

Les plateformes de streaming en tant qu'outil du soft power américain : des instruments façonnant une diffusion culturelle revisitée et basée sur la mise en lumière des minorités (de genre, d'ethnie, d'identité sexuelle, ...) via un discours se voulant universel.

Baptiste Loziak, Université de Liège

Travail présenté dans le cadre du cours de *Séminaire de Relations internationales* (décembre 2024), commenté, retravaillé et présenté en vue d'une publication dans la Revue de la Faculté de Droit de l'Université de Liège (juillet 2025).

Publié dans la Revue de la Faculté de Droit de l'Université de Liège (ed. Larcier) : Loziak, B., « Les plateformes de streaming en tant qu'outil du soft power américain : des instruments façonnant une diffusion culturelle revisitée et basée sur la mise en lumière des minorités (de genre, d'ethnie, d'identité sexuelle...) via un discours se voulant universel », Rev. Dr. ULiège, 2025/2, p. 283-302.

Table des matières

1. Introduction	4
2. Entre séduction et domination : outils théoriques pour penser l'influence culturelle américaine.....	5
A. De soft power à impérialisme culturel : une influence par la culture et les valeurs	5
B. La diplomatie culturelle : vitrine du pouvoir symbolique américain	6
3. Hollywood : le monde vu depuis la colline de Los Angeles	7
4. Les plateformes : des messagers puissants	8
5. Représenter la société : les plateformes comme miroirs inclusifs ?	9
A. Les invisibles rendus visibles	9
B. A portée de télécommande	11
C. Pour quels enjeux ?	12
6. Netflix, entre vitrine inclusive et illusion d'équité	13
7. La réception du message : entre particularismes locaux et différentialisme culturel.....	14
8. L'ombre du Trumpisme ou la fragilité du modèle culturel	15
9. Conclusion.....	16
10. Bibliographie.....	18
11. Annexes.....	24

Résumé

Cet article entend analyser la manière dont les plateformes de streaming américaines (Netflix, Disney +, Amazon Prime Video...) sont devenues des instruments contemporains du *soft power* des États-Unis. Singulièrement, ces plateformes prolongent la logique hollywoodienne d'influence culturelle tout en participant à une diplomatie culturelle renouvelée et fondée sur la mise en visibilité des minorités ethniques, sexuelles et de genre dans un récit se voulant universel. En s'appuyant sur les concepts de *soft power*, de diplomatie culturelle et d'impérialisme culturel, cette étude démontre que ces entreprises privées, tout en répondant à des logiques commerciales qui leur sont propres, tentent de véhiculer un discours sociopolitique implicite aligné sur les valeurs libérales américaines. Cet article interroge également les limites de cette stratégie, tant sur le plan de la réception à l'international, marquée par des mécanismes de résistances culturelles, que sur celui des critiques internes relatives à la « politique de la visibilité » et à la récupération économique des luttes sociales. Enfin, l'article souligne la fragilité de ce modèle face aux mutations politiques américaines, notamment dans le contexte d'une poussée conservatrice incarnée par le Trumpisme. Ce faisant, il met en lumière la tension persistante entre reconnaissance symbolique et récupération commerciale, entre ouverture apparente et reproduction d'un modèle culturel hégémonique.

Abstract

This article aims to provide an analysis of how American streaming platforms (Netflix, Disney +, Amazon Prime Video, etc.) have become contemporary instruments of US soft power. These platforms extend Hollywood's logic of cultural influence while participating in a renewed form of cultural diplomacy based on the visibility of ethnic, sexual and gender minorities in a narrative that aims to be universal. Drawing upon the concepts of soft power, cultural diplomacy and cultural imperialism, this study demonstrates that these private companies, while responding to their own commercial logic, attempt to convey an implicit socio-political discourse aligned with American liberal values. This article also questions the limits of this strategy, both in terms of its international reception, marked by mechanisms of cultural resistance, and in terms of internal criticism of the "politics of visibility" and the economic exploitation of social struggles. Finally, the article reveals the fragility of this model in the current context of political changes in the United States, particularly in the wake of a conservative surge embodied by Trumpism. In doing so, it highlights the persistent tension between symbolic recognition and commercial exploitation, between apparent openness and the reproduction of a hegemonic cultural model.

1. Introduction

Les plateformes de streaming sont aujourd'hui devenues incontournables dans le paysage culturel et médiatique. De Disney + à Netflix en passant par Amazon Prime ou Paramount +, le mode de consommation des films et séries a changé. A l'échelle mondiale, en 2023, 91,7% des personnes disposant d'une connexion internet ont utilisé au moins une fois par mois un service de streaming¹.

Un point commun subsiste tout de même : les plateformes de SVOD (*subscription video on demand*) qui dominent le marché sont toutes américaines. En effet, Netflix se situe en haut des classements avec plus de 200 millions d'utilisateurs, suivi de Amazon Prime (117 millions) et de Disney + (82 millions). Par ailleurs ces chiffres sont même destinés à augmenter dans les prochaines années². De ce fait, Netflix et les autres sont devenus presque naturellement un instrument du soft power américain et de la diplomatie publique (concepts que nous expliquerons en détails par ailleurs). Les séries et films proposés en SVOD sont devenus, au même titre qu'Hollywood, un instrument de premier ordre de la géopolitique américaine³. Cela dit, à la différence de Hollywood qui a souvent proposé un contenu essentiellement centré sur un seul et unique mode de société, une vision fixe et admise de concepts comme la famille, l'amour ou la Nation, les plateformes de SVOD font un pas de côté⁴. Celles-ci auraient tendance à offrir des modes alternatifs de pensée. Donnant plus de place à un ensemble de minorités (LGBTQIA+, Femmes, Afro-Américain(e)s, séniors, ...) et même à l'écologie, les plateformes construisent leur propre storytelling qualifié de plus libéral et plus progressif. Certains détracteurs vont même jusqu'à étiqueter cette façon de faire de « wokisme déguisé »⁵.

Nous allons donc voir dans ce travail comment les plateformes de streaming américaines sont utilisées en tant qu'instrument du soft power américain et observer comment elles se veulent porteuses de messages universels et transnationaux. Le but sera donc de répondre à la question de recherche : *dans quelle mesure les plateformes de streaming américaines permettent-elles aux Etats-Unis de façonner un soft power revisité et basé sur la mise en lumière des minorités (de genre, d'ethnie, d'identité sexuelle, ...) via un discours se voulant universel ?*

¹ STATISTA, « Share of internet users watching content via streaming services each month worldwide as of 3rd quarter 2023, by country », *Statista*, 2024.

² Voir Annexe 1

³ MARTIN, K., « Les séries : entre géopolitique et Soft Power », *Monde des Grandes Ecoles et Universités*, 20 octobre 2022.

⁴ CARMINATI, D., « Netflix as a Global Soft Power Multiplier », *Modern Diplomacy*, 21 novembre 2023.

⁵ RUBIERA, L., C., « Le 'soft power' à la Netflix, plus proche d'Obama que de Trump », *The Conversation*, 7 janvier 2019.

2. Entre séduction et domination : outils théoriques pour penser l'influence culturelle américaine

Deux concepts seront mobilisés durant ce travail : le *soft power* et la *diplomatie culturelle*. Nous nous attacherons à les définir de la manière la plus exhaustive possible ainsi qu'à expliquer pourquoi ceux-ci sont pertinents dans le cadre de ce travail.

A. De soft power à impérialisme culturel : une influence par la culture et les valeurs

Dans l'étude des Relations internationales, le *soft power* est un concept omniprésent et il nous sera pertinent ici. Ce terme qui pourrait être traduit par « puissance douce » est issu – en tout cas pour ce qui concerne son acception la plus moderne – du politiste américain Joseph Nye⁶. Le *soft power* désigne la puissance indirecte d'un acteur sur la scène internationale. Il s'agit, pour une unité politique, de parvenir à orienter le comportement d'acteurs tiers sans les y contraindre. A contrario du *hard power*, le *soft power* prend la forme de contraintes implicites, d'incitations discrètes visant à insinuer dans les esprits un certain mode de pensée et parfois même de vrais idéaux socio-politiques⁷.

