'Asie de l'Est aujourd'hui, le téléphone mobile est un appareil crucial qui leur permet d'être connectés et d'avoir potentiellement accès à des contenus culturels via Internet. C'est pourquoi le renforcement des infrastructures de téléphonie mobile et la mise en place de formations appropriées pourraient élargir les bénéfices de la numérisation et réduire les fractures géographiques, générationnelles et socioculturelles.

Une autre tendance est la marginalisation accrue des locuteurs issus des minorités ethniques à cause du vaste partage et de la large consommation en ligne de produits populaires dans les langues dominantes. Les responsables politiques et les professionnels de la culture indiquent que les cultures des minorités ethniques sont considérées comme des éléments qu'il convient de conserver sur des supports numériques plutôt que de les

²⁷ <http://www.culture.go.kr/index.do> (au 1^{er} août 2015).

²⁸ <https://www.reach.gov.sg/> (au 4 octobre 2015).

²⁹ La Silver Arts Initiative du National Arts Council de Singapour est l'une des initiatives dont les programmes incluent le financement d'ateliers permettant aux seniors de Singapour (personnes de 60 ans et plus) d'assister à des cours de cinéma.

promouvoir dans le cadre de la culture numérique contemporaine de la région. La faible visibilité des cultures des minorités ethniques en ligne, en Chine et au Viet Nam, par exemple, peut s'expliquer par le manque de ressources et de compétences de ces groupes minoritaires. Un autre problème rencontré par les groupes des minorités ethniques est que le grand public perçoit souvent leurs cultures comme traditionnelles, voire démodés. Même s'ils sont capables de mettre en valeur leurs cultures à l'aide des technologies numériques, ces groupes peuvent éprouver des difficultés à remettre en cause l'opinion du public et à promouvoir leurs créations contemporaines. Par exemple, un chercheur qui travaille avec des groupes minoritaires en Thaïlande décrit le cas des Akha, un groupe minoritaire du nord de la Thaïlande qui a lancé une campagne en ligne pour changer les paroles d'une chanson du folklore de sa communauté, très populaire en Thaïlande depuis les années 1970. Les Akha avaient le sentiment que les paroles originales de la chanson avaient mal été interprétées et représentaient défavorablement leur culture en dépeignant les femmes Akha comme étant sexuellement permissives, mais leur campagne a échoué en raison de l'impossibilité de faire évoluer l'état d'esprit culturel dominant en Thaïlande. Pourtant, ce genre d'efforts ascendants continue d'être déployé : l'une des principales motivations de l'organisation du concours de poésie pour les travailleurs migrants, par exemple, était selon l'organisateur de donner une image positive des travailleurs migrants de Singapour et de proposer une alternative à la perception conventionnellement négative de cette communauté malgré sa taille réduite.

Coopération dans la région et au-delà

La Convention de 2005 souligne l'importance d'une coopération internationale dans plusieurs de ses articles (Article 12 et suivants). L'ensemble des pays d'Asie de l'Est étudiés se sont engagés dans différents projets internationaux de collaboration et d'échanges culturels. Plusieurs formes de collaboration ont été activement mises en place entre les industries culturelles de différents pays : de la coproduction audiovisuelle au transfert de format, en passant par des investissements transasiatiques dans les chaînes de cinémas et les agences de divertissement et la création de groupes de musique pop multinationaux. La collaboration régionale des artistes visuels et du spectacle a également été renforcée à différents niveaux : la coproduction, les forums, les résidences d'artistes ou encore les archives telles que l'Asian Shakespeare Intercultural Archive à Singapour, une archive numérique de toutes les représentations de Shakespeare données dans la région. L'une de ces initiatives est l'Asia Art Archive, à Hong Kong, qui expose les versions numérisées d'œuvres d'artistes chinois, coréens, japonais, vietnamiens, indiens, etc. En facilitant le partage et la communication au-delà des frontières nationales, la prolifération des outils numériques a également amélioré et facilité la coopération culturelle régionale. Ces progrès bénéficient grandement aux sociétés artistiques les plus modestes en les aidant à surmonter les obstacles financiers et linguistiques. La troupe The Necessary Stage, à Singapour, par exemple, a utilisé les communications en ligne pour travailler avec ses homologues japonaises au développement d'une nouvelle œuvre : le script a été co-rédigé et développé par e-mail, les réunions ont eu lieu sur Skype et des vidéos ont été tournées et partagées sur Facebook, ce qui a radicalement réduit les coûts de production.

