

Lacroix, Jean-Guy et Tremblay, Gaëtan (sous la direction de), *Les autoroutes de l'information. Un produit de la convergence*, Sainte-Foy, éditions des Presses de l'Université du Québec, 1995, 555 pages.

Note de lecture par [Éric George](#)



Quelle direction l'autoroute de l'information prend-elle ?

Alors que les autoroutes de l'information constituent l'un des thèmes les plus médiatisés de ces derniers mois, un ouvrage abordant avec sérieux et recul la question était plus que jamais nécessaire. Voilà qui est fait avec "Les autoroutes de l'information. Un produit de la convergence" qui s'intéresse à ces fameuses routes sous des aspects économiques, politiques, sociaux et techniques. Cet ouvrage représente avec un livre précédent intitulé "De la télématique aux autoroutes électroniques. Le grand projet reconduit" (1) la concrétisation d'un programme de recherche franco-québécois de quatre ans sur la convergence des technologies de l'information. Celui-ci a été réalisé à partir des contributions de 77 conférenciers qui ont participé du 29 septembre au 1er octobre 1994 à un symposium international sur la convergence des techniques de communication à Montréal.

Les deux coordinateurs de l'ouvrage, Jean-Guy Lacroix et Gaëtan Tremblay, professeurs à l'Université du Québec à Montréal, étaient également organisateurs de la rencontre internationale.

Pour pallier la difficulté à transposer les actes d'un colloque en livre, les interventions ont été quelque peu remaniées et l'ordre des présentations a été légèrement modifié avec la mise en relief des thèmes suivants : l'incidence des politiques de communication et de la réglementation ; les structures industrielles et les stratégies d'acteurs ; l'effet de l'implantation des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) sur l'organisation du travail et la formation de la main d'oeuvre ; la formation des usages sociaux des NTIC.

Il en ressort un ouvrage fort intéressant, avec un éventail de présentations diversifié grâce à la présence simultanée de chercheurs et d'acteurs, notamment politiques et économiques, de différents pays. Avec un regret à la lecture : l'absence de réel dialogue, notamment entre chercheurs et acteurs. Ces deux catégories d'intervenants prenaient la parole lors du colloque mais leurs échanges n'ont pas été retranscrits dans cet ouvrage. Une occasion de rapprocher les univers académique et professionnel a été ratée. C'est dommage.

Premier enseignement à la lecture de cet ouvrage, les autoroutes de l'information constituent désormais la nouvelle frontière des États-Unis, moins spectaculaire que la conquête de l'Ouest mais toute aussi importante en termes économiques, moins spectaculaire que la conquête de la Lune mais toute aussi importante en termes symboliques.

Depuis le 11 janvier 1993, date du fameux discours du vice-président des États-Unis, Al Gore, sur les *information superhighways*, les Américains sont invités à "plonger" dans la société de l'information, à la fois par les médias tels la chaîne d'informations CNN ou le magazine "branché" "Wired", par les politiciens regroupés derrière Al Gore côté démocrate et Newt Gingrich leader de la Chambre des représentants côté républicain, par les intellectuels "à la page" tels Nicholas Negroponte ou Alvin Toffler et par les chefs d'entreprise comme Bill Gates. Or, derrière cette promesse de l'avènement d'une nouvelle société, se profile en

fait l'ouverture d'un nouveau champ de bataille dans le cadre de la guerre économique mondiale.

Le secteur audiovisuel étant le second secteur qui exporte le plus aux États-Unis (après l'aéronautique), dès lors, il est logique que les autorités de Washington demandent l'adoption de par le monde de cadres législatifs les moins contraignants possibles. Peu nombreux seront sans doute les lecteurs surpris par cette analyse. En revanche, dans le cadre des relations commerciales des États-Unis avec ses voisins, l'énoncé de la position des pays d'Amérique Latine, notamment du Mexique, étonnera peut-être plus le lecteur non averti.

Au Mexique, depuis le début des années 90, faire partie des réseaux internationaux de télécommunications est devenu un objectif politique prioritaire. Il est vrai que plus de 60% des ressources audiovisuelles du tiers-monde y sont produites, annonce Carmen Gomez Mont, professeur à l'Université Ibéroaméricaine. Et désormais, s'appuyant sur le dynamisme de la langue espagnole aux États-Unis, les acteurs de l'audiovisuel mexicain s'intéressent à une diffusion de l'autre côté du Rio Grande. À la suite des propos de Newt Gingrich sur l'officialisation de l'anglais en tant que langue de son pays, on peut se demander si l'attitude américaine ne changerait pas en matière audiovisuelle en cas d'offensive massive de programmes en espagnol.

