



**Mettre à profit les liens
naturels entre
culture et
pensée numérique**



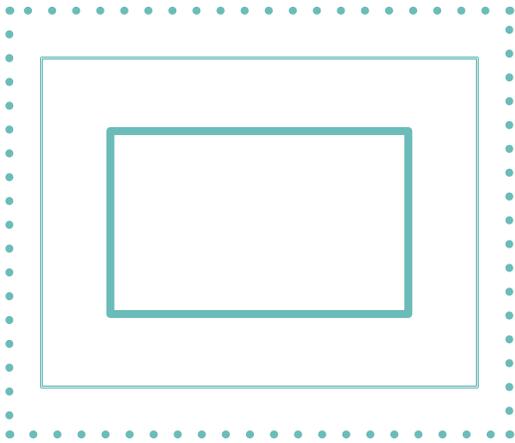
La pensée numérique et la diffusion



La question de la diffusion est probablement la plus épineuse, en raison des grandes diversités selon les disciplines. D'un côté, plusieurs secteurs culturels, comme la musique et le cinéma, dont les modèles de diffusion ont été complètement bouleversés par le numérique, cherchent encore des façons de sortir du ressac. De l'autre, le milieu des arts de la scène se questionne toujours sur ce que veut dire la diffusion à l'ère numérique pour eux. Essayons d'y voir plus clair!

1

La dématérialisation



Un facteur essentiel à comprendre pour saisir les enjeux liés à la diffusion des produits culturels est la dématérialisation des supports. Ce concept touche principalement les secteurs de la musique et du cinéma, mais la littérature n'est pas nécessairement à l'abri, même si le livre numérique tarde à prendre son envol. Parce que les supports physiques sont remplacés par des supports immatériels, les principes de base de la diffusion dans ces secteurs, qui datent de l'ère industrielle, ne fonctionnent tout simplement plus.

Un peu d'économie 101 : un des éléments centraux d'une économie capitaliste est la fixation de la valeur selon l'offre et la demande. Contrôler l'offre est assez aisée lorsque nous avons des biens rivaux. Si j'achète un disque de Richard Desjardins, j'enlève la possibilité à quelqu'un d'autre de l'acheter. C'est ce qu'on appelle un bien rival. L'offre est donc limitée, ce qui contribue à augmenter sa valeur. Dans le cas d'un bien non-rival, si je télécharge un fichier numérique de Richard Desjardins, rien n'empêche quelqu'un d'autre de le télécharger aussi. L'offre est donc illimitée, avec des conséquences directes sur la valeur du produit.

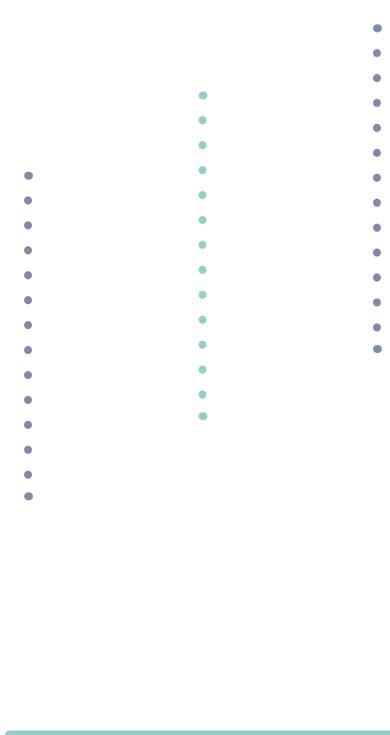
Afin de contrôler cette situation, le téléchargement légal, comme celui proposé par iTunes, propose des mécanismes de protection (DRM), et la valeur est fixée par des ententes entre multinationales. Toutefois, l'arrivée de la musique en *streaming* court-circuite encore une fois la loi de l'offre et de la demande. Par exemple, un abonnement à Apple Music vous donnera accès à plus de 40 millions de chansons pour 10 \$/mois. En offrant un accès virtuellement illimité à « toute » la musique du monde, le *streaming* envoie en fait le message que la musique n'a plus de valeur.

L'univers du cinéma et de la télévision vit exactement un phénomène similaire avec Netflix. Qui va encore payer 25 \$ pour acheter un film au téléchargement? Ou même 6 \$ pour sa location?

L'omniprésence des plateformes de distribution quasi monopolistiques amène un second enjeu : la découvrabilité.

2_

La découvrabilité



Dans les produits culturels diffusés numériquement, le nerf de la guerre est la découvrabilité (et par extension, les métadonnées). En effet, pour que nous ayons accès facilement à des contenus culturels québécois, il faut d'abord que ces derniers soient aisément découvrables sur les plateformes de diffusion. Afin de bien mesurer l'enjeu que cela représente, il convient encore une fois de faire un petit aparté, et après notre cours d'économie 101, voici le cours de web 101.

