

Le développement des industries culturelles : une exigence de l'Afrique dans le contexte de la mondialisation

Saliou Ndour
Chargé de cours
Université Gaston Berger, Saint-Louis, Sénégal

Saliou Ndour est titulaire d'une maîtrise en Philosophie, d'un DEA d'Anthropologie et rédige une thèse de doctorat sur l'industrie musicale au Sénégal. En outre M. Saliou Ndour a obtenu une attestation de formation à l'Université Paris Dauphine (France) sur « l'économie et le financement de la culture ». Il est auteur de publication sur les industries culturelles en Afrique.

Résumé

Industrie culturelle et Mondialisation sont deux notions qui, loin de s'exclure, s'imbriquent étroitement. Ainsi, le développement des industries culturelles constitue-t-il un passage obligé vers la mondialisation. Car l'universalisation des cultures n'a pu se réaliser et s'amplifier que grâce au développement de la technologie de l'information et de la communication.

Définir les industries culturelles relève d'une entreprise difficile car cette notion recouvre des domaines divers et variés. Complexe le secteur l'est donc. Toutefois, on parle généralement d'Industrie Culturelle lorsque la présentation d'une œuvre est transmise ou produite par des techniques industrielles.

C'est donc la technique qui envahit le champ de l'économie. Mais ceci n'est qu'une apparence qui cache des enjeux économiques. Il s'agit, là, dans un contexte de mondialisation d'un vaste mouvement d'économisation de la culture. Une mondialisation débridée est en passe de gommer les différences et d'imposer la culture occidentale à tous les peuples du monde. C'est dans ce cadre que se situent les prises de position en faveur de l'exception culturelle et de la diversité culturelle dans le cadre des accords de l'OMC.

Aussi le développement des industries culturelles apparaît-il, en Afrique, comme la solution à l'occidentalisation de la culture. Il s'agit, en effet, de s'orienter résolument vers la promotion du secteur marchand de la culture qui pourrait constituer un moyen de promotion des cultures africaines mais surtout de donner des moyens de vivre aux créateurs africains. La richesse et la diversité de ses cultures l'y prédisposent.

Mots-clés

Mondialisation, Industries culturelles, Afrique, Occidentalisation de la culture, NEPAD.

S'il existe des concepts qui ont enjambé le siècle dernier pour s'ouvrir sur le 21^{ème} siècle, ce sont bel et bien les concepts d'Industrie Culturelle et de Mondialisation ; des termes aux contours encore flous dont les spécialistes ne laissent d'épiloguer sur leur véritable sens et les enjeux qui les sous-tendent. Vouloir les analyser ensemble relève d'une gageure ; prétendre y adjoindre l'Afrique devient une entreprise périlleuse.

D'où les écueils quasi-certains que risque de rencontrer sur son chemin toute tentative de prise en charge théorique de ce triptyque : **Industrie culturelle, Mondialisation et Afrique**. La raison est simple : à l'ambiguïté de ces deux concepts (Industrie Culturelle et Mondialisation) s'ajoutent le faible développement des Industries Culturelles en Afrique et la marginalisation de celle – ci dans le système mondial.

A ce propos, Elisabeth Annam- Yao de l'Institut de Sociologie d'Abidjan confesse, impuissante :
« à vrai dire cette mondialisation a fabriqué une Afrique nouvelle de plus en plus extravertie

mais intégrée dans un monde purement Africain, une Afrique perdant son âme pour la remplacer par une autre hybride ; une Afrique essayant de tous forces de prendre son destin en main sans toutefois pouvoir le contrôler ni sur les plans social, économique, politique, technologique écologique, ni culturel (...) force est de constater qu'en tant que continent sous – développé, l'Afrique tient une position de faiblesse dans le système mondial et vit, donc ce phénomène comme une contrainte »¹.