Il existe également, sur le plan gouvernemental, plusieurs initiatives de coopération et d'échanges culturels internationales. Le Viet Nam, par exemple, a signé 42 accords et traités bilatéraux de coopération culturelle.³⁰ Le Rapport périodique de la Chine (2012) note que le pays a signé des accords intergouvernementaux de coopération culturelle avec 145 pays et de nombreux accords de mise en œuvre d'échanges culturels s'ajoutant à la mise en œuvre active d'une assistance culturelle internationale.³¹ Le cas de la République de Corée n'est pas différent pour ce qui concerne les nombreux accords et traités internationaux signés, qui

³⁰ Rapport périodique sur la mise en œuvre de la Convention de l'UNESCO sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles du ministère de la Culture, des Sports et du Tourisme du Viet Nam (2013). <https://en.unesco.org/creativity/mr/periodic-reports-available-reports> (au 1^{er} août 2015). Page 7.

³¹ Rapport quadriennal sur la mise en œuvre de la Convention de l'UNESCO sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles du ministère de la Culture de la République Populaire de Chine (2012). <https://en.unesco.org/creativity/mr/periodic-reports-available-reports> (au 1^{er} août 2015).

ont accru les projets d'assistance culturelle avec des pays africains et sud-asiatiques.³² Il n'est pourtant pas totalement certain qu'il existe des systèmes de collaboration et d'échange spécifiques à la production, la distribution et la consommation « numériques » de la culture et des arts. Tandis que le numérique et les communications en ligne constituent un environnement où les activités culturelles d'Asie de l'Est sont de plus en plus intégrées, il n'apparaît aucune discussion ou collaboration politique focalisée sur cette question. Actuellement, les rapports périodiques des gouvernements chinois, sud-coréen et vietnamien n'approfondissent pas les impacts de la numérisation dans le cadre de leurs discussions sur la diversité des expressions culturelles. Pour les responsables politiques des pays d'Asie de l'Est étudiés, la définition de travail de la diversité culturelle semble plutôt étroite et se focaliser sur la protection et la conservation de la culture traditionnelle, du patrimoine culturel et des cultures des minorités ethniques. Il émerge ici le besoin de capturer de nouveau le sens de la diversité des expressions culturelles dans le contexte de la numérisation et de développer une « stratégie numérique » dans le cadre des discussions politiques culturelles régionales et, notamment, pour ce qui concerne la Convention de 2005.

Il existe des « fractures numériques » notables parmi les pays étudiés. Si nous prenons en compte la région de l'Asie au sens large (Asie-Pacifique comprise), ces fractures augmenteraient de manière considérable. Des initiatives plus proactives de partage régional des compétences et du savoir-faire seraient utiles pour réduire ces fractures et renforcer les avantages de la numérisation pour la région. De ce point de vue, les transferts de savoir-faire étrangers pourraient tenir compte de manière plus proactive des moyens potentiels de partager et de transférer des connaissances et des expériences dans ce domaine. Il existe des initiatives régionales non gouvernementales (telles que l'ICHCAP, ou International Information and Networking Center for Intangible Cultural Heritage dans la région d'Asie-Pacifique, organisation de catégorie 2 de l'UNESCO)³³ et l'organisation à but non lucratif Asia Art Archive,³⁴ qui explore différents modes de collaboration régionale en faveur de l'établissement de ressources artistiques et culturelles régionales. C-Asean est une entreprise sociale nouvellement établie qui vise à développer des collaborations régionales pour les entrepreneurs culturels.³⁵ Ces initiatives ont le potentiel de créer un forum régional où les rôles et les impacts de la numérisation sur la culture de la région pourraient être discutés et où le partage régional des savoir-faire y afférents pourrait être encouragé. Il est également important d'identifier et d'encourager différentes initiatives locales de groupes minoritaires, de producteurs culturels *underground* et des sociétés civiles. Connaître et partager les expériences de l'utilisation créative par les groupes culturels minoritaire des technologies numériques et des espaces en ligne seraient crucial pour une compréhension meilleure et plus équilibrée des implications et des effets de la numérisation. Un expert coréen de la culture numérique souligne la nécessité d'organiser plus de discussions à l'échelle régionale dans ce domaine et met en avant le risque que pose la dépendance croissante vis-à-vis des réseaux sociaux (par rapport à l'utilisation globale du World Wide Web) dans la mesure où ceci pourrait orienter la discussion sur le plan local, n'intéressant en priorité que les personnes concernées localement, et ne pas faciliter automatiquement les débats régionaux et transculturels.