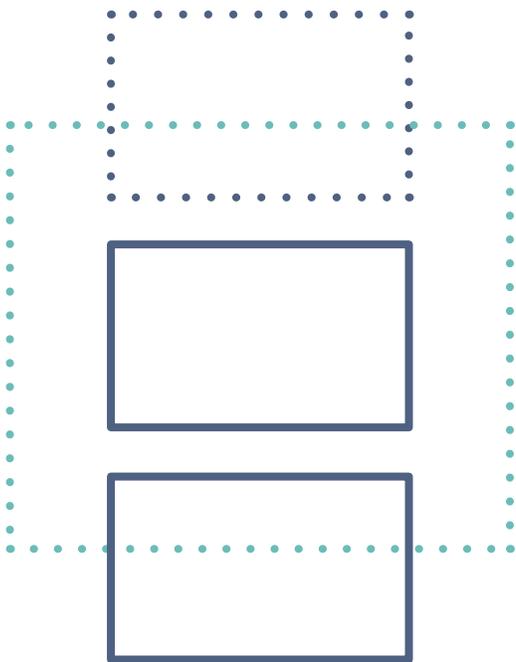
Même si en surface nous avons l'impression que le web est toujours similaire, il est en train de changer en profondeur pour devenir le web sémantique. Autrement dit, la façon d'accéder aux informations évolue radicalement, le web sémantique pouvant être défini comme le web des données, ou plutôt des métadonnées. L'organisation de ces données permet, en les structurant et en les reliant entre elles, d'accéder aux connaissances diffusées sur le web d'une nouvelle manière.

Une bonne façon de comprendre concrètement le fonctionnement du web sémantique consiste à se pencher sur les algorithmes de recommandation. Lorsque vous achetez un livre sur Amazon, écoutez une chanson sur Spotify, ou regardez une série sur Netflix, vous fournissez aux algorithmes des données sur vos habitudes de consommation culturelle.

En analysant ces données et en faisant des corrélations avec d'autres données, cela permet à ces plateformes de vous formuler de nouvelles recommandations qui devraient vous plaire. D'où l'importance de s'assurer que les produits culturels québécois diffusés numériquement comportent des métadonnées exhaustives, si l'on veut qu'ils soient reconnus par les algorithmes de recommandation.

3

Les données massives et les arts de la scène



Jusqu'à maintenant, nous avons discuté surtout de la culture pouvant être diffusée numériquement. Qu'en est-il pour les arts de la scène? Bien que certains diffuseurs, fascinés par les succès du Met Opera, réfléchissent à des stratégies de diffusion autour de la retransmission ou de la téléprésence, il reste que les arts de la scène sont des arts vivants et qu'une des principales raisons pour sortir aller voir du théâtre ou de la danse est le contact humain qui s'y produit. Si ce n'était pas le cas, nous aurions encore probablement les télé-théâtres des Beaux Dimanches sur Radio-Canada...

En fait, un des enjeux importants actuellement dans la diffusion des arts de la scène à notre ère numérique est de trouver des stratégies qui permettent d'amener des spectateurs dans les salles au lieu qu'ils demeurent rivés à leur terminal web (que ce soit un ordinateur, une tablette ou un écran de télévision) à la maison. Et une des stratégies intéressantes et porteuses de potentiel est justement d'utiliser les données de billetterie pour alimenter des algorithmes de recommandation, afin de cibler plus précisément les spectateurs dans les activités de promotion.

Pour que ce type d'algorithmes fonctionne efficacement, il est nécessaire d'avoir beaucoup de données, des données massives. Et un bon algorithme coûte cher à développer. Est-ce qu'une seule organisation peut y arriver correctement? Permettez-moi d'en douter. C'est ici que la pensée numérique entre en jeu, par l'esprit de collaboration, et même de « co-opétition ». En effet, plusieurs diffuseurs, en principe en compétition pour la même clientèle, auraient tout avantage à collaborer, afin de développer un système algorithmique de qualité et d'accumuler suffisamment de données pour que ce système soit réellement performant. Nous avons ici un exemple parfait de la nécessité de collaborer, même entre « compétiteurs ».

Conclusion

Les différents exemples cités plus haut ne sont pas exhaustifs, mais nous auront tout de même permis de discuter de plusieurs enjeux liés à la diffusion culturelle dans l'univers numérique.

Si nous devons résumer et généraliser ces questions, nous pourrions dire qu'encore une fois, le numérique nous prouve qu'il amène des changements profonds dans nos sociétés, et que lorsque nous venons à peine de maîtriser une première phase, de nouveaux changements surviennent.

Afin d'être capables de suivre le rythme de ce monde en constante évolution, l'adoption d'une pensée numérique est la seule façon possible de s'y adapter sans s'essouffler et devenir hors-jeu. Ainsi, la coopération, l'innovation et l'itération demeurent les fondements qui vont vous permettre de mener votre organisation à bon port à travers la houle.



Cette formation est offerte par le **Conseil québécois des arts médiatiques** en collaboration avec le **Conseil québécois du théâtre** et le **Regroupement québécois de la danse**. Ce projet s'inscrit dans le cadre de la mise en oeuvre du Plan culturel numérique du Québec.



Québec 

Tous les textes du présent document sont mis à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Paternité - Partage des Conditions Initiales à l'Identique 4.0 International.

Novembre 2018