Ce tableau peu reluisant du continent africain associé à la presque inexistence d'une véritable **industrie culturelle** ainsi que la mise à l'écart de l'Afrique du système mondial rend la tâche ardue. Toutefois ceci ne doit pas constituer un obstacle majeur à la réflexion même si « ... aujourd'hui, en Afrique l'incursion dans le domaine de recherche consacré aux industries et pratiques culturelles est encore plus virtuelle que réelle »², il doit être, au contraire, une émulation pour un meilleur devenir de la culture en Afrique.

Pour ce faire, il nous semble nécessaire de comprendre d'abord le sens et les enjeux de l'Industrie Culturelle et de la Mondialisation, de scruter, ensuite, le rôle et la place des Industries Culturelles en Afrique dans un contexte de mondialisation et enfin proposer des **solutions concrètes** à travers une contribution à l'enrichissement du plan OMEGA³, aujourd'hui NEPAD⁴.

Voilà, donc, précisés les axes autour desquels va s'organiser notre réflexion.

Mais avant d'en arriver là, il nous semble nécessaire d'élucider les concepts d'Industrie Culturelle et de Mondialisation.

Nous estimons que loin de s'opposer, Industrie Culturelle et Mondialisation entretiennent des liens étroits. Ainsi le développement des Industries Culturelles constitue t-il un passage obligé vers la Mondialisation.

En effet, l'universalisation des cultures n'a pu se réaliser et s'amplifier que grâce au développement de la technologie de l'information et de la communication. C'est ce qui justifie, d'ailleurs, que les américains préfèrent substituer au terme « d'Industrie Culturelle », celui « d'Industrie de l'Information⁵ » à leur yeux, beaucoup plus approprié avec l'alliance des ordinateurs, du téléphone, de la télévision, des câbles et des satellites ainsi que des réseaux télématiques .

Comme on le voit, il s'agit là d'un domaine illimité qui prend le relais de l'ère industrielle.

Si, donc, « l'industrie de l'information » mieux adaptée au développement technologique, recouvre un domaine d'activités aussi vaste que divers, elle ne saurait être, fondamentalement, différente, de ce point de vue, de l'Industrie Culturelle. Celle – ci, en effet, englobe des types d'activités aussi variés que la photographie, l'informatique en général, la fabrication de tous les appareillages de production ou de diffusion des messages (caméras de cinéma ou de télévision, récepteurs de radio, de télévision, appareils photographiques, électroniques, tourne-disques, magnétoscopes) les multimédia ou encore le tourisme ou la publicité.

Complexe le secteur l'est donc ; toutefois « il y a Industrie Culturelle lorsque la présentation d'une œuvre est transmise ou produite par des techniques industrielles »⁶.

C'est, par exemple l'enregistrement, la duplication de cassettes (studio PC 2000 et Xippi au Sénégal).

Pour Théodor Adorno et Max Horkheimer ,figures marquantes de l'Ecole sociologique allemande de Francfort, la culture ainsi définie, cache un enjeu de taille qu'il ne faudrait pas occulter « *on explique, volontiers , disent –ils, l'Industrie Culturelle en terme de technologie... Mais ce que l'on ne dit pas, c'est que le terrain sur lequel la technique acquiert son pouvoir sur la société, est le pouvoir de ceux qui la dominent économiquement... Pour le moment la technologie de l'Industrie Culturelle n'a abouti qu'à la standardisation et à la reproduction en séries ; sacrifiant ainsi tout ce qui faisait la différence entre la logique de l'œuvre et celle du système social. Ceci est le résultat non pas d'une loi de l'évolution de la technologie en tant que telle mais de sa fonction dans l'économie actuelle* » ⁷.

Il s'agit, ici, de l'incursion de l'économie dans la sphère de la culture et de l'intégration de celle – ci dans le système capitaliste mondial.

Mais le débat de fond que posent Adorno et Horkheimer est de savoir si ce mouvement global de production des biens culturels comme marchandise ou produit ne constitue pas une menace réelle débouchant sur la faillite de la culture.

