diploweb.com La revue géopolitique
ISSN : 2111-4307

L’internet, vecteur de puissance des Etats-Unis ?

6 – Hégémonie culturelle dans le cyberespace

vendredi 5 avril 2019,par Laurent BLOCH

Citer cet article / To cite this version :
Laurent BLOCH, **6 – Hégémonie culturelle dans le cyberespace**, *Diploweb.com : la revue géopolitique, 5 avril 2019.*

Hum… Vous semblez apprécier le DIPLOWEB.COM. Nous vous en remercions et vous invitons à participer à sa construction.

Le DIPLOWEB.COM est LE media géopolitique indépendant en accès gratuit, fondé en l'an 2000. Nous vous proposons de participer concrètement à cette réalisation francophone de qualité, lu dans 190 pays. Comment faire ? Nous vous invitons à verser une participation à votre convenance par PayPal via **la page suivante** . Vous pouvez aussi rédiger un chèque à l'ordre du DIPLOWEB.COM et l'adresser à Diploweb.com, Pierre Verluise, 1 avenue Lamartine, 94300, Vincennes, France. Ou bien encore faire un virement bancaire en demandant un RIB à l'adresse expertise.geopolitique@gmail.com.

Avec 5 000€ par mois, nous pouvons couvrir nos principaux frais de fonctionnement et dégager le temps nécessaire à nos principaux responsables pour qu'ils continuent à travailler sur le DIPLOWEB.COM.
Avec 8 000€ par mois, nous pouvons lancer de nouveaux projets (contenus, événements), voire l'optimisation de la maquette du site web du DIPLOWEB.COM.

Les États-Unis sont une nation qui ne se perçoit pas autrement qu'hégémonique, dans le domaine culturel comme dans les autres. L'Internet n'a fait que renforcer cette position, d'autant plus que l'industrie des matériels de réseau était aussi très bien placée, explique L. Bloch.

***Diploweb.com*, publie cet ouvrage de Laurent Bloch, *L'Internet, vecteur de puissance des Etats-Unis ?* pour proposer à chacun les éléments nécessaires à une juste appréciation de la situation. Ce livre complet est déjà disponible sur Amazon au format numérique Kindle et au format broché imprimé sur papier. Il sera publié ici sous forme de feuilleton, chapitre par chapitre, au rythme d'environ un par trimestre.**

L'hégémonie mondiale peut s'acquérir par la force, mais pour durer il lui faut l'hégémonie culturelle. Depuis Alexandre le Grand, Qin Shi Huangdi, Jules César, Haroun Al Rachid, les exemples ne manquent pas. Dans le domaine culturel les États-Unis sont aussi au premier rang, leur industrie de l'audiovisuel au sens large est un de leurs premiers secteurs exportateurs avec l'aéronautique, l'agroalimentaire et l'électronique-informatique. La diffusion mondiale des séries télévisées et des films issus des studios de Hollywood érige le modèle social américain en norme mondiale, ce qui confère aux États-Unis un *soft power* considérable, et par là même une influence sur l'évolution du monde.

La maîtrise des infrastructures offre aux productions culturelles une diffusion mondiale

L'encyclopédie Wikipédia compte (au 29 août 2016) 5 226 092 articles en anglais (1 787 133 en français, 442 237 en arabe…), disponibles dans le moindre village raccordé au réseau téléphonique. De nombreux sites, tels Wikisource, donnent un accès libre aux textes classiques des sciences et de la littérature, d'autres publient des cours ou des ouvrages réalisés par les professeurs des meilleures universités, des documents techniques, des poèmes, de la musique de toutes sortes de styles. Nous pourrions multiplier de tels exemples : toutes sortes d'œuvres naguère accessibles aux seuls habitants des grandes villes des pays riches, parfois sous réserve d'une autorisation d'accès à certaines bibliothèques réservées aux chercheurs patentés, sont maintenant disponibles pour quiconque dispose d'un accès à l'Internet, et nous savons que de tels accès sont très largement répandus, y compris dans de nombreux pays du Sud, où la croissance de leur nombre est très rapide et les bibliothèques rares.

Laurent Bloch, auteur de "L'Internet, vecteur de puissance des Etats-Unis ?", éd. Diploweb via Amazon

Laurent Bloch explique avec pédagogie et précision la géopolitique de l'Internet.
Laurent Bloch

De bonnes infrastructures donnent de bons accès aux sites en ligne hébergés par le pays qui les a mises en œuvre, ce qui attire l'internaute. L'hégémonie des sites anglophones, qui publiaient plus de 95 % des pages Web à la fin des années 1990, s'est atténuée pour ne plus représenter que 53,6 % du Web mondial en 2015, ce qui reste quand même hégémonique.

Le succès des services en ligne américains (Google, Facebook, Amazon, Dropbox…) tient pour une bonne part à ce qu'ils sont accessibles à coup sûr d'à peu près partout dans le monde, sauf lorsqu'ils sont censurés, comme en Chine. Cet accès universel facile fait que tout le monde connaît leur adresse et leur mode d'emploi, ce qui accroît leur universalité, avec un effet boule de neige…

À noter que Wikipédia, encyclopédie multilingue à but non lucratif réalisée par des volontaires non rémunérés, est soutenue à titre gracieux par Google, qui la place systématiquement en première page des résultats de son moteur de recherche.

Un livre édité par Diploweb.com, format Kindle et broché

Les puissances dont les productions culturelles ont un rayonnement mondial développent leurs infrastructures.