Il est crucial pour des Etats considérés comme des *puissances* de développer un *soft power* transposable dans d'autres Etats. L'exercice de cette puissance, en plus de requérir un panel de ressources à développer et évaluer (humaines, culturelles, morales, matérielles, ...) se doit d'être constamment entretenu⁸. La culture, et le cinéma en particulier, ont toujours fait partie des instruments du *soft power*⁹ et nous verrons comment les plateformes de streaming se sont également muées en outil mobilisable dans le panel des Etats – et singulièrement des Etats-Unis. C'est d'ailleurs Joseph Nye, lui-même qui écrit que « la majeure partie du *soft power* américain a été produit par Hollywood, Harvard, Microsoft et Michael Jordan »¹⁰.

Si ce travail se base en grande partie sur le concept de soft power tel que formulé par Joseph Nye, il est nécessaire de le confronter à une notion plus critique : celle d'impérialisme culturel¹¹. Si le soft power repose sur des mécanismes de séduction et une adhésion volontaire à un modèle culturel, il n'en n'est pas réellement de même pour l'impérialisme culturel. Ce phénomène est souvent ressenti par les pays étrangers comme un désir (américain) de pénétrer les marchés locaux et vider les industries cinématographiques nationales de leur créativité mais aussi de leurs ressources. Même si cet impérialisme n'est pas forcément négatif, il est n'en demeure pas moins

⁶ NAY, O. (dir.), *Lexique de science politique*, 4^{ème} ed., Paris, Dalloz, 2017, p. 587.

⁷ NYE, J., *Bound to Lead : The changing nature of American power*, New York, Basic Books, 1990, pp. 31-35.

⁸ GOMART, T., « Entre concentration et dispersion : le bel avenir de la puissance », *Politique Étrangère*, vol. 1, 2019, pp. 11-12.

⁹ GRAY, R.D., « Cultural Outreach : Cinema and Soft Power », *Journal of Chinese Film Studies*, vol. 1/1, 2021, pp. 187-203.

¹⁰ NYE, J., *The Means to success in World Politics*, New-York, Public Affairs, 2004, p. 17 [notre traduction].

¹¹ DUPONT, N., « Le cinéma américain : un impérialisme culturel ? », *Revue LISA*, vol. 5/3, 2007, p. 121.

un prolongement de l'impérialisme économique américain¹². Concrètement, dans le cinéma américain, cet impérialisme culturel prend souvent la forme de « modification systémique d'idées, d'événements comme les guerres ou les relations entre genres et ethnies »¹³. L'importance des films américains en tant qu'instruments de prolongation de certains modèles ou certaines relations est donc non négligeable, particulièrement sur la question minorité. Cette « ubiquité »¹⁴ du cinéma américain a donc souvent eu tendance à se transformer en un réel impérialisme culturel, bien que cette question soit toujours largement discutée.

Ces deux notions, bien que s'inscrivant dans des logiques divergentes, s'articulent ici pour éclairer la tension entre séduction volontaire et domination symbolique dans la diffusion culturelle américaine.

B. La diplomatie culturelle : vitrine du pouvoir symbolique américain

Il est relativement complexe de s'accorder sur une unique définition de ce que l'on entend par le terme *diplomatie culturelle*¹⁵, d'autant plus qu'il est souvent amené à coexister avec le concept de *diplomatie publique*¹⁶. Les deux notions se retrouvent dans une acception théorique commune étudiant les échanges culturels, le *nation branding* ou encore le *soft power*¹⁷. Toutefois, nous établirons cette recherche autour du concept de *diplomatie culturelle*. Tout d'abord car celle-ci est vecteur de promotion culturelle mais aussi du fait de sa propension à se lier à des acteurs beaucoup plus divers, là où la diplomatie publique reste souvent cantonnée aux sphères étatiques et gouvernementales¹⁸. La diplomatie culturelle est un élément du *soft power* des Etats mobilisant un ensemble de ressources institutionnelles – point clé – afin de promouvoir un système d'instruments basés sur la culture. Ces outils mobilisés par la diplomatie culturelle ont « pour but premier [...] de favoriser les contacts ou tenter de convaincre les opinions publiques étrangères »¹⁹. La diplomatie culturelle s'inscrit dans une stratégie de communication politique en appuyant ses propos via différentes productions culturelles. Le cinéma constitue un moyen de colporter ces discours vers l'extérieur²⁰. Ces atouts institutionnels sont notamment incarnés par la *Motion Picture Association of America* (MPAA), une société créée dans les années 20 autour d'un cartel des plus importantes sociétés de production : Fox, Paramount, Universal, Sony, Disney et

¹² DUPONT, N., « Le cinéma américain : un impérialisme culturel ? », *op. cit.*, pp. 121-125.

¹³ CRANE, D., « Cultural globalization and the dominance of the American film industry : cultural policies, national film industries, and transnational film », *International Journal of Cultural Policy*, vol. 20/4, 2014, p. 377 [notre traduction].

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ DUBOSCLARD, & al. (dir.), *Entre rayonnement et réciprocité*, Paris, Editions de la Sorbonne, pp. 15-23.

¹⁶ GILABRT, M., « Diplomatie culturelle et diplomatie publique : des histoires parallèles ? », *Relations Internationales*, vol. 169/1, 2017, pp. 11-13.

¹⁷ *Ibid.*, p. 12.

¹⁸ ANG, I., YUDHISHTIR, R. & MAR, P. (eds.), *Cultural diplomacy : beyond the national interest ?*, Routledge, Oxon, 2016, pp. 11-12.

¹⁹ GILABERT, M., « Diplomatie culturelle et diplomatie publique : des histoires parallèles ? », *Relations Internationales*, *op. cit.*, p. 12.

²⁰ *Ibid.*, pp. 12-15

Warner Bros, autrement appelés les *majors hollywoodiens*²¹. Son activité de lobbying et de promulgation des intérêts du secteur cinématographique a poussé certains auteurs à la décrire comme une sorte de « petit département d'Etat »²².

Au même titre que pour le *soft power*, les plateformes de streaming américaines sont devenues un dispositif supplémentaire au service de la diplomatie culturelle.

3. Hollywood : le monde vu depuis la colline de Los Angeles

Le cinéma américain a constitué, et constitue encore actuellement, un des moyens les plus efficaces de transposition de valeurs, d'intérêts et modèles sociétaux. Les films américains promeuvent un *American Way of life* idéalisé et se voulant universel²³. De surcroît, les Etats-Unis disposent d'un réel « impérialisme culturel »²⁴ leur permettant de colporter leurs idéaux-types à l'étranger²⁵. Les marchés internationaux, qu'ils soient européens, sud-américains ou asiatiques subissent un quasi-monopole des films américains. Au même titre que la musique, le sport ou le numérique, le cinéma américain s'exporte et il s'exporte bien²⁶. Cet impérialisme culturel du cinéma américain, le *Globalwood*, se confond néanmoins régulièrement avec un impérialisme économique (pouvant même profiter aux pays ciblés)²⁷. A ce titre, un des mécanismes les plus fréquemment employé afin de supprimer les barrières tarifaires sur les contenus audiovisuels sont les accords de libre-échange bilatéraux ou multilatéraux²⁸.

Charles-Albert Michalet va plus loin en conceptualisant le *cinéma-monde* (ou *world-cinema*)²⁹ ; mode opératoire mis en place depuis les années 80 à Los Angeles. Ce mécanisme s'appuie sur une stratégie américaine basée sur trois points : « le développement du film mondial, à la fois événement et film global ; le développement d'une approche globale du marché ; l'établissement d'une coopération horizontale entre les compagnies de cinéma, les sociétés de production et les sociétés de distribution »³⁰.

²¹ MC DONALD, P., « Hollywood, the MPAA, and the formation of anti-piracy policy », *International Journal of Cultural Policy*, vol. 22/5, 2016, pp. 687-689.

²² *Ibid.*, p. 687 [notre traduction].

²³ PREMONT, K., « Le rayonnement culturel des Etats-Unis : un soft power en déclin ? », *Areion 24 news*, 10 février 2017.

²⁴ DUPONT, N., « Le cinéma américain : un impérialisme culturel ? », *op. cit.*, p. 121.

²⁵ HUDSON, C., « American Popular Culture and Anti-Americanism » in O'CONNOR, B. (ed.), *Anti-Americanism – History, causes and Themes, vol. 1 : causes and sources*, Oxford, Greenwood World Publishing, 2007, pp. 239-262.

²⁶ GIRARD, M., « Le soft power peut-il (encore) sauver l'Amérique ? », *Questions Internationales*, vol. 98/3, 2019, p. 85.

²⁷ DUPONT, N., « Le cinéma américain : un impérialisme culturel ? », *op. cit.*, pp. 111-132

²⁸ VLASSIS, A., « European Union and online platforms in global audiovisual politics and economy : Once Upon a Time in America ? », *International Communication Gazette*, vol. 83/6, 2021, p. 611.