Pour eux la question ne fait l'objet d'aucun doute : une logique commerciale va assurément pendre le dessus sur la logique culturelle et risque de banaliser ; d'appauvrir le contenu des produits culturels et même d'influencer le goût des consommateurs à des fins de contrôles économiques ou idéologiques. Ce qui évidemment ôte à l'usager tout sens de critique constructive et fait de lui un consommateur « *avide de nouveautés* ». et donnant parfois « *la préférence à la médiocrité agréable plutôt qu'au plan réellement créateur* » ⁸.

En réaction à ces attaques les partisans des Industries Culturelles mettent l'accent sur la démocratie culturelle qui permet, défendent –ils, au grand public d'accéder quantitativement et qualitativement à des produits culturels peu chers. Ils ajoutent que « *dans l'économie de marché ce sont les producteurs qui se conforment au goût du consommateur et non l'inverse* ».Faut-il en douter ? Celui – ci ne pourrait-il pas être l'objet de manipulation ? On sait, par exemple, dans le domaine de la musique, des tubes pompeusement baptisés « *tube de l'été* » peuvent avoir un succès retentissant auprès du public par le seul fait des médiats à travers lesquels ils sont diffusés à longueur de journée.

Quid de la Mondialisation⁹ ? Quel rapport entretient–elle avec la culture ? Force est de reconnaître que le phénomène de la mondialisation a complètement changé depuis les années 90, le visage de notre planète et ceci dans tous les domaines économiques, politiques et culturels. Dans le domaine culturel, une mondialisation débridée se faisant le chantre des invariants transculturels et ayant comme support les technologies sophistiqués de la communication à tendance à gommer les différences et nier les identités. Replis et dérives identitaires constituent des répliques à la mondialisation qui, « *en liquidant les cultures engendre l'émergence des « tribus », des replis de l'éthnicisme et non la coexistence et le dialogue* » ¹⁰

Toutefois la lucidité et le réalisme doivent être de rigueur « *voulue ou non, la mondialisation est devenue une réalité. En effet, du fait de l'extension des « nouvelles techniques de l'information et de la communication* » (NTIC) aucune culture ne peut aujourd'hui vivre en autarcie. Les cris d'orfraie n'y peuvent rien, le loup est déjà dans la bergerie, il serait suicidaire de se mettre dans la peau de l'agneau. Il nous semble qu'il faille se tailler de nouveaux habits de renard : être suffisamment intelligent c'est à dire imaginatif, créatif, un palliatif pour nos pays du sud faibles économiquement mais culturellement riches. Alors seulement à l'instar du bogue de l'an 2000 (il ne s'est rien passé de grave) ; nous pourrions espérer le bogue de la mondialisation ».¹¹

Mais en attendant que cela se réalise, il convient de se poser quelques questions : **Quelle est, donc, la part de l'Afrique dans le vaste marché mondial des arts et de la culture ? Va-t-elle peser de tout son poids sur la mondialisation ?** Assurément non ! L'Afrique est de poids plume ; osons le dire : **la mondialisation de la culture y est plus subie qu'elle ne s'affirme véritablement.**

Les cultures africaines ne transpirent pas suffisamment pour donner le meilleur d'elles mêmes ; elles semblent venir en retard dans ce rendez – vous du donner et du recevoir où elles sont conviées. Cet état de fait nous vaut le constat suivant : « *même si sa présence s'affirme dans le monde par le truchement de sa culture (musique, art plastique, danse etc.) elle reste consommatrice de tout ce que la mondialisation lui apporte dans ce domaine* »¹² .

Une telle attitude ne contribue pas à la revitalisation de nos cultures et si l'on n'y prend pas garde, nos cultures risquent de sombrer à l'instar des brillantes civilisations que le monde a connues, et qui ont aujourd'hui disparu..

Aussi assistons – nous actuellement à des menaces réelles d'extension d'une culture internationale qui a pour ambition d'effacer les particularismes et d'imposer, par conséquent, son hégémonie sur les cultures dominées.

