

QUEEN
HC
120
.H53
E4314
1990
c.2

strategic

policy

planning

• • •

planification

stratégique

des politiques

L'émergence des nouveaux médias Ⓢ
Nos politiques sont-elles adéquates? Ⓢ

Industry Cana
Library Que

S
T
R
A
T
E
G
Y

A
N
D

P
L
A
N
S



STRATÉGIE ET PLANIFICATION

Queen
HC
120
H53
E43f4
1990
c.2

L' L'émergence des nouveaux médias
Nos politiques sont-elles adéquates?

Industry Canada
Library Queen
APR 30 1998
Industrie Canada
Bibliothèque Queen

RAPPORT SUR L'ATELIER
QUI A EU LIEU LE 25 JUILLET 1990
À HULL (QUÉBEC)

COMMUNICATIONS CANADA
NOV 20 1990
LIBRARY - ENGLISH

*This Report Is Also Available
In English*

Planification de la politique stratégique
Communications Canada
Le 20 août 1990

01-27
041-6-43
00001
00000000

000000000000
000000000000
000000000000

DD 10117685
DL 10138335

HC
120
H53
E4314
1990
C.2

Remerciements

Nous sommes très reconnaissants à **Jacques Drouin** de la DGTP, **Mary Frances Laughton** de la DAI et à **Sharon Jeannotte**, **Suzanne Loranger**, **Patricia Kim** et **Richard Hall**, membres de la DGSP, pour les efforts qu'ils ont déployés ensemble pour planifier et organiser l'ordre du jour de l'atelier et préparer le présent rapport définitif.

En outre, cet atelier n'aurait pu avoir lieu sans la participation de tous ceux qui y ont assisté; cette participation s'est traduite par un échange d'idées et de points de vue concernant cet important sujet pour Communications Canada.

David Waung
Directeur
Planification de la
politique stratégique

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Remerciements	ii
Résumé de l'atelier	iv
•Introduction	1
•Le contexte des nouveaux médias	1
•Éléments d'une nouvelle politique des médias	6
•Conclusion	14
- Annexe I :	
"The Reality of Interactive Media" de Professor J. Durlak	15
- Annexe II :	
Participants enregistrés pour l'atelier sur les nouveaux médias	17
- Annexe III :	
Ordre du jour de l'atelier	23

Résumé de l'atelier

L'atelier du MDC intitulé L'émergence des nouveaux médias : *Nos politiques sont-elles adéquates?* a eu lieu le 25 juillet 1990; il avait pour but d'étudier l'émergence des nouvelles technologies de l'information et des communications et leurs répercussions éventuelles, aussi bien sur le Canada que sur le MDC, sur les plans économique, industriel, social et culturel.

Le contexte des nouveaux médias

La discussion en atelier a permis d'établir que, si un certain nombre de caractéristiques des nouveaux médias sont étonnamment variées, l'importance de ceux-ci en tant que moyen de communication s'explique facilement; bien que favorisé par les progrès des technologies des télécommunications et de l'information, le développement des nouveaux médias est attribuable au fait que l'industrie aussi bien que l'ensemble de la population reconnaissent qu'ils représentent un moyen de communication extrêmement puissant parce qu'ils sont capables d'adapter le contenu des communications de masse aux goûts et besoins individuels.

La puissance des nouveaux médias est attribuable à un certain nombre de facteurs. Leur souplesse leur permet d'intégrer plusieurs techniques permettant de communiquer une combinaison d'informations numériques visuelles, sonores et écrites. Cette capacité fait des nouveaux médias une force de communication convaincante et persuasive. La capacité de combiner de l'information provenant de différentes sources contribue également à conférer des pouvoirs à l'utilisateur. Ce dernier peut adapter le média à ses besoins particuliers. Les nouveaux médias sont donc susceptibles d'être populaires. **Conjugués avec un contenu à la fois utile et intéressant, les nouveaux médias accéderont au rang du cinéma, de la télévision et de l'édition en tant que média essentiel dans la société de l'information en devenir.**

Éléments d'une nouvelle stratégie relative aux médias

Bien que les conséquences découlant du développement des nouveaux médias ne soient pas encore établies avec précision, la discussion en atelier a surtout été axée sur cinq domaines de préoccupation : les tendances technologiques, les possibilités industrielles, les questions culturelles, les problèmes sociaux et le rôle du gouvernement.