²⁹ MICHALET, C-A., *Le drôle de drame du cinéma mondial : Une industrie culturelle menacée*, Paris, La Découverte/Centre fédéral FEN, 1987, p. 90.

³⁰ MICHALET, C-A., *Le drôle de drame du cinéma mondial : Une industrie culturelle menacée*, *op. cit.*, p. 112.

4. Les plateformes : des messagers puissants

Nous avons déjà soulevé dans ce travail l'ascendant purement statistique dont disposent les plateformes (cf. infra). A titre d'exemple, les seuls Etats où Netflix ne peut être légalement disponible sont la Chine, la Russie, la Syrie et la Corée du Nord³¹.

Dès lors, même si des alternatives plus locales existent comme en France ou en Asie, les plateformes américaines sont reines d'un marché clé dans l'industrie culturelle. Netflix est par exemple disponible dans plus de 190 pays³². Il s'avère même que les abonnements Netflix sont plus nombreux si l'on combine Europe, Moyen-Orient et Afrique qu'en Amérique du Nord (entendue ici au sens des Etats-Unis et du Canada réunis)³³.

Une des forces du soft power américain a longtemps été celle de se réinventer ou « [d'] inventer l'avenir »³⁴. Nous allons donc, dans cette partie, voir comment, depuis leur émergence, les plateformes de streaming américaines ont repris un rôle longtemps endossé par Hollywood. N'allant pas jusqu'à remplacer ce dernier, elles se sont révélées être de redoutables instruments au service d'une certaine image des Etats-Unis qui confondent désormais *diplomatie culturelle* avec *diplomatie du streaming* (« streaming diplomacy »)³⁵. Evoquée par ailleurs dans ce travail, la notion de *cinéma-monde*, trouve également à s'appliquer dans l'industrie de la SVOD. En plus d'adopter des stratégies de vente globales et bénéficier d'accès facilités sur certains marchés, les plateformes américaines sont aujourd'hui les seules à s'imposer tout autour du globe. Les méthodes utilisées par les Netflix et autre Amazon ne sont pas neuves. Certains des codes utilisés par les plateformes l'étaient déjà par les majors hollywoodiens : une concentration de talents autour de Hollywood, les ressources économiques immenses ainsi que l'utilisation de la langue anglaise, moyen de communication presque universel³⁶.

Enfin, nous abordions, au moment de discuter de la notion de diplomatie culturelle, le soutien institutionnel significatif dont disposent les majors hollywoodiens. Il convient de noter que, en janvier 2019, Netflix a fait son entrée dans un cercle très fermé : celui de la MPAA. La société de SVOD, en devenant d'ailleurs la seule de ce groupe à ne pas être un studio de cinéma « classique », parvient à se faire une place encore plus conséquente au sein du microcosme californien³⁷. Et qui sait, peut-être d'autres plateformes comme Apple ou Amazon la rejoindront bientôt. Une chose est

³¹ VLASSIS, A., « European Union and online platforms in global audiovisual politics and economy : Once Upon a Time in America ? », *op. cit.*, p. 609.

³² Voir Annexes 2 et 3.

³³ STATISTA, « Number of Netflix paying streaming subscribers worldwide as of 3rd quarter 2024, by region », *Statista*, 2024.

³⁴ GIRARD, M., « Le soft power peut-il (encore) sauver l'Amérique ? », *op. cit.*, p. 85.

³⁵ ELKINS, E., « Streaming diplomacy », in YONG-JIN, D. (ed.) *The Routledge Handbook of Digital Media and Globalization*, 1st ed., New-York, Routledge, 2021, p. 152.

³⁶ CRANE, D., « Cultural globalization and the dominance of the American film industry : cultural policies, national film industries, and transnational film », *International Journal of Cultural Policy*, vol. 20/4, 2014, pp. 366-368.

³⁷ BALDACCHINO, J., « Netflix, l'usine à séries que le cinéma déteste adorer », *Nectart*, vol. 9/2, 2019, pp. 124-125.

sûre, cette adhésion permet à Netflix de propager un message encore plus facilement et efficacement selon les standards hollywoodiens³⁸.

Toutefois, là où les plateformes se démarquent – et spécialement Netflix – c’est dans leur capacité à jongler avec une certaine « grammaire du transnationalisme »³⁹. Ce concept s’exprime à travers la stratégie de diffusion des géants de la SVOD. Là où les sociétés de distribution traditionnelles américaines cherchaient d’abord à séduire un public national, les plateformes, particulièrement via leurs productions originales, formulent une locution transnationale dès le début. Il s’agit de leur première préoccupation lors du processus de création : comment envoyer un message fort qui peut à la fois être entendu par des Américains mais aussi par le reste du monde⁴⁰ ? Là où les studios traditionnels produisent en premier pour la société américaine (voire occidentale), les plateformes partent du principe que la production doit pouvoir s’exporter le plus efficacement possible. La distribution se fait au global par un *one-size-fits-all*⁴¹, le produit, une fois fini, doit convenir à tout le monde.

5. Représenter la société : les plateformes comme miroirs inclusifs ?

A travers ce chapitre – central dans ce travail – nous présenterons comment trois questions : les minorités LGBTQIA+, le genre ainsi que la représentation des Afro-Américains font partie de l’ADN des plateformes de streaming et comment celles-ci proposent une certaine image de la société américaine.

A. Les invisibles rendus visibles

La communauté LGBT

Quand ils sortent, certains films font parfois effet d’onde de choc concernant certaines thématiques sociétales ou politiques. C’est le cas en 2005 lorsque sort sur les écrans américains le film *Le Secret de Brokeback Mountain* narrant l’histoire d’amour homosexuelle entre deux cowboys (joués par Jake Gyllenhall et Heath Ledger). Considéré comme un film « contre-hégémonique »⁴² dans l’industrie du film, il a offert une alternative à la construction sociale d’une certaine forme de masculinité dominante. Malgré l’enthousiasme à sa sortie, le sujet a vite été clos et Hollywood n’a pas vraiment surfé sur cette vague pour promouvoir d’autres types de minorités⁴³.

³⁸ D’ALESSANDRO, A., « What Netflix’s official MPAA membership means – update », *Deadline*, 22 janvier 2019.

³⁹ JENNER, M., *Netflix and the Re-invention of television*, 2nd ed., New-York, Palgrave Macmillan, 2023, p. 234.

⁴⁰ *Ibid.*, pp. 233-234.

⁴¹ AGUIAR, L. & WALDFOGEL, J., « Netflix : global hegemon or facilitator of frictionless digital trade ? », *Journal of Cultural Economics*, vol. 42/3, 2018, p. 443.

⁴² RAFFANTI, M.A., « LGBT-Themed Hollywood Cinema after *Brokeback Mountain*: Renegotiating Hegemonic Representations of Gay Men », in FRYMER, B., KASHANI, T., NOCELLA, A.J., VAN HEERTUM, R. (eds.), *Hollywood’s Exploited*, New-York, Palgrave Macmillan, 2010, p. 132.

⁴³ *Ibid.*, pp. 131-132.

En 2017, Netflix diffuse #FirstTimeISawMe. Ce programme est alimenté par des témoignages de personnes transsexuelles expliquant leurs histoires. Il s'est construit en collaboration avec GLAAD, un collectif américain visant à dénoncer et combattre les discriminations subies par les personnes LGBT dans les médias. Dans la même veine, Disney + et Amazon ont a posteriori lancé des campagnes se focalisant sur l'inclusivité au sein de leurs entreprises et de leurs programmes⁴⁴. Ce point d'entrée montre que, là où Hollywood a mis des années à comprendre comment mettre en lumière ces sujets (cf. infra), les plateformes de streaming ont rapidement pris des positions marquées. Celles-ci mettant notamment en lumière la communauté LGBT.

Les femmes

La question du genre est également un sujet soulevé par Netflix et autres. Les femmes jouent un vrai rôle dans la construction des histoires ; elles sont devenues de personnages bien plus centraux. Citons les exemples de productions Netflix comme *House of Cards*, *The Crown* ou *Ingovernable*, trois de séries où les femmes sont associées au pouvoir politique⁴⁵.

Le matériau 'série' peut aussi servir de prétexte pour omettre une certaine dimension historique. La série Netflix *Stranger Things* plante le décor suivant : les années 80 dans la ville fictive de Hawkins en Indiana. Dans « notre réalité », ce cadre spatio-temporel était le terrain de luttes domestiques quant à la place de la femme de la société étasunienne.