La numérisation aide les producteurs culturels d'Asie de l'Est à présenter leurs œuvres à un public international et à chercher des partenaires et collaborateurs potentiels. Cela se passe à différents niveaux : des initiatives locales, projets financés par le gouvernement et, souvent, en partenariat avec les plateformes en ligne globales. Comme nous l'avons déjà mentionné, les studios vietnamiens Nha San Collective et San Arts communiquent de manière proactive avec un public mondial via des initiatives hors ligne et en ligne. Le fondateur et directeur du Musée d'art contemporain de Bangkok discute actuellement avec

³² Étude du rapport périodique sur la mise en œuvre de la Convention de l'UNESCO sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de l'Institut coréen de la culture et du tourisme (2014) (comprenant un projet de rapport périodique). Chapitre 2. Séoul : KCTI.

³³ <http://www.ichcap.org/eng/index/index.php> (au 31 août 2015).

³⁴ <http://www.aaa.org.hk/> (au 31 août 2015).

³⁵ <http://www.c-asean.org/> (au 4 octobre 2015)

Google de la numérisation d'œuvres d'art de sa collection afin d'offrir aux artistes contemporains thaïlandais une plateforme internationale dont ils n'auraient jamais pu bénéficier auparavant. En République de Corée, le Korean Artist Project est un exemple de projet en ligne qui associe les artistes visuels à un public et à des partenaires mondiaux.³⁶ Ce projet, qui prévoit des informations holistiques sur les artistes sélectionnés et sur leurs œuvres comprenant des expositions numériques et des clips vidéo, est financé par le gouvernement et hébergé par les musées d'art coréens, et a récemment conclu un partenariat avec le Google Art Project. De la même manière, l'archive du cinéma coréen (Korean Film Archive) a lancé le Korean Classic Film Theater sur YouTube afin de permettre aux publics du monde entier d'apprendre à apprécier les films coréens classiques, y compris ceux qui ont été restaurés numériquement³⁷. Le National Gugak Center a récemment lancé une chaîne YouTube et commencé à publier des enregistrements de toutes les performances musicales traditionnelles produites sur le plan national. Il est intéressant de noter que l'ensemble de ces exemples mettent en valeur la position centrale de Google et de YouTube dans la présentation et le partage en ligne de la culture et des arts d'Asie de l'Est aux niveaux national, régional et mondial.

Opportunités

Le rapport conclut que la numérisation et l'utilisation active de l'espace en ligne sont synonymes de nombreuses opportunités notables pour la diversité des expressions culturelles en Asie.

- Production : l'utilisation d'outils numériques et en ligne génère de nouveaux types d'idées créatives et de formes culturelles. Elle permet également une évolution du processus de production des formes culturelles existantes. Certaines de ces nouvelles formes de culture numérique (telles que les web-séries et les bandes dessinées en ligne) sont en voie de devenir de nouveaux modèles commerciaux des industries culturelles. La numérisation a ouvert de nouvelles opportunités de collaboration et de co-création pour les producteurs culturels, en permettant de surmonter les obstacles géographiques, nationaux et linguistiques. L'interaction en ligne peut entraîner une réduction des coûts de communication et de transaction, même si les organisations estiment que la numérisation ne réduit pas automatiquement les coûts de production et de promotion.
- Distribution : pour les arts de la scène et visuels existants nécessitant des œuvres d'art physiques, des interprètes et un espace hors ligne, les effets de la numérisation sont les plus importants dans les domaines de l'archivage, de la présentation, de la promotion et de la communication d'informations. D'un autre côté, les produits physiques des industries culturelles sont peu à peu remplacés par des services immatériels. Cette évolution accompagne la diversification ainsi que l'augmentation des modèles commerciaux qui adhère à l'esprit de la culture libre.
- Consommation : la distribution numérique offre un plus grand choix au consommateur, l'immédiateté entre consommateurs et producteurs, une distribution plus large et plus profonde, et une importante consommation culturelle de plus en plus « mobile ». Les consommateurs de culture peuvent facilement se transformer en producteurs et générer leurs propres expressions créatives en ligne et les partager largement. Leurs créations constituent le cœur des contenus libres et promeuvent le mouvement de la culture libre en ligne et manifestent même la possibilité d'une économie du volontariat et du partage.
- L'espace en ligne, un espace alternatif : pour les groupes et les producteurs culturellement et socialement marginalisés, les espaces en ligne peuvent jouer un rôle clé dans la promotion de leurs identités et de leurs agendas, dans la mesure où une grande part de leur travail est parfois déployée au-delà des frontières nationales