Les progrès et la commercialisation des technologies des communications et de l'information jouent un rôle important dans le développement de produits et services associés aux nouveaux médias. Comme une bonne partie des investissements consacrés à l'élaboration du matériel se font à l'étranger, notamment au Japon et aux États-Unis, donner au Canada une présence, si modeste soit-elle, dans le domaine du matériel associé aux nouveaux médias peut être hors de notre portée. Les participants à l'atelier ont par ailleurs noté que la demande de nouveaux matériels et logiciels associés aux nouveaux médias peut donner naissance au marché le plus lucratif. Cette forte possibilité, conjuguée au mandat du MDC qui consiste à promouvoir le contenu canadien dans tous les médias, laisse supposer que **les programmes techniques et industriels du Ministère devraient être axés sur l'utilisation de la technologie, nationale ou étrangère, pour améliorer la qualité et augmenter la disponibilité du contenu canadien dans les nouveaux médias.**

La question du contenu canadien a également été le sujet culturel discuté à l'atelier. La popularité probable des nouveaux médias contribuera à en faire un moyen de communication extrêmement puissant, qui déterminera dans une grande mesure ce que nous communiquons et notre choix des personnes avec qui nous communiquons. Comme une bonne partie du matériel associé aux nouveaux médias continuera probablement à être importée, le Canada court le risque de devoir utiliser beaucoup de contenu étranger. **Il faudra donc fournir un plus grand choix de contenu canadien diffusé par les nouveaux médias.**

L'utilisation accrue des nouveaux médias pour rassembler et présenter l'information a également soulevé un certain nombre de préoccupations sociales lors de l'atelier. Parmi les sujets d'inquiétude abordés, il convient de mentionner la protection de la vie privée, l'intégrité et la confidentialité du contenu et des questions d'accès. Pour le moment, l'importance de ces préoccupations sociétales

reste encore à déterminer, tout comme la question de savoir si c'est le MDC, d'autres ministères du gouvernement ou une combinaison de ceux-ci, qui sont responsables de ces questions sociales associées aux nouveaux médias, en vertu d'un mandat reçu. Quoi qu'il en soit, à mesure que le développement des nouveaux médias se poursuit, **il importe de trouver une façon systématique de traiter ces types de questions sociales si l'on veut éviter qu'elles se perdent dans ces "vides" interministériels proverbiaux.**

En ce qui concerne la stratégie gouvernementale à l'égard des nouveaux médias, la discussion en atelier a démontré que diverses réponses sont possibles. Elles vont de l'aide directe à l'élaboration et à l'utilisation des systèmes et services associés aux nouveaux médias à la mise sur pied de politiques qui en favoriseront la mise en oeuvre. On a en particulier noté les liens qui existent entre les politiques dans les domaines des télécommunications, de la radiodiffusion, du cinéma, de l'enregistrement sonore et de l'édition dans le contexte des nouveaux médias. En ce qui concerne le cadre général dans lequel il convient d'élaborer la politique gouvernementale susceptible de résoudre les questions soulevées, **les participants à l'atelier ont insisté sur la grande importance que revêtent la détermination d'objectifs canadiens clairs relatifs aux nouveaux médias et le consensus dont ils doivent faire l'objet.**

Pour atteindre ces objectifs, le Ministère devra concilier les développements des nouveaux médias tributaires de la technologie et de l'industrie avec les préoccupations sociales et culturelles du gouvernement. D'après les discussions qui ont eu lieu en atelier, plusieurs thèmes s'imposent à cet égard :

- Les nouveaux médias requièrent l'attention du Ministère parce que, comme on l'a mentionné lors de l'atelier, **la convergence incessante entre les technologies et le contenu qu'elles véhiculent peuvent faire des nouveaux médias la grande question que le Ministère aura à débattre au cours de la prochaine décennie.**
- **Le Ministère doit également chercher à s'assurer que les nouveaux médias favorisent l'atteinte des objectifs culturels du Canada** -- tâche qui sera plus facile si le Ministère élabore au préalable un cadre d'action global en ce qui concerne les médias;