Ici, le propos qualifié de « post-moderne »⁴⁶ n'est pas du tout celui-ci ; le récit offre une image d'une égalité de genre apparente tout en « fournissant une opportunité pour les politiques de genre révisionnistes »⁴⁷.

Il peut également être mis en exergue la manière dont les plateformes usent de la nostalgie pour dépolitiser un message ou redessiner un modèle préconçu. Cette nostalgie est saisie par les médias qui profitent du flou entourant une certaine période afin de réécrire en quelques sortes leur vision d'une thématique. Les *mass media* manient ces sujets afin de redéfinir qui nous sommes en tant qu'individus et en tant que société⁴⁸. Netflix l'a par exemple bien compris en adoptant un discours largement progressiste, aussi bien dans l'esthétique que dans la forme, pour l'époque concernée dans *Sex Education*, série prenant cours dans les années 80-90. Encore une fois, les plateformes agissent ici comme émetteur de valeurs progressistes et bienveillantes se voulant universelles⁴⁹.

⁴⁴ EDMOND, M. & al., « Streaming diversity : studying screen diversity in the streaming era », *Sage Journals*, vol. 30/4, 2024, pp. 1320-1321.

⁴⁵ JENNER, M., *Netflix and the Re-invention of television*, 2nd ed., *op.cit.*, p. 235.

⁴⁶ JENNER, M., *Netflix and the Re-invention of television*, 2nd ed., *op.cit.*, p. 236.

⁴⁷ *Ibid.* [notre traduction].

⁴⁸ MAGLADRY, M., « Mediated nostalgia : individual memory and contemporary mass media », *Continuum*, vol. 30/2, 2016, pp. 268-271.

⁴⁹ JENNER, M., « The quantification of diversity : Netflix, visibility politics and the grammar of transnationalism », *Convergence*, vol. 30/4, 2024, pp. 1481-1484.

Les Afro-Américain(e)s

Dans une interview accordée à *Variety*, la réalisatrice afro-américaine Ava duVernay (*Dans leur regard, Origin, A Wrinkle in the time, ...*) explique comment, mieux que quiconque avant dans l'industrie, Netflix a compris l'importance de la représentation des minorités. Elle considère comme impossible de continuer à travailler comme on le faisait avant « dans un pays largement composé de personnes qui ne sont pas des hommes blancs »⁵⁰. L'idée est que les Etats-Unis, au vu de leur domination dans l'exportation de la culture, ne peuvent plus se faire voir comme un pays fragmenté, où les Afro-américain(e)s sont considérés comme parias et où le racisme systémique subsiste. La volonté est de donner l'image d'une Nation unie et solidaire⁵¹.

Bien que l'histoire de la communauté afro-américaine et celle de sa discrimination soient intrinsèquement liées à l'histoire des Etats-Unis et à l'esclavage, l'idée a toujours été pour les plateformes de SVOD de promouvoir un modèle universel.

Le plaidoyer anti-raciste de certaines productions originales colle parfaitement avec le transnationalisme des plateformes. Il est intéressant de noter que, présenter la communauté afro-américaine comme visible et équitablement représentée de manière universelle permet aux plateformes de « minimiser les spécificités nationales »⁵², tout en pouvant se passer d'explication et de contextualisation socio-politiques trop lourdes⁵³.

L'intersectionnalité

Chose impensable dans le cinéma classique hollywoodien jusqu'à récemment, les plateformes peuvent également se faire le porte-parole de l'intersectionnalité. Ce concept désigne les discriminations se fondant sur une combinaison de critères, qu'ils soient de classe, de genre, d'ethnie ou d'origine. Exemple : la discrimination combinée sur le fait d'être une femme noire⁵⁴. Le cas le plus connu est celui de la série *Orange is the new black* mettant en scène une communauté de femmes noires en prison. La série regroupe les revendications portées par les mouvements *#MeToo* et *Black Lives Matter* mais aussi des valeurs libérales autour de l'antisexisme et de l'antihomophobie ainsi qu'une critique acerbe du système pénal américain⁵⁵.

B. A portée de télécommande

Qui plus-est, ces thématiques deviennent bien plus accessibles. Là où la question de la représentation des minorités pouvait paraître éloignée des foyers américains (et internationaux),

⁵⁰ SETOODEH, R., « Ava DuVernay on Why Netflix Understands Artists and Diversity », *Variety*, 15 avril 2017.

⁵¹ JENNER, M., *Netflix and the Re-invention of television*, 2nd ed., *op. cit.*, p. 195.

⁵² JENNER, M., *Netflix and the Re-invention of television*, 2nd ed., *op. cit.*, p. 198 [notre traduction].

⁵³ *Ibid.*

⁵⁴ NAY, O. (dir.), *Lexique de science politique*, 4^{ème} ed., *op. cit.*, p. 311.

⁵⁵ JENNER, M., *Netflix and the Re-invention of television*, 2nd ed., *op. cit.*, p. 238.

elle se fait bien plus prégnante via la SVOD⁵⁶, de plus en plus présente dans le quotidien (cf. infra). En effet, les plateformes comme Netflix, Amazon ou autres se démarquent bien plus en termes de 'découvrabilité' que les canaux traditionnels comme la télévision ou même que des services comme YouTube par exemple⁵⁷. A côté de cela, ces questions sont données à voir beaucoup plus régulièrement, rapidement et fréquemment. Le *binge-watchnig*, vraie arme des plateformes de streaming, induit que le spectateur passe beaucoup plus de temps à constater de ses propres yeux les sujets discutés ci-dessus. Chose plus rare via le cinéma ou la télévision dont les programmations sont plus aléatoires et moins personnalisables⁵⁸.

C. Pour quels enjeux ?

On pourrait désormais s'attarder sur la question du *pourquoi*. Pourquoi les Etats-Unis cherchent à se servir de ces plateformes afin de transmettre une image d'inclusivité de mise en lumière des minorités ?

Un des enjeux est en réalité de prouver que, malgré les critiques, les valeurs occidentales sont universelles et applicables partout. Le narratif ne doit plus, comme ce fut souvent le cas dans le cinéma américain, être centré sur *notre* histoire (au sens histoire américaine) mais sur une histoire transnationale, une histoire universelle. La lutte contre toute forme de discrimination se doit donc de rentrer dans le cadre de ce libéralisme/transnationalisme. Ces valeurs normalisées et homogénéisées n'entraînent donc pas un effacement des différences mais les plateformes les modulent afin de les organiser et les mettre en lumière⁵⁹. On l'a vu avec l'exemple des Afro-Américain(e)s où l'idée est de construire un récit solide autour de l'appartenance commune à une seule et même Nation, peu importe la couleur de peau, l'origine ou la religion (cf. infra).

Les institutions internationales ont toujours été historiquement colorées des valeurs occidentales et représentent des lieux de transfert des valeurs dites occidentales (droits de l'Homme, liberté individuelle, ...). Les plateformes de SVOD deviennent de nouveaux relais d'un certain système de valeurs⁶⁰. Evan Elkins écrit d'ailleurs que, « en tant [qu'instrument] hybride entre technologie et divertissement, Netflix est un avatar de ce mélange de politiques culturelles libérales mais non-radicales et de politiques économiques dé-régulatrices néo-libérales »⁶¹.

Les plateformes de SVOD, en tant que reflets de mouvements sociaux comme *#MeToo* ou *Black Lives Matter* ne sauraient toutefois oublier totalement un enjeu clair : celui de l'économie. De fait,

⁵⁶ EDMOND, M. & al., « Streaming diversity : studying screen diversity in the streaming era », *op. cit.*, pp. 1323-1326.

⁵⁷ GRIFFIN, H., « Sexual diversity and streaming television : toward a platform studies approach to analyzing LGBTQ+ TV », *Convergence*, vol. 30/4, 2024, p. 1467.

⁵⁸ JENNER, M., *Netflix and the Re-invention of television*, 2nd ed., *op. cit.*, pp. 198-204.

⁵⁹ JENNER, M., *Netflix and the Re-invention of television*, 2nd ed., *op. cit.*, pp. 234-240.

⁶⁰ ELKINS, E., « Streaming diplomacy », *op. cit.*, pp. 150-158.