La position canadienne est toute autre. Pour Robert Armstrong, directeur du département "Politiques, Planification, Recherche" de Téléfilm Canada, le développement de nouvelles infrastructures va avoir une influence considérable sur la réglementation et sur le financement du secteur de l'audiovisuel. En la matière, le gouvernement canadien et le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (le CRTC) doivent avoir pour principal objectif de favoriser le contenu canadien, un objectif confirmé par Jean Guerette, responsable du secteur multimédia au ministère du Patrimoine à Ottawa. Ce dernier avance également deux autres objectifs pour le pays : la création d'emplois grâce à l'innovation et à l'investissement, ainsi que l'accès universel à un coût raisonnable.

Ce thème-clé de l'accès universel aux autoroutes est traité sous différents angles. Guiseppe Richeri, professeur à l'Institut polytechnique de Milan, rappelle que les segments de la population d'un statut socio-économique plus élevé ont tendance à sélectionner et à se procurer les informations plus rapidement et en allant plus droit au but que les segments correspondant à un niveau socio-économique plus bas, de sorte que l'écart entre les connaissances des uns et des autres tend à s'accroître plutôt qu'à diminuer. Le contexte social contribue largement à ces inégalités : avoir une vie riche en occasions d'échange, de rencontres et avoir une démarche créative dans son travail sont autant d'occasions de valoriser les informations reçues des médias, ce qui favorise la collecte d'informations, et ainsi de suite.

Gilles Willett, professeur à l'Université Laval, reprend à son compte l'idée forte que les technologies dites de communication apparaissent de plus en plus comme "étant le moyen choisi, par l'élite de chaque société pour assurer sa propre survie, pour imposer un nouveau modèle d'ordre social et pour maintenir son contrôle sur celui-ci".

Fort intéressantes, ces analyses modèrent quelque peu l'enthousiasme général autour des autoroutes à venir mais gardons-nous de toute généralisation hâtive. Des études sur l'appropriation des technologies de communication par les générations récentes - notamment sur l'utilisation des micro-ordinateurs aux États-Unis et sur le Minitel en France - ont mis en évidence un fait nouveau : une moindre pregnance des variables à caractère social.

Au Québec, lancé en 1990 par le câblo-opérateur Vidéotron avec une première gamme de services interactifs, le terminal Vidéoway a été utilisé de prime abord par des personnes qui n'avaient pas le profil habituel des innovateurs. Ni la profession, ni le niveau d'éducation, ni même l'âge ne se sont imposés comme des variables discriminantes. Sans doute faut-il lier ce phénomène au fait que la technologie Vidéoway s'appuie sur un support, le téléviseur, plus familier que l'ordinateur et qu'elle n'impose pas de saut technologique conséquent pour l'utilisateur. Malgré les propos de Sylvie Lalande, présidente du consortium UBI (universalité, bidirectionnalité, interactivité), le Vidéoway permet aujourd'hui une interactivité fort limitée. De plus, son utilisation a essentiellement un but consommatoire.

On sait que pour aboutir à une meilleure égalité des chances, la formation s'avère être primordiale. Claire Bélisle, ingénieure au Centre national français de la recherche scientifique (CNRS), estime que "plus nos sociétés se structurent économiquement autour de l'information, de l'accès à l'information et de la communication, plus ceux qui les maîtrisent prennent de l'importance". D'où l'importance de la formation et des formateurs, bousculés par l'arrivée de produits multimédias de formation, par une offre diversifiée dans les modes d'accès aux savoirs et à la connaissance, et par la création de véritables industries du savoir. Acteur logique, le monde académique semble handicapé par un "certain nombre d'obstacles liés à la culture académique, dont la rigidité institutionnelle et la quasi-absence d'échanges sur le plan pédagogique et disciplinaire entre collègues, départements ou facultés".

La réaction défensive des enseignants peut se comprendre quand ceux-ci entendent dans les discours des promoteurs des nouvelles technologies qu'ils pourraient être rapidement remplacés par des matériels et des logiciels. Or, "former n'est pas transférer des informations, contenus, connaissances ... apprendre n'est jamais un simple enregistrement plus ou moins passif de données" ajoute fort à propos Claire Bélisle.

Un autre débat important, celui des contenus, n'est pas assez abordé dans l'ouvrage. À l'image de l'expérience d'utilisation de la vidéo à la carte dans un cadre académique, on constate pourtant à la lecture des propos de Pierre Bélanger et Denis Bachand, professeurs à l'Université d'Ottawa, que l'effet de curiosité pour la nouveauté technique diminue dans le temps (phase connue sous le nom d'effet Hawthorne) et que celui-ci doit être remplacé par une richesse en matière de contenus.