- **Lors de l'atelier, on a pressé le MDC de mettre l'accent sur l'étude des conséquences sociales des nouveaux médias pour le Canada** en raison de leurs conséquences probables sur l'accès à l'information;
- **Le Ministère devrait établir des liens plus étroits avec l'industrie** qui pourraient donner une meilleure idée de ce qui est susceptible d'être populaire auprès de l'utilisateur.

RAPPORT D'ATELIER
L'ÉMERGENCE DES NOUVEAUX MÉDIAS :
NOS POLITIQUES SONT-ELLES ADÉQUATES?

Introduction

L'atelier du MDC tenu le 25 juillet 1990 et intitulé **L'émergence des nouveaux médias : *Nos politiques sont-elles adéquates?*** a porté sur les répercussions à multiples facettes qu'auront sur le Canada, et plus particulièrement sur le MDC, les nouvelles technologies de l'information et des communications au cours des années 1990. Au nombre des questions abordées figuraient les conséquences éventuelles de l'émergence des nouveaux médias sur les plans économique, industriel, social et culturel.

L'atelier d'une journée était présidé par David Waung, directeur de la Planification de la politique stratégique du MDC. Au cours de la matinée, des spécialistes du MDC et de l'extérieur ont présenté des exposés, alors que dans l'après-midi, le groupe de discussion était formé d'employés du Ministère. Les 110 participants ont pu assister à des présentations et à des démonstrations sur les nouveaux médias. (Une liste des participants est annexée au rapport).

Le contexte des nouveaux médias

Si l'atelier n'a pas permis de résoudre pour de bon la question de la nature exacte des nouveaux médias, les échanges ont permis de dégager un certain nombre de points qui aident à mieux préciser le "contexte des nouveaux médias".

Puissance des nouveaux médias

Les participants à l'atelier étaient d'avis que les nouveaux médias résultent de la fusion de plusieurs médias existants, notamment la radiodiffusion, le cinéma, l'enregistrement sonore et l'édition, de même que les technologies de l'informatique et des télécommunications. Dans le cas des nouveaux médias, des techniques de logiciel évoluées permettent aux utilisateurs de choisir, d'aménager et de combiner en des ensembles cohérents du matériel numérique visuel, sonore et écrit provenant de diverses sources. Il s'agit d'une nette démarcation par rapport à tous les médias traditionnels dont le contenu et la présentation sont déterminés par les fournisseurs ou les éditeurs, alors qu'avec les nouveaux médias, c'est l'utilisateur qui décide.

Il a également été mentionné lors de l'atelier que l'interactivité, l'interface multisensorielle et la personnalisation du contenu figurent parmi les principales caractéristiques des nouveaux médias. Les progrès réalisés au chapitre des techniques de logiciel rendent ceux-ci davantage compatibles avec le mode de pensée humain. Autrement dit, les nouveaux médias sont faciles à utiliser. Les concepteurs des nouveaux médias sont en train d'élaborer des mécanismes d'interface, par exemple la reconnaissance électronique de la parole, les écrans tactiles et la "technique de la souris" qui ressemblent aux modes de communication humains et rendent la technologie encore plus accessible.

L'une des principales caractéristiques des nouveaux médias réside néanmoins dans la composition unique de son contenu. Celui-ci peut être constitué à partir de sources multiples d'information qui combinent le texte, le son et les images en mode numérique. Ce contenu est en outre non linéaire et éphémère de par sa nature même. Il peut être conditionné selon différentes combinaisons d'après les besoins particuliers de l'utilisateur et il n'existe que le temps où il est utile. La technologie des nouveaux médias permet par conséquent à un utilisateur d'avoir recours au média quand il le désire et de l'adapter à ses besoins particuliers. (Pour connaître d'autres caractéristiques des nouveaux médias, voir l'annexe I fournie par le professeur Jerry Durlak).