⁶¹ ELKINS, E., « Streaming diplomacy », *op. cit.*, p. 152 [notre traduction].

produire des contenus où certaines minorités sont plus visibles, voire mieux représentées répond à une demande de la part d'un public jeune et sensibilisé à ces questions. La moyenne d'âge du public SVOD étant plus basse qu'un public de cinéma, il apparaît pertinent (essentiel ?) pour les plateformes de promouvoir les minorités en maximisant sa rentabilité. Les volontés d'inclusion et de représentation pour les plateformes ne seront jamais qu'un moyen d'augmenter le nombre d'abonnements vendus, cœur de leur activité⁶². Comme indiqué par Thuilas et Wiart, « l'activisme semble ainsi mobilisé pour mieux cibler et fidéliser un public sensible à ces valeurs et représentations »⁶³.

6. Netflix, entre vitrine inclusive et illusion d'équité

Il ne faudrait pas confondre *représentation* avec *visibilité*. En effet, Netflix comme les autres plateformes restent des entreprises pour l'essentiel basées en Californie, au cœur de la Silicon Valley. Elles sont donc toutes inscrites dans ce que l'on conceptualise sous le terme de *Silicon Valley Ethos*⁶⁴. Cette notion recouvre une certaine façon de concevoir « la technologie, le changement politique, et le développement économique [tout comme] la santé, la sécurité ou la sexualité »⁶⁵.

Le lien entre *visibilité* et *représentation* est le suivant : il ne faudrait pas résumer la présence de personnes issues de minorités – que ce soit à l'écran ou à la production – par une simple vision algorithmique et quantitative. En d'autres termes, ce n'est pas parce qu'un acteur noir joue un rôle « de blanc » que l'on gagne en représentativité. Naturellement, la visibilité est un premier pas intéressant – et nécessaire – dans l'industrie culturelle américaine. Cela dit, il serait encore plus optimal de changer la manière de raconter une histoire ; modifier le prisme par lequel on l'aborde⁶⁶. D'aucuns appellent à une « diversité plus équilibrée où les rôles seraient agrémentés de spécificités et dimensions autres »⁶⁷. Ce travail serait réalisé en combinaison de l'implication d'acteurs de l'écriture et de la production, eux-mêmes issus de cette diversité imprégnée par un *storytelling* alternatif⁶⁸. Ces critiques sont résumées sous le concept de *politique de la visibilité*. Cette notion induit que la part d'écran de personnes issues des minorités est facilement mesurable⁶⁹. Cette tendance a également la fâcheuse habitude à signifier que la cause profonde des mouvements de lutte anti-discrimination, quelles qu'elles soient, serait simplement le manque

⁶² THUILAS, O. & WIART L., *Les plateformes à la conquête des industries culturelles*, Fontaine, Presses Universitaires de Grenoble – PUG, 2023, pp. 98-102.

⁶³ THUILAS, O. & WIART L., *Les plateformes à la conquête des industries culturelles*, *op. cit.*, p. 100.

⁶⁴ LEVINA, M. & HASINOFF, A.A., « The Silicon Valley Ehtos : tech industry products, discourses and practices », *Television & New Media*, vol. 18/6, 2017, pp. 490-492.

⁶⁵ *Ibid.*, p. 491.

⁶⁶ JENNER, M., « The quantification of diversity : Netflix, visibility politics and the grammar of transnationalism », *op. cit.*, p. 1475.

⁶⁷ WARNER, K.J., « In the time of plastic representation », *Film Quarterly*, vol. 71/2, 2017, pp. 32-35 [notre traduction].

⁶⁸ WARNER, K.J., « In the time of plastic representation », *Film Quarterly*, vol. 71/2, 2017., p. 35.

⁶⁹ JENNER, M., « The quantification of diversity : Netflix, visibility politics and the grammar of transnationalism », *op. cit.*, pp. 1475-1479.

de visibilité⁷⁰. En transportant ce message socio-politique, les plateformes ne résumeraient-elle pas un message complexe porté par ces mouvements en une vision simpliste du type : « plus on voit de personnes de couleur, de femmes et de couples gays, mieux c'est »⁷¹.

7. La réception du message : entre particularismes locaux et différentialisme culturel

Après avoir vu comment la puissance des plateformes s'étendait à l'étranger, le contenu de cette puissance ainsi que les outils et enjeux, essayons de voir comment ces messages sont perçus concrètement en dehors des frontières américaines.

Pour commencer, nous mobiliserons ici un exemple qui paraît pertinent dans ce contexte : celui de l'Inde. Pour ce grand pays où Bollywood domine le milieu du cinéma, la demande pour une mise en avant de la diversité ou de visibilité des minorités est relativement basse. Le cinéma indien dispose de ses propres codes : un certain *starsystem*, une certaine vision du monde, une certaine façon de penser la société. Cette société indienne étant tellement hétéroclite, il paraît presque impossible de partager un propos monolithique et unifié⁷². Le cinéma américain traditionnel, au même titre que les plateformes de streaming aujourd'hui, s'est souvent trouvé hors sujet vis-à-vis de cette « mosaïque indienne »⁷³. Cette mosaïque culturelle entraîne également un manque de pertinence pour les plateformes. Les questions sociétales et socio-politiques en Inde sont parfois assez éloignées de celles qui prédominent en Occident. Citons, parmi d'autres exemples, la question des castes indiennes ou des ancrages linguistiques et culturels différents en fonction des régions (l'Inde ne compte pas moins de 14 langues officielles : hindi, bengali, marathi, tamoul, télougou, ...) ⁷⁴. Cette barrière de la langue peut également constituer un frein dans la réception du message d'inclusivité et de diversité. C'est le cas par exemple au Japon où le marché n'est pas vraiment adapté et demandeur d'un contenu majoritairement anglophone⁷⁵.

Un autre point clé de l'analyse de la transmission culturelle américaine est lié au concept de *différentialisme culturel* (« cultural differentialism »)⁷⁶. Ce concept, repris à la sociologie, présente un modèle en opposition au modèle de société(s) multiculturelle(s). Il s'agit – et c'est là que l'idée prend tout son sens ici – de dire qu'il n'y a aucune culture ou projet national supérieur(s) à

⁷⁰ PERKINS, C., « 10 ghosts girls : ghostbusters, popular feminism and the gender-swap reboot », in HERBERT, D. & VEREVIS, C. (dir.), *Film Reboots*, Edinburgh, Edinburgh University Press, 2020, pp. 157-170.

⁷¹ JENNER, M., « The quantification of diversity : Netflix, visibility politics and the grammar of transnationalism », *op. cit.*, p. 1479 [notre traduction].

⁷² LOBATO, R., *Netflix Nations. The geography of Digital Distribution*, New-York, New-York University Press, 2019, pp. 121-123.

⁷³ DAGNAUD, M., « Le cinéma, instrument du soft power des nations », *Géoéconomie*, vol. 58/3, 2011, p. 25

⁷⁴ LOBATO, R., *Netflix Nations. The geography of Digital Distribution*, *op. cit.*, pp. 121-122.

⁷⁵ LOBATO, R., *Netflix Nations. The geography of Digital Distribution*, *op. cit.*, pp. 126-129.

⁷⁶ BORNISCHIER, S., « The New Cultural Divide and the Two-Dimensional Political Space in Western Europe », *Western Europe Politics*, vol. 33/3, 2010, p. 422.

d'autres⁷⁷. Les contenus portant sur la diversité culturelle dont nous discutons sont toujours portés par une vision américaine, une idée de la société telle que voulue par l'Amérique. En ce sens, les productions issues de la SVOD restent ancrées dans une tradition culturelle américaine, incluant ses modes de vie, de valeurs et ses propres idées. Et ce, notamment, sur ce que devrait être la diversité⁷⁸.

On peut donc synthétiser l'idée que la réception du message a priori inclusif et de la diversité ne se fait pas en dehors de toute réflexivité critique. Cette réception porte en elle une contestation du modèle impérialiste américain, de la soi-disant universalité de la langue anglaise et une mise en exergue des particularismes locaux. La phrase de Salsabila résume bien ce point de vue : « le portrait de la diversité culturelle met en lumière le multiculturalisme américain et souligne l'inauthenticité de la culture non-américaine. L'Américanisation des [contenus] indique [une] domination culturelle américaine, [...] ce qui rend un contenu universellement acceptable du fait d'un monde en accord avec la vision de la culture américaine »⁷⁹.