Clément Bourassa, directeur du département télécommunication à Télé Québec, précise de son côté que le succès de l'autoroute de l'information ne dépend pas de découvertes technologiques. Le succès passera par la qualité des contenus offerts, une structure de coûts permettant des prix abordables et une "convivialité exceptionnelle de tous les outils mis à la disposition des consommateurs". En France, un rapport récent - le rapport Breton - indiquait que pour la quasi-totalité des téléservices - la diffusion d'images vidéo de bonne définition mise à part - les infrastructures actuelles sont largement suffisantes. Néanmoins, une fois de plus, l'accent semble être mis, à la fois dans les discours, dans les politiques et dans ce livre, avant tout sur les réseaux et les terminaux plutôt que sur ce que nous voulons véhiculer à travers ceux-ci. Faut-il y voir une plus grande difficulté à aborder les questions liées aux contenus multimédiatiques ? Faut-il y voir une attitude idéologique libérale ? Ainsi, la question des contenus n'apparaît aucunement parmi les centres d'intérêt de l'organisme de régulation américain, la Federal Communications Commission (FCC). Le débat porte plutôt sur les mérites de la concurrence pour le consommateur. L'ouverture d'une guerre entre opérateurs de télécommunications ("les telcos") et câblodistributeurs ("les cablos") va-t-elle augmenter encore le choix des (consommateurs) Américains ?

Dernière idée forte, la réalité virtuelle et le cyberspace, dans lesquels nous plonge Gilles Willett. "Ce serait une erreur de penser que le cyberspace n'est que le prolongement ou l'amplification de l'espace télécommunicationnel" annonce-t-il. "Alors que (ce dernier) a profondément changé notre rapport humain à l'espace, au temps et à la durée, le cyberspace modifie non seulement ce rapport mais aussi celui que nous avons avec nous-mêmes, avec les différents éléments de notre questionnement et avec les autres personnes".

Que penser ? Philippe Quéau, directeur de la division Information à l'UNESCO, estime dans un autre ouvrage (2) que les mondes virtuels peuvent nous aider à objectiver symboliquement les points de vue ainsi que leurs divergences et nous donnent un moyen intuitif de nous "mettre à la place de l'autre" non seulement métaphoriquement mais aussi "réellement". À moins que nous nous dirigeons vers "une involution comportementale négative qui mène l'espèce vers une fixité pathologique : l'avènement d'un homme assis ou pis, d'un homme couché", selon les termes de l'urbaniste Paul Virilio (3).

En revenant à la lecture de l'ouvrage coordonné par Jean-Guy Lacroix et Gaëtan Tremblay, on peut s'étonner et regretter la quasi-absence de l'Internet dans ce livre, alors qu'il s'agit pour le moment du seul exemple d'autoroute de l'information vraiment interactive largement utilisée à l'échelle internationale. On regrettera aussi l'absence de réflexion sur le secteur des logiciels malgré leur rôle essentiel dans le secteur du multimédia.

Ce n'est pas un hasard si aujourd'hui Microsoft est plus puissant financièrement qu'IBM et si le logiciel peut être désormais considéré comme de "l'or gris".

Enfin, concluons avec Gaëtan Tremblay qui rappelle fort à propos plusieurs données qui devraient nous permettre d'analyser les événements à venir d'un autre oeil. "La question des autoroutes de l'information reste ouverte. Des choix importants restent à faire aux niveaux politique, économique, culturel et social. Les idéologies fournissent des réponses toutes faites qui doivent être remises en cause, que ce soit l'idéologie de l'interventionnisme à tout crin, mais aussi on l'oublie trop souvent, l'idéologie du libre marché".



Références

1- LACROIX, Jean-Guy, MIÈGE, Bernard et TREMBLAY, Gaëtan (sous la direction de), De la télématique aux autoroutes électroniques. Le grand projet reconduit, Sainte-Foy, éditions des Presses de l'Université du Québec, Grenoble, éditions des Presses de l'Université de Grenoble, 1994, 265 pages.

2- QUÉAU, Philippe, "La puissance du virtuel", dans *Les métaphores du virtuel*, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, 1992, pages 15 à 27.

3- VIRILIO, Paul, L'inertie polaire, Paris, éditions Christian Bourgois, 1990, 168 pages.



Copyright © [COMMposite v97.1](#) - 1997 - Tous droits réservés.