³⁶ <http://www.koreanartistproject.com/> (au 31 août 2015).

³⁷ <https://www.youtube.com/user/KoreanFilm> (au 31 août 2015).

et linguistiques. Souvent, le « passage en ligne » peut être une manière de découvrir la liberté d'expression notamment lorsqu'il existe de strictes réglementations concernant le contenu des activités culturelles hors ligne.

Défis

- Censure : dans les sociétés où les paramètres politiques et sociaux sont stricts, les voix et contenus non-conformistes font l'objet de réglementations publiques contraignantes. Parmi les pays d'Asie de l'Est étudiés, un contrôle étroit est exercé sur la musique, le cinéma et les arts, exigeant par exemple de la part des artistes qu'ils soumettent leurs scripts/paroles avant d'obtenir une autorisation ou que leurs spectacles en public fassent l'objet d'une surveillance. Dans certains pays, ces réglementations s'appliquent à l'espace en ligne, ce qui complique la mise en scène ou la diffusion de contenus non-conformistes sur les plans politique et social. Conformément aux principes directeurs de la Convention de 2005 (Article 2), la diversité des expressions culturelles pourrait bénéficier d'une plus grande liberté d'expression des idées et d'un gouvernement jouant le rôle de facilitateur plutôt que de régulateur. Une expression socialement responsable pourrait par ailleurs être encouragée par un débat plus ouvert sur l'existence de points de vue différents. Les personnes interrogées de certains pays soulignent que nombre d'œuvres innovantes relèvent du niveau local. Le gouvernement peut avoir besoin de temps pour faire face aux changements et ajuster ses politiques.
- Concentration : l'écologie culturelle de l'ère numérique se compose d'un tissu complexe de créateurs, de plateformes, de réseaux et d'appareils. Les responsables politiques et professionnels de la culture d'Asie de l'Est interrogés affichent un consensus selon lequel le numérique et les communications en ligne contribuent à la diversification du profil des créateurs et à améliorer la diversité des expressions culturelles. Mais ils reconnaissent également que la tendance à la concentration est de plus en plus visible sur les plateformes, les appareils et les réseaux de communication. Malgré les nouveaux venus et les start-up, les sujets susmentionnés tendent à se définir par une forme de concentration plutôt que de diversité : il est en effet possible d'observer une domination notable de quelques multinationales et de plusieurs grandes entreprises nationales.³⁸
- Rôles des plateformes mondiales : les plateformes mondiales telles que Google, YouTube et Facebook, jouent un rôle compliqué dans l'économie numérique des pays d'Asie de l'Est. D'un côté, ces sociétés sont considérées comme un moteur puissant de la mondialisation culturelle menée par les États-Unis et comme les diffuseurs de valeurs et d'idées dominantes. D'un autre côté, il s'agit de sites où des idées variées sont recherchées, présentées et partagées au-delà des frontières nationales et linguistiques, qui contribuent souvent à renforcer la créativité locale, le transfert de connaissances et d'échanges culturels multi-directionnels. Ces plateformes sont pour les producteurs et créateurs *underground* et les minorités des moyens utiles de promouvoir leurs œuvres et de contourner les paramètres politiques et sociaux conservateurs de la société. YouTube, par exemple, semble servir non seulement de site de divertissement populaire, mais également de débouché pour des idées et des modes de vie alternatifs. Néanmoins, le fait que ces plateformes opèrent conformément à une logique commerciale et bénéficient d'un accès privilégié au Big Data mondial implique qu'elles peuvent être des sites où différentes forces (hégémonie culturelle américaine et expression locale, mercantilisme et bénévolat) se contredisent et convergent. Autre facteur également important, la popularité de ces plateformes nécessite que notre conceptualisation de la distribution de la culture évolue en faveur des échanges culturels plutôt que du commerce de la culture.