8. L'ombre du Trumpisme ou la fragilité du modèle culturel

L'entrée en fonction du 47^{ème} président des Etats-Unis en janvier 2025 fut perçue par le monde de la culture et des arts comme un choc. Qualifié par certains de « purge culturelle »⁸⁰, ce mandat (prenant fin en janvier 2029) sera celui de tous les dangers pour un secteur déjà fragilisé lors du précédent exercice de Donald Trump. Ce sont particulièrement les sujets abordés au cours de ce travail qui seront sous les radars de l'administration républicaine. Preuve en est : dès les premières semaines de son mandat, le président américain s'est attaqué aux universités et aux facultés des sciences sociales. Trump a en effet décidé d'établir un catalogue de termes pour lesquels il était désormais impossible d'obtenir un financement pour de la recherche. Parmi cette (longue) liste, nous retrouvons : discrimination, féminisme, genre, LGBT+, non-binaire ou encore ethnicité⁸¹.

Selon le politiste Francis Dupuis-Déri, il s'agit là d'une illustration des « liens étroits entre le sexisme, le racisme, l'homophobie et la xénophobie dans la guerre culturelle que mène l'extrême droite américaine »⁸². Même si le cinéma est pour l'instant préservé, il est difficile de dire si cette immunité sera prolongée dans le temps. Ce scepticisme trouve par exemple sa source dans

⁷⁷ BETZ, H-G & JOHNSON, C., « Against the current – stemming the tide : the nostalgic ideology of the contemporary radical populist right », *Journal of Political Ideologies*, vol. 9/3, 2004, pp. 312-322.

⁷⁸ SALSABILA, K., « Netflix : Cultural Diversity or Cultural Imperialism ? », *Rubikon : Journal of Transnational American Studies*, vol. 8/1, 2021, pp. 16-20.

⁷⁹ *Ibid.*, pp. 25-26. [notre traduction].

⁸⁰ CHOUIN, A-L., « Donald Trump commence une purge culturelle et s'est fait nommer président du Kennedy Center, à Washington », *France Culture*, 14 février 2025.

⁸¹ LEGROS, C., « Entre racisme et masculinisme, des liaisons ordinaires », *Le Monde*, 27 mars 2025.

⁸² DUPUIS-DERI, F., in LEGROS, C., « Entre racisme et masculinisme, des liaisons ordinaires », *Le Monde*, 27 mars 2025

d'autres milieux artistiques. Entre autres, Donald Trump a licencié Kim Sajet, directrice de la National Portrait Gallery, l'accusant de parti pris⁸³, il s'est nommé à la tête du Conseil d'administration du Kennedy Center for the Performing Art à Washington ou menacé l'autonomie d'une dizaine de musées dans la région de Washington⁸⁴.

Même si Trump et son administration n'auront pas leur mot à dire sur l'entièreté de la production culturelle américaine, ces prises de positions radicales pourraient entraîner une forme d'auto-censure. Selon le sociologue Frédéric Martel, « les acteurs culturels vont peut-être éviter de programmer des œuvres 'woke' pour ne pas se heurter [à certains] gouverneur[s] »⁸⁵.

Au niveau des plateformes, plus concrètement, le rapprochement avec certains pontes de la Silicon Valley, comme Jeff Bezos (CEO de Amazon, et donc directement lié à Amazon Prime Video)⁸⁶, pourrait-il influencer les productions en SVOD ? Actuellement, aucun élément ne permet d'en être certain, mais le doute est permis dans un écosystème qui, nous l'avons vu, visait à une libéralisation des discours et un changement profond dans le traitement des minorités.

9. Conclusion

Nous l'avons vu, les plateformes de streaming américaines s'inscrivent dans une stratégie qui a longtemps été propre à Hollywood. Il s'agit de faire d'un monde pluriel une réalité commune en proposant des contenus facilement accessibles, bien produits et distribués. Ce, via un soutien économique et institutionnel ou en proposant de nouvelles stratégies via par exemple la *grammaire du transnationalisme*. Ces plateformes portent en elles une intention : mettre la diversité culturelle et certains combats sociaux au centre du jeu. Que ce soit à la production, à l'écriture, à l'ingénierie son et lumières, à la réalisation ou aux acteurs, l'inclusivité doit être un objectif à atteindre. Elles y parviennent, via des mécanismes de mise en lumière ou de visibilité par lesquels les minorités (qu'elles soient de genre, d'origine, d'ethnie, ...) sont données à voir au plus grand nombre. Le *binge-watching* et l'accessibilité accrue des plateformes permettent à ces minorités de s'immiscer dans les foyers américains et internationaux.

Naturellement, cette volonté est louable, quoique les enjeux sous-jacents le sont souvent un peu moins. Derrière ce message se dissimule une volonté d'universalité totale et acceptable du narratif américain. Ajoutons à cela un but économique peu surprenant : les entreprises capitalistes sont toujours là pour faire de l'argent, quitte à utiliser les minorités et leurs luttes afin de mieux vendre

⁸³ TRIBUT, J., « Trump continue sa guerre culturelle », *Le journal des arts*, 5 juin 2025.

⁸⁴ HORTON, A., « Culture wars: Trump's takeover of arts is straight from the dictator playbook », *The Guardian*, 22 février 2025.

⁸⁵ MARTEL F., in DORNIER L., « Frédéric Martel, sociologue : 'Les années Trump vont être le nouvel âge d'or de la contre-culture' », *L'Echo*, 1^{er} mars 2025

⁸⁶ GRAINDORGE, T., « Après la rupture avec Elon Musk, Trump et Jeff Bezos vivent l'amour fou », *Le Point*, 26 juin 2025.

un produit. De plus, il demeure complexe de trancher de manière définitive la nature exacte du rôle joué par les plateformes dans la stratégie du soft power des Etats-Unis. Si celles-ci répondent indéniablement à des logiques commerciales et à des objectifs de rentabilité propres, leur alignement, parfois limpide, avec certaines causes promues par la diplomatie culturelle américaine soulève la question d'une forme de convergence stratégique, qu'elle soit volontaire ou non. Cette porosité entre logiques privées et publiques alimente l'idée d'un soft power hybride où les plateformes, sans être nécessairement téléguidées par l'Etat fédéral, participent à la diffusion d'un modèle culturel aligné sur les standards américains.

Si nous revenons sur le contenu du message, celui-ci est parfois critiqué pour sa volonté de résoudre un problème complexe en se contentant de montrer les minorités à l'écran. Et ce, essentiellement dans des rôles typés « homme blanc hétérosexuel ». Nous avons discuté de la dichotomie entre *représentation* et *visibilité*, cette question est loin d'être réglée.

Qui plus-est, la réception de ce message d'inclusivité et de mise en avant des minorités se heurte également à une réalité de terrain. Les Etats aux valeurs non-occidentales ne sont pas dupes : il sera toujours question pour eux de refuser un impérialisme culturel américain caché derrière un message se voulant ouvert et intégrateur. On l'a vu via le concept de différentialisme culturel ou des particularismes locaux, les publics étrangers visés n'acceptent pas toujours ce modèle issu de la diplomatie des plateformes.

La question qui nous occupait lors de cette recherche était la suivante : *dans quelle mesure les plateformes de streaming américaines permettent-elles aux Etats-Unis de façonner un soft power revisité et basé sur la mise en lumière des minorités (de genre, d'ethnie, d'identité sexuelle, ...) via un discours se voulant universel ?*

Dès lors, et pour conclure ce travail, nous pouvons dire avec assez de certitude que les plateformes de streaming constituent bien un outil puissant du soft power américain. Celles-ci construisent un discours basé sur l'universalité et l'inclusivité des minorités. Cela dit, dans la réalité, les critiques sont nombreuses et ne permettent sans doute pas aux Etats-Unis de mettre d'accord l'ensemble des publics touchés par ces plateformes. Que ce soit, par un manque de représentation, une critique du modèle socio-économique, un oubli des particularismes ou encore une prolongation plus ou moins volontaire de l'impérialisme culturel américain largement perçu comme tel en dehors des frontières américaines.

Enfin, la relative ouverture culturelle dont font preuve les plateformes de SVOD doit être tempérée par l'arrivée au pouvoir de Donald Trump et l'obscurantisme idéologique qu'entraînent dans leur sillage les courants nationalistes et conservateurs orientés vers l'extrême droite américaine et incarnés par le mouvement MAGA.

10. Bibliographie

OUVRAGES :

ANG, I., YUDHISHTIR, R. & MAR, P. (eds.), *Cultural diplomacy : beyond the national interest ?*, Routledge, Oxon, 2016, 148p.

DUBOSCLARD, A. & al. (dir.), *Entre rayonnement et réciprocité*, Paris, Editions de la Sorbonne, 198 p.