Pour résister à ce « *cannibalisme culturel* » selon l'expression d'Eugène Gampaka, il faut développer les industries culturelles c'est à dire le secteur marchand de la culture. Dans une contribution à l'enrichissement du plan Oméga¹³, aujourd'hui NEPAD ; voilà ce que nous disions :

« *Force est de reconnaître que le plan passe sous silence un secteur essentiel dont la richesse et la diversité en font une denrée précieuse pour l'Afrique : la culture. Souvent, Celle-ci n'est pas prise en compte dans les politiques de développement*¹⁴ ». Colin Mercer explique cet état de fait par « une mauvaise appréhension ou même une reconnaissance incomplète de l'objet de nos réflexions : la culture »¹⁵ .

Dans un contexte de mondialisation, le problème du développement devient "tout-sectoriel". Par conséquent, aucun secteur ne doit être occulté. Même s'il faut sérier les priorités, il convient à l'Afrique, donc, d'identifier les avantages qu'elle pourrait, aujourd'hui, tirer de la culture.

Dans ce domaine, l'Afrique recèle d'énormes potentialités et la culture est devenue une industrie : un secteur à forte valeur ajoutée. A en croire les projections de l'hebdomadaire The Economist du 17 Octobre 1992 : grâce à la libéralisation de la radio et de la télévision et à la commercialisation, la marge de progression du secteur de la culture à l'échelle mondiale serait de l'ordre de 10% c'est-à-dire plus élevée dans beaucoup d'autres secteurs industriels et commerciaux.

Ce dynamisme du secteur de l'économie de la culture peut beaucoup profiter à l'Afrique. Frédéric Bard ne déclarait-il pas au MASA 95 ¹⁶ que "*dans les pays en voie de développement, l'industrie culturelle est peut-être aussi importante que l'industrie pétrolière*". C'est la même idée qu'on retrouve chez le musicien et producteur sénégalais Robert LAHOUD qui - en homme d'affaires averti, parlant de l'un des sous-secteurs les plus dynamiques de la culture: la musique - soutenait que "*la musique pourrait rapporter plus que les phosphates*"¹⁷ c'est à dire la principale ressource minière du Sénégal.

Mieux, la revue allemande "Développement et Coopération"¹⁸ (DC n° 2 Mars-Avril 1996 p 26) reconnaît que **dans un monde inique caractérisé par des échanges inégaux entre le Nord et le Sud et ceci dans tous les domaines " la culture semble être le seul terrain où un échange équilibré paraît possible".**

Eu égard à toutes ces considérations sus- indiquées, il est légitime de s'interroger sur l'absence d'un tel secteur dans le plan Oméga . D'autant que le problème du développement à l'instar de celui de la mondialisation étant multi-sectorielle : son traitement demeure global. Ce qui justifie, donc, la pertinence de faire figurer le secteur de la culture dans le plan Omega . Pour cela, **obligation lui est faite de s'appuyer sur les industries culturelles dont font partie les nouveaux médias qui sont de puissants moyens de diffusion de la culture.** Les industries culturelles sont à la croisée des chemins de la culture, de l'économie et de la technologie.. En effet, les biens culturels sont des produits commercialisés et diffusés à partir de solides supports technologiques. Il faut se rendre à l'évidence que les nouvelles technologies de l'information et de la communication ont actuellement amplifié ce vaste mouvement d'économisation de la culture. **L'Afrique n'a pas le choix car la mondialisation débridée est en passe de se confondre avec l'occidentalisation de la culture.** Ne nous y trompons pas: même l'Europe et le Canada n'échappent pas à cette logique de domination économique et culturelle. Pour faire face à la toute-puissance des Etats -Unis ils ont été obligés de brandir l'idée d' "**exception culturelle** "ou d' "**exemption culturelle**". Et justement les négociations de l'OMC butent sur cette question. Tout ceci pour dire que si la commercialisation des biens culturels constitue un point d'achoppement lors des négociations de l'Organisation du commerce international, c'est que la culture devient un enjeu de taille, non seulement pour la défense des identités culturelles mais également et surtout de par sa dimension économique importante. **Pour que l'Afrique ne soit pas totalement absente ou marginalisée dans ce débat , il lui faut développer les industries culturelles c'est-à-dire le secteur marchand de la culture.** Aussi pourra-t-elle résister à l'occidentalisation de celle-ci mais surtout, et c'est essentiel , produire de la richesse. Le plan Oméga, de notre point de vue, offre cette opportunité . En effet son réalisme le prédestine à résorber les disparités entre le Nord et l'Afrique. Son élargissement au secteur de la culture permettra de viser les objectifs suivants:

- pallier la rareté de ressources en finançant les différents domaines du plan à partir des fonds générés par le développement des industries culturelles ;
- identifier des sous- secteurs de la culture à développer: cinéma et production audiovisuelle, industrie musicale, livre et édition spécialisée, métier d'art, multimédia ;
- construire des infrastructures : studios de production de film, studios d'enregistrement musicaux, usine de duplication de cassette audio et vidéo , de pressage de CD, de fabrication de matériel d'artiste- peintre, salles de spectacles, quartiers de cinémas, grandes maisons d'édition, installation de cyberpoints dans toutes les villes et hameaux africains.

Certaines de ces infrastructures pourraient être installées pour chaque sous-région dans un pays où les potentialités existent déjà (exemple pour la sous région Afrique de l'Ouest, l'industrie cinématographique sera installée à Ouagadougou)

- mettre sur pied une **Société de Développement des Industries Culturelles en Afrique (SODICA)** à l'instar de la SODEC (Société de Développement des Entreprises Culturelles) du Québec (Canada) afin de :

- contribuer aussi bien au rayonnement des cultures africaines dans le monde qu'au développement économique du continent ;
- établir un partenariat à l'exportation afin de soutenir la compétitivité des entreprises culturelles à l'extérieur du continent ;
- favoriser également la circulation des biens et des acteurs culturels à l'échelle de l'Afrique tant au niveau régional que sous régional ;
- gérer à des fins de restauration et de location un parc d'immeubles patrimoniaux à l'échelle régionale et sous régionale et particulièrement au niveau des villes d'Afrique classées "patrimoine mondial de l'humanité par l'UNESCO" ;
- soutenir les entreprises culturelles à travers l'administration de programmes d'aide sélective ou automatique sous forme d'investissement, de subvention ou d'aide remboursable ;
- proposer aux entreprises culturelles des outils financiers généralement offerts par les institutions financières traditionnelles comme le prêt à terme, le crédit renouvelable et la garantie de prêt ;
- jouer le rôle de banquier qui peut s'étendre au rôle d'investisseur, prise alors de parts au capital- actions de certaines entreprises ;
- participer à de grandes productions cinématographiques et télévisuelles à l'échelle sous régionale ou régionale pour réaliser des films à grands budgets afin de rendre compétitive la production cinématographique africaine ;
- entreprendre à l'échelle sous-régionale et régionale une lutte vigoureuse contre le piratage des produits culturels ;
- oeuvrer à l'abaissement de la fiscalité et à l'harmonisation des droits de taxes et impôts dans le secteur de la culture.

Ce ne sont là que quelques suggestions que nous avons voulu faire. Il reste certain que le secteur de la culture peut se trouver en parfaite adéquation avec le plan. Son rôle et son dynamisme en Afrique lui confèrent cette possibilité. L'urgence est donc au développement des industries culturelles dans un contexte de mondialisation. **Les politiques de développement ne peuvent occulter la culture sous peine de faire subir à l'Afrique les contrecoups d'une agression culturelle et la perpétuation d'une domination économique dans ce secteur. C'est l'une des raisons majeures de la nécessité de prendre en charge la culture dans le plan Oméga ou alors de créer, peut être, un plan Alpha de la culture.** En tout cas, la réflexion doit être enrichie par tous ceux qui sont soucieux du devenir de celle-ci en Afrique.