³⁸ O. Kulesz (2014), Convention de l'UNESCO pour la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles : analyse des rapports périodiques des parties et des tendances numériques contemporaines. <http://en.unesco.org/creativity/file/5cp9aqprsenpdf> (au 1^{er} août 2015). Pages 8-10.

- Fracture numérique : il existe une fracture numérique parmi les différents pays d'Asie de l'Est, ainsi que parmi différents groupes de population : les plus exclus étant les personnes âgées, les minorités ethniques, les résidents des zones rurales et les personnes disposant de moindres ressources économiques et éducatives dans les sociétés dotées de peu d'infrastructures numériques. Pendant ce temps, dans les sociétés où l'accès à Internet est omniprésent commence à se poser une nouvelle question : si et de quelle manière l'inclusion et l'accès à la culture numérique peut compenser l'exclusion des activités culturelles hors ligne et des établissements culturels physiques ? En République de Corée, on rapporte que pour la jeune génération qui vit dans la pauvreté et souffre du chômage et de faibles revenus, consommer cette culture en ligne numérisée est peut-être la seule manière d'avoir une vie culturelle.³⁹ Il peut être utile ici de se demander de quelle manière « l'abondance numérique » peut être utile pour résoudre le problème de « l'absence de l'offre culturelle » (par exemple, l'absence d'accès aux biens, services et établissements culturels physiques), ou si la première n'est qu'une manifestation de la seconde. Une autre question consiste à savoir si l'expansion de l'accès en ligne à la culture numérisée peut entraîner le déclin des activités et des lieux culturels physiques. Pour les organisations artistiques et culturelles dont le financement est lié aux chiffres quantitatifs de leur taux de fréquentation, ce déclin aurait un impact sur les politiques de financement culturel.

- Le manque d'intérêt du public : malgré les espaces en ligne indépendants et sans but lucratif, les plateformes en ligne les plus puissantes sont commerciales et organisées sur le plan privé. En tant que prestataires en ligne, elles s'exemptent de la réglementation applicable aux médias hors ligne et analogiques.⁴⁰ Les portails les plus populaires d'Internet, par exemple, ne sont pas tenus de fournir des contenus éducatifs et d'information de qualité de la même manière que la télévision publique (et la télévision terrestre commerciale) est liée par une série de responsabilités publiques. En outre, il n'est pas clairement établi que les pays étudiés disposent d'un cadre politique cohérent en ce qui concerne la manière dont l'espace en ligne des institutions culturelles publiques puisse résoudre le problème de l'intérêt du public et de la diversité culturelle. Même pour certaines institutions publiques telles que le système coréen de radiotélévision, les services en ligne de son site Web et autres plateformes médiatiques, comparé aux services disponibles sur les postes de télévision traditionnels, sont considérés comme moins réglementés et plus commerciaux (Lee 2015).⁴¹ Dans le cas des industries culturelles des pays où une économie socialiste est privilégiée à une économie de marché, le déclin du contrôle du gouvernement devrait donner lieu à une dynamique économique plutôt que de mener au développement de services publics culturels. Cependant, parmi les pays d'Asie de l'Est étudiés, la réglementation applicable aux nouveaux médias soulève des problèmes complexes. Si en effet, les responsables politiques sont encouragés à envisager des manières potentielles de mieux sécuriser les intérêts publics sur les nouveaux services et plateformes multimédias, l'application de la réglementation en vigueur pour les médias traditionnels aux nouveaux serait problématique.⁴² Tel est particulièrement le cas dans les pays où les médias traditionnels ont subi une censure stricte de la part du gouvernement.

³⁹ http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2015/02/24/2015022400161.html?news_Head1_01 (au 24 septembre 2015).

⁴⁰ En 2013, l'autorité de réglementation des médias de Singapour a introduit la loi sur la radiodiffusion (et les classes de licences) qui a mis les prestataires de services Internet sur un pied d'égalité avec les médias traditionnels.