JENNER, M., *Netflix and the Re-invention of television*, 2nd ed., New-York, Palgrave Macmillan, 2023, 320p.

LOBATO, R., *Netflix Nations. The geography of Digital Distribution*, New-York, New-York Univeristy Press, 2019, 238p.

MICHALET, C-A., *Le drôle de drame du cinéma mondial : Une industrie culturelle menacée*, Paris, La Découverte/Centre fédéral FEN, 1987, 236p.

NAY, O. (dir.), *Lexique de science politique*, 4^{ème} ed., Paris, Dalloz, 2017, 672p.

NYE, J., *Bound to Lead : The changing nature of American power*, New York, Basic Books, 1990, 336p.

NYE, J., *The Means to success in World Politics*, New-York, Public Affairs, 2004, 191p.

THUILAS, O. & WIART L., *Les plateformes à la conquête des industries culturelles*, Fontaine, Presses Universitaires de Grenoble – PUG, 2023, 168p.

CHAPITRES D'OUVRAGE :

ELKINS, E., « Streaming diplomacy », in YONG-JIN, D. (ed.) *The Routledge Handbook of Digital Media and Globalization*, 1st ed., New-York, Routledge, 2021, 314p.

HUDSON, C., « American Popular Culture and Anti-Americanism » in O'CONNOR, B. (ed.), *Anti-Americanism – History, causes and Themes, vol. 1 : causes and sources*, Oxford, Greenwood World Publishing, 2007, 342p.

PERKINS, C., « 10 ghosts girls : ghostbusters, popular feminism and the gender-swap reboot », in HERBERT, D. & VEREVIS, C. (dir.), *Film Reboots*, Edinburgh, Edinburgh University Press, 2020, 256p.

RAFFANTI, M.A., « LGBT-Themed Hollywood Cinema after *Brokeback Mountain*: Renegotiating Hegemonic Representations of Gay Men », in FRYMER, B., KASHANI, T., NOCELLA, A.J., VAN HEERTUM, R. (eds.), *Hollywood's Exploited*, New-York, Palgrave Macmillan, 2010, 269p.

ARTICLES SCIENTIFIQUES :

AGUIAR, L. & WALDFOGEL, J., « Netflix : global hegemon or facilitator of frictionless digital trade ? », *Journal of Cultural Economics*, vol. 42/3, 2018, pp. 419-455.

BALDACCHINO, J., « Netflix, l'usine à séries que le cinéma déteste adorer », *Nectart*, vol. 9/2, 2019, pp. 116-125.

BETZ, H-G & JOHNSON, C., « Against the current – stemming the tide : the nostalgic ideology of the contemporary radical populist right », *Journal of Political Ideologies*, vol. 9/3, 2004, pp. 311-327.

BORNISCHIER, S., « The New Cultural Divide and the Two-Dimensional Political Space in Western Europe », *Western Europe Politics*, vol. 33/3, 2010, pp. 419-444.

CRANE, D., « Cultural globalization and the dominance of the American film industry : cultural policies, national film industries, and transnational film », *International Journal of Cultural Policy*, vol. 20/4, 2014, pp. 365-382

DAGNAUD, M., « Le cinéma, instrument du soft power des nations », *Géoéconomie*, vol. 58/3, 2011, pp. 21-30.

DUPONT, N., « Le cinéma américain : un impérialisme culturel ? », *Revue LISA*, vol. 5/3, 2007, pp. 111-132.

EDMOND, M. & al., « Streaming diversity : studying screen diversity in the streaming era », *Sage Journals*, vol. 30/4, 2024, pp. 1315-1330.

GILABERT, M., « Diplomatie culturelle et diplomatie publique : des histoires parallèles ? », *Relations Internationales*, vol. 169/1, 2017, pp. 11-26.

GIRARD, M., « Le soft power peut-il (encore) sauver l'Amérique ? », *Questions Internationales*, vol. 98/3, 2019, pp. 85-87.

GOMART, T., « Entre concentration et dispersion : le bel avenir de la puissance », *Politique Étrangère*, vol. 1, 2019, pp. 11-21.

GRAY, R.D., « Cultural Outreach : Cinema and Soft Power », *Journal of Chinese Film Studies*, vol. 1/1, 2021, pp. 187-203.

GRIFFIN, H., « Sexual diversity and streaming television : toward a platform studies approach to analyzing LGBTQ+ TV », *Convergence*, vol. 30/4, 2024, pp. 1459-1473.

JENNER, M., « The quantification of diversity : Netflix, visibility politics and the grammar of transnationalism », *Convergence*, vol. 30/4, 2024, pp. 1474-1489.

LEVINA, M. & HASINOFF, A.A., « The Silicon Valley Ehtos : tech industry products, discourses and practices », *Television & New Media*, vol. 18/6, 2017, pp. 489-495.

MAGLADRY, M., « Mediated nostalgia : individual memory and contemporary mass media », *Continuum*, vol. 30/2, 2016, pp. 268-271.

MC DONALD, P., « Hollywood, the MPAA, and the formation of anti-piracy policy », *International Journal of Cultural Policy*, vol. 22/5, 2016, pp. 686-705.

SALSABILA, K., « Netflix : Cultural Diversity or Cultural Imperialism ? », *Rubikon : Journal of Transnational American Studies*, vol. 8/1, 2021, pp. 15-27.

WARNER, K.J., « In the time of plastic representation », *Film Quarterly*, vol. 71/2, 2017, pp. 32-37.

VLASSIS, A., « European Union and online platforms in global audiovisual politics and economy : Once Upon a Time in America ? », *International Communication Gazette*, vol. 83/6, 2021, pp. 593-615.

MEMOIRES ET TRAVAUX UNIVERSITAIRES :

McGILL PETERS, J.J., « American Cinema as Cultural Diplomacy : Seeking International Understanding One Film at a Time », *University of California, PhD of Philosophy in Anthropology*, 2015.

ROSE, M., « Les films sentimentaux produits par Netflix de 2020 à 2022. Entre stéréotypes de genre et nouvelles représentations genrées ? », *Université de la Réunion, Sciences de l'information et de la communication*, 2024.

ARTICLES DE PRESSE :

CARMINATI, D., « Netflix as a Global Soft Power Multiplier », *Modern Diplomacy*, 21 novembre 2023, disponible à l'adresse : <https://moderndiplomacy.eu/2023/11/21/netflix-as-a-global-soft-power-multiplier/>, consulté le 14 novembre 2024.

CHOUIN, A-L., « Donald Trump commence une purge culturelle et s'est fait nommer président du Kennedy Center, à Washington », *France Culture*, 14 février 2025, disponible à l'adresse : <https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/journal-de-7-h/journal-de-7h-du-vendredi-14-fevrier-2025-6298940>, consulté le 2 juillet 2025.

D'ALESSANDRO, A., « What Netflix's official MPAA membership means - update », *Deadline*, 22 janvier 2019, disponible à l'adresse : <https://deadline.com/2019/01/netflix-in-talks-to-join-mpaa-1202539433/>, consulté le 6 décembre 2024.

DORNIER L., « Frédéric Martel, sociologue : 'Les années Trump vont être le nouvel âge d'or de la contre-culture' », *L'Echo*, 1^{er} mars 2025, disponible à l'adresse : <https://www.lecho.be/culture/general/frederic-martel-sociologue-les-annees-trump-vont-etre-le-nouvel-age-d-or-de-la-contre-culture/10589497.html>, consulté le 2 juillet 2025.

GRAINDORGE, T., « Après la rupture avec Elon Musk, Trump et Jeff Bezos vivent l'amour fou », *Le Point*, 26 juin 2025, disponible à l'adresse : https://www.lepoint.fr/monde/apres-la-rupture-avec-elon-musk-trump-et-jeff-bezos-vivent-l-amour-fou-26-06-2025-2593025_24.php, consulté le 3 juillet 2025.

HORTON, A., « Culture wars: Trump's takeover of arts is straight from the dictator playbook », *The Guardian*, 22 février 2025, disponible à l'adresse : <https://www.theguardian.com/culture/2025/feb/22/trump-administration-arts>, consulté le 3 juillet 2025.

LEGROS, C., « Entre racisme et masculinisme, des liaisons ordinaires », *Le Monde*, 27 mars 2025, disponible à l'adresse : https://www.lemonde.fr/idees/article/2025/03/27/entre-racisme-et-masculinisme-des-liaisons-ordinaires_6586717_3232.html, consulté le 2 juillet 2025.