C'est à ce prix seulement , pensons-nous, que le **dialogue des cultures** pourra se réaliser dans un contexte de mondialisation où la volonté hégémonique des détenteurs des puissants moyens de communication est manifeste. Il s'agira de tirer profit des opportunités que nous offrent la richesse et la diversité de nos cultures. Recevoir mais également donner ! Tel est le credo que nous a laissé le chantre de la Négritude :Léopold Sédar Senghor.

Notes

- ¹ Annah-Yao E.1997 in Bulletin du Codesria n°3 ,1997, 4
- ² Diagne, S.B and H. Ossebi. 1996 .la question culturelle en Afrique : contextes , enjeux et perspectives de recherche . Document de travail 1 , CODESRIA , 42.
- ³ Proposé par le président sénégalais Abdou laye Wade qui identifie quatre secteurs prioritaires à développer à l'échelle de l'Afrique.II s'agit des infrastructures ,de l'éducation ,de la santé et de l'agriculture.
- ⁴ NEPAD :Nouveau Partenariat pour le Développement de L'Afrique
- ⁵ Une notion top vaste recouvrant ainsi : l'**information de base** (banque de données, de tout type d'information financière, commerciale ou scientifique) ;**information dite culturelle** (film, séries ,livre ,journaux , magazines dépêche) ou encore l'ensemble des **savoirs-faire Know-know** c'est à dire les brevets, l'expertise, le conseil,le management etc.
- ⁶ Girard, A.1978 in Futuribles 17 , 20
- ⁷ Mattelart and Piemme , 1980 .Le développement culturel :expériences régionales » Paris : Unesco.
- ⁸ Unesco op.cit
- ⁹ Dans la littérature francophone, la mondialisation se distingue de l'**universalité** ;elle se réfère à l'expansion des marchés du tourisme, de l'information de la technique alors que l'**universalisation** renvoie à la vulgarisation des valeurs , des droits de l'homme, des cultures et de la démocratie. Dans la littérature, il n'y a pas de différence de sens ;mondialisation veut **indistinctement** dire universalisation.
- ¹⁰ Latouche, S. , 1999 in Monde diplomatique n° 542,Mai .
- ¹¹ Ndour , S. 2002 Identités Culturelles et Cinéma : Quelle image pour l'Afrique à l'heure de la mondialisation ? » . *Safara ,Revue Internationale de Langues , Littératures et cultures N°1 Janvier*.
- ¹² Annan-Yao E, idem ,.4.
- ¹³ Ndour, S. 2002 .Appendice du plan oméga : la Culture » Médi'Art , pulication en ligne du groupe30Afrique
- ¹⁴ Ndour, S. 2002 . idem .2.
- ¹⁵ Conférence de Melbourne ,Australie ;Décembre 1993.
- ¹⁶ Marché des Arts du Spectacle Africain; édition 95
- ¹⁷ Sud Week-end n)867 du Samedi 24 février 1996
- ¹⁸ DC n° 2 Mars-Avril 1996 .26

Références

- Altawajjiri, A. O. 1997. "Identity and Globalization in the Perspective of the Right Cultural Diversity". *Colloque* , Rabat.
- Diagne, S.B. and H. Ossebi. 1996. *La Question Culturelle en Afrique : Contextes, Enjeux et Perspectives de Recherches*, Document de Travail Codesria 1/1996
- Annan-Ya in *Bulletin du Codesria* n°3 ,1997
- Ndour S. 2002. "Identités Culturelles et Cinéma : quelle Image pour l'Afrique à l'Heure de la Mondialisation" *Safara ,Revue Internationales de Langues ,Littératures et Cultures N° 1 Janvier 2002*
- UNESCO. 1982. *Les Industries Culturelles, un Enjeu de la Culture*.