⁴¹ Lee, H.-K. (2015, publication papier) « Public broadcasting, the Korean Broadcasting System (KBS), and its online services » (radiodiffusion publique, le système coréen et ses services en ligne) dans le manuel Routledge Hand book of New Media in Asia sur les nouveaux médias asiatiques de Hjorth, L. et Khoo, O (eds). Londres : Routledge.

⁴² À Singapour, la volonté de réglementer les nouveaux médias via le rapport sur la convergence des médias en 2012 a été jugée problématique par les personnes interrogées dans la mesure où les prémisses de cette réglementation consistent à appliquer des règles basées sur les médias traditionnels tels que les journaux et la télévision aux « nouveaux médias » sans tenir compte des différences de fonctionnement de ces médias.

- Le manque de données : parmi les pays d'Asie de l'Est, il existe un fossé énorme pour ce qui concerne la disponibilité de données sur les arts et sur le secteur culturel et leur numérisation. Dans certains pays, le gouvernement ne participe pas à la collecte et à la publication des données dans ce domaine, qu'il laisse entièrement au secteur privé. Seules des sociétés privées dotées de ressources suffisantes sont en mesure de réaliser ces recherches et les conclusions demeurent souvent leur propriété. Cet état de fait pourrait suggérer que les investissements consentis pour les infrastructures et la collecte de données sur la base d'informations de recherche sont motivés par des intérêts économiques. Comme le souligne un responsable politique thaïlandais, les compagnies de télécommunications privées tendent à investir lourdement dans les villes en raison du rendement élevé susceptible d'en résulter, alors que dans les zones rurales, les infrastructures informatiques sont rares, voire inexistantes. Les données utilisées pour l'optimisation du marché peuvent également donner lieu à l'ignorance des besoins des minorités, dont les retours sur investissement sont limités. Pour assurer la parité de l'accès aux opportunités numériques à travers tout un pays, le gouvernement et les agences publiques doivent investir afin de générer leurs propres données et pouvoir déterminer les domaines d'investissement. Des données plus nuancées peuvent également permettre aux gouvernements de créer des approches plus ciblées en s'engageant avec les groupes dont l'accès aux outils numériques est limité ou inexistant.

Conclusion

Le rapport démontre que la numérisation de la culture et les autres phénomènes associés tels que la prolifération des contenus générés par les utilisateurs ont été orchestrés aussi bien par les professionnels de la culture et par les entreprises que par les consommateurs, et qu'il manque un cadre politique solide dans ce domaine aux niveaux national et international. Sans compréhension adéquate de la nature de la numérisation de la culture, il est aujourd'hui difficile d'appréhender le contour et la forme prise par la diversité des expressions culturelles contemporaines. Tout en étant conscients du danger d'une surgénéralisation et d'une surexagération des effets de la numérisation, les auteurs du rapport estiment que les discussions de l'UNESCO sur la diversité culturelle devraient porter sur le développement d'une stratégie numérique. Il conviendra certainement pour ce faire de procéder à une réinterprétation et à une expansion de certaines caractéristiques essentielles du cadre existant posé par la Convention de 2005. Le présent rapport suggère par exemple d'utiliser les échanges culturels comme un indicateur afin de développer les modes de diffusion actuels de la culture à l'échelle mondiale, dans la mesure où ils incluraient le commerce et d'autres formes de diffusion de la culture au-delà des frontières nationales. Il y est également suggéré de prendre plus au sérieux la question de la diversité au sein d'une société ou d'une industrie culturelle, outre la question de la diversité culturelle « entre » sociétés. Pour les responsables des politiques culturelles en Asie de l'Est qui tendent à interpréter la diversité culturelle du point de vue de la promotion des cultures traditionnelles et des minorités ethniques, la « diversité de l'expression culturelle numérique » semble être un ordre du jour qui reste encore à explorer. Le rapport appelle à de plus amples discussions sur les attributions et les capacités d'une politique culturelle à promouvoir la diversité des expressions culturelles au niveau tant national qu'international. Enfin, il reconnaît que la mobilité est une force puissante qui exerce une influence sur l'orientation de la numérisation et sur le développement futur de la culture.