Les effets de renforcement mutuel du rayonnement culturel et de la puissance des infrastructures

posent le problème classique de la poule et de l'œuf. Les fournisseurs d'accès qui comprennent mal l'Internet demandent que les grands fournisseurs de services et de données tels que Google participent au financement de leurs infrastructures. C'est oublier que si leurs clients leur achètent des abonnements à haut débit, c'est pour accéder commodément à Youtube (propriété de Google) et à Instagram (propriété de Facebook). En outre, Google par exemple déploie ses propres infrastructures de réseau, et serait un des deux ou trois principaux FAI mondiaux s'il les commercialisait directement.

Les États-Unis sont hégémoniques dans la culture et dans les infrastructures

Hégémonie culturelle

Les États-Unis sont une nation qui ne se perçoit pas autrement qu'hégémonique, dans le domaine culturel comme dans les autres. Avant même l'Internet, les industries américaines du cinéma, de la télévision, du divertissement et d'autres biens culturels étaient au premier rang mondial et en haut de classement des industries exportatrices de leur pays. L'Internet n'a fait que renforcer cette position, d'autant plus que l'industrie des matériels de réseau était aussi très bien placée, même si aujourd'hui Huaweï a supplanté Cisco.

Google et sa filiale Youtube, Facebook et sa filiale Instagram, Twitter, Dropbox contrôlent le commerce mondial des données. En 2014 le groupe de presse allemand Axel Springer avait décidé d'interdire à Google de citer gratuitement sur son moteur de recherche des extraits des articles parus dans 170 publications du groupe et d'autres éditeurs allemands : le bras de fer n'a duré que quinze jours, à l'issue desquels les sites du groupe Springer avaient perdu plus de 40 % de leur fréquentation. « Nous avons peur de Google, je dois le dire clairement et honnêtement, car peu de mes collègues osent le faire publiquement », écrivait le PDG du groupe, Mathias Döpfner. « Nous ne connaissons pas d'alternative, qui offre même partiellement, à conditions technologiques comparables, l'automatisation de la commercialisation publicitaire. Et nous ne pouvons pas renoncer à cette source de revenus, parce que nous avons besoin de cet argent de manière urgente pour de futurs investissements technologiques. C'est pourquoi toujours plus de maisons d'édition en font autant. Nous ne connaissons pas d'alternative en moteurs de recherche qui permettrait de garantir ou d'accroître notre portée en ligne. Une grande partie des médias de qualité obtiennent leur trafic surtout par Google. Pour les autres, avant tout dans les secteurs non journalistiques, le consommateur ne trouve l'accès au fournisseur presque uniquement par Google. ».

Un rapport de forces similaires règne dans d'autres domaines de la culture : la numérisation depuis 2004 par Google Books d'un nombre considérable d'ouvrages encore soumis au droit d'auteur a eu beau susciter les protestations et les recours des éditeurs, des ayant-droits et des bibliothèques, ce service s'est imposé comme le moyen d'accès le plus populaire au stock éditorial mondial. Et les enquêtes internationales auprès des chercheurs et des universitaires montrent que Google Scholar est bien le premier moyen d'accès et de référencement des publications scientifiques et de leurs auteurs.

Hégémonie dans les infrastructures

Comme signalé ci-dessus, l'Internet est un réseau de réseaux, qui appartiennent chacun à un FAI, pour Fournisseur d'accès à l'Internet (en anglais ISP, pour Internet Service Provider).

Les plus grands FAI, qui disposent d'une infrastructure mondiale, forment une aristocratie du Net

nommée Tier 1, ils n'ont à acheter à personne ni transit ni appairage, ils sont si importants que tous les autres opérateurs n'ont d'autre choix que de leur donner accès gratuitement à leurs réseaux, et d'ouvrir la porte à leurs données. Ils sont en 2016 au nombre de 17, dont cinq européens (Deutsche Telekom, désormais connu sous le nom International Carrier Sales & Solutions, ICSS, Seabone, en fait Telecom Italia Sparkle, le néerlandais KPN International, Open Transit, en fait Orange et le Suédo-Finnois TeliaSonera International Carrier) et neuf américains.

L'administration du DNS par l'ICANN, abondamment décrite ci-dessus, contribue également à l'hégémonie américaine sur l'Internet. Nous examinerons au chapitre 9 de cet ouvrage une définition et une technique de mesure de la centralité d'un pays dans le cyberespace, qui nous confirmera la position archi-dominante des États-Unis, en mesure de ce fait de contrôler et d'espionner les trois quarts du trafic mondial sur le réseau.

> Voir aussi : Pascal Martin, L'action cyberoffensive comme nouvelle capacité au profit d'une diplomatie coercitive

Conclusion

Les Américains sont intimement persuadés que tout le monde a envie de vivre comme eux : nous autres Français savons bien que ce n'est pas vrai, ne serait-ce que sur le plan gastronomique. Il n'empêche que le modèle culturel américain gagne régulièrement du terrain dans le monde entier, et que l'Internet y contribue énormément. Cela dit, qui dit culture dit éducation, et comme de surcroît la révolution industrielle induite par l'informatique est très exigeante en termes de formation et de savoirs, le chapitre suivant sera consacré au système éducatif.

Copyright 2017-Bloch/Diploweb

Plus, tout de suite

Ce livre de Laurent Bloch, *L'Internet, vecteur de puissance des Etats-Unis ?*, est déjà disponible sur Amazon au format numérique Kindle et au format broché imprimé sur papier.

P.-S.

Précédemment responsable de l'informatique scientifique de l'Institut Pasteur, Directeur du Système d'Information de l'Université Paris-Dauphine. Il est auteur de plusieurs ouvrages sur les systèmes d'information et leur sécurité. Il se consacre à la recherche en cyberstratégie. Auteur de « Internet, vecteur de puissance des Etats-Unis », éd. Diploweb 2017