PREMONT, K., « Le rayonnement culturel des Etats-Unis : un soft power en déclin ? », *Areion 24 news*, 10 février 2017, disponible à l'adresse : <https://www.areion24.news/2017/02/10/rayonnement-culturel-etats-unis-soft-power-declin/>, consulté le 6 décembre 2024.

RUBIERA, L., C., « Le 'soft power' à la Netflix, plus proche d'Obama que de Trump », *The Conversation*, 7 janvier 2019, disponible à l'adresse : <https://theconversation.com/le-soft-power-a-la-netflix-plus-proche-dobama-que-de-trump-109108>, consulté le 19 novembre 2024.

SETOODEH, R., « Ava DuVernay on Why Netflix Understands Artists and Diversity », *Variety*, 15 avril 2017, disponible à l'adresse : <https://variety.com/2017/film/news/ava-duvernay-netflix-diversity-1202527100/>, consulté le 22 novembre 2024.

TRIBUT, J., « Trump continue sa guerre culturelle », *Le journal des arts*, 5 juin 2025, disponible à l'adresse : <https://www.lejournaldesarts.fr/actualites/trump-continue-sa-guerre-culturelle-178207>, consulté le 2 juillet 2025.

SITES INTERNET :

MARTIN, K., « Les séries : entre géopolitique et Soft Power », *Monde des Grandes Ecoles et Universités*, 20 octobre 2022, disponible à l'adresse : <https://www.mondedesgrandesecoles.fr/les-series-entre-geopolitique-et-soft-power/>, consulté le 19 novembre 2024.

STATISTA, « Number of Netflix paying streaming subscribers worldwide as of 3rd quarter 2024, by region », *Statista*, 2024, disponible à l'adresse : <https://www.statista.com/statistics/483112/netflix-subscribers/>, consulté le 6 décembre 2024.

STATISTA, « Share of internet users watching content via streaming services each month worldwide as of 3rd quarter 2023, by country », *Statista*, 2024, disponible à l'adresse : <https://www.statista.com/statistics/1276701/share-internet-users-watching-content-streaming-services-month-worldwide-country/>, consulté le 16 novembre 2024.

WORLD POPULATION REVIEW, « Netflix Users by Country 2024 », disponible à l'adresse : <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/netflix-users-by-country>, consulté le 16 novembre 2024.

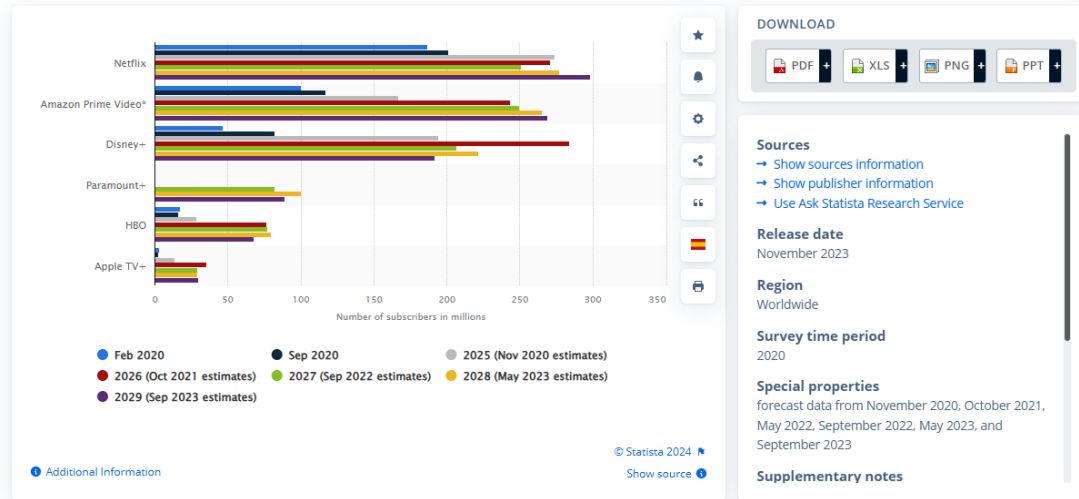
11. Annexes

Annexe 1 :

Media > TV, Video & Film

PREMIUM +

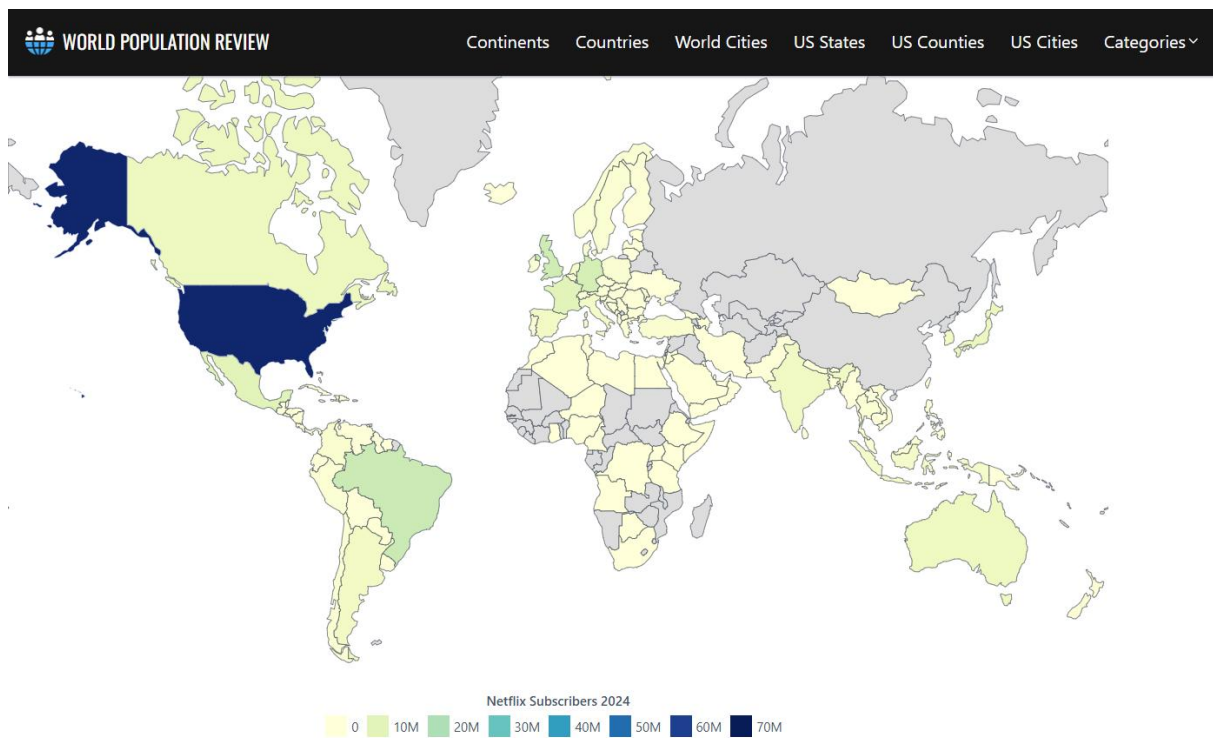
Estimated number of SVOD subscribers worldwide from 2020 to 2029, by service (in millions)



Chiffres montrant l'importance des plateformes de streaming américaines (+ de 200 millions d'utilisateurs pour Netflix, 120 millions pour Amazon Prime) mais également leur très probable propension à augmenter dans les années à venir.

SOURCE : STATISTA, « Estimated number of SVOD subscribers worldwide from 2020 to 2029, by service », *Statista*, 2024, disponible à l'adresse : <https://www.statista.com/statistics/1052770/global-svod-subscriber-count-by-platform/>

Annexe 2 :



Carte montrant l'étendue et la puissance de Netflix à travers le monde

SOURCE : WORLD POPULATION REVIEW, « Netflix Users by Country 2024 », disponible à l'adresse : <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/netflix-users-by-country>

Annexe 3 :

Media > TV, Video & Film

Number of Netflix paying streaming subscribers worldwide as of 3rd quarter 2024, by region

(in millions)



Statistiques montrant que, réunis, l'Europe, le Moyen-Orient et l'Afrique comptent plus d'abonnements Netflix que l'Amérique du Nord (96,13 millions contre 84,8 millions).

SOURCE : STATISTA, « Number of Netflix paying streaming subscribers worldwide as of 3rd quarter 2024, by region », *Statista*, 2024, disponible à l'adresse : <https://www.statista.com/statistics/483112/netflix-subscribers/>