Bien que ces progrès technologiques ouvrent de nouvelles voies de communication, ils ne constituent pas en eux-mêmes le pouvoir des nouveaux médias. Celui-ci découle plutôt de l'association synergique de ces technologies avec le contenu informatif et récréatif. **Tant parmi la population que**

dans les milieux de l'industrie, on semble croire de plus en plus que les nouveaux médias jouiront du même degré de popularité que la télévision et le cinéma. C'est précisément cette popularité qui fera des nouveaux médias un puissant moyen de communiquer des idées, de l'information et des aspirations.

Les technologies sous-jacentes

Les participants à l'atelier ont fait observer que le développement des nouveaux médias est tributaire dans une bonne mesure de la technologie. Les ordinateurs personnels tiennent lieu de plate-forme technologique et permettent l'avènement des nouveaux médias. La facilité d'utilisation de cette technologie explique la popularité croissante des nouveaux médias.

Le matériel périphérique raccordé aux ordinateurs personnels comme les disques compacts-ROM et les vidéodisques, qui la plupart du temps ont été mis au point à grands frais au Japon ou aux États-Unis, peut emmagasiner des quantités considérables de textes, d'informations visuelles et sonores sous forme numérique. Par ailleurs, de récents programmes du logiciel évolués permettent aux utilisateurs d'explorer aisément ces nouveaux systèmes d'information et de gérer les données en fonction de leurs besoins particuliers. Certains chercheurs dans le domaine des nouveaux médias considèrent que leur objectif ultime consiste à élaborer un "appareil d'information" universel qui, comme le téléviseur, deviendrait un appareil grand public permettant de recueillir ou de recevoir de l'information. Ce "dispositif d'information" plus moderne, par ailleurs, donnerait aux utilisateurs un accès instantané à des milliards d'unités d'information en provenance de sources multiples au moment où ils en ont besoin et sous la forme souhaitée.

Compte tenu des techniques de logiciel récemment mises au point, par exemple les systèmes HyperCard et Hypertext de Apple Corporation, les participants à l'atelier étaient d'avis que le logiciel est une autre technologie dont les nouveaux médias sont tributaires. L'évolution du logiciel donnera probablement aux utilisateurs une puissance croissante et un contrôle grandissant sur le média comme sur le contenu.

En réalité, c'est la plus grande facilité avec laquelle on pourra modeler le contenu, davantage que l'évolution de la nature du média en cause, qui semble le mieux décrire les changements qui permettent de qualifier d'"Innovateurs" les nouveaux médias.

La communication et les nouveaux médias

Les modes de transmission et de réception récemment améliorés, tout en étant moins apparents que l'évolution du logiciel, sont aussi un facteur technologique important qui sous-tend l'émergence des nouveaux médias. Ils représentent les progrès qui rendent les nouveaux médias **accessibles**. Ces modes de transmission et de réception incluent les réseaux, qui permettent l'accès et l'interconnexion des bases de données, et des applications autonomes (ordinateurs personnels).

Le mode de transmission par réseau comprend des réseaux de câbles et de télécommunications à grande vitesse et à forte capacité. Ils assurent des liaisons de radiodiffusion entre les utilisateurs et les fournisseurs de contenu informatif multimode. Si les réseaux sont un important mécanisme de diffusion, ils ne représentent qu'un des moyens qui permettent l'accès aux nouveaux médias. D'autres mécanismes, par exemple les disques compacts-ROM (systèmes de stockage), sont également importants. Les ordinateurs personnels permettent aux nouveaux médias de fonctionner en autonomie, l'utilisateur pouvant introduire le contenu directement, pour ensuite le mettre en forme et le "publier".

Étant donné leur capacité de transformer le contenu et de fonctionner indépendamment des réseaux, les nouveaux médias ne peuvent être considérés uniquement comme une question intéressant les communications. Il s'agit en réalité d'une question qui touche à la fois le média et le contenu.

Retour à la question : en quoi consistent les nouveaux médias

En somme, si la discussion en atelier a démontré que les caractéristiques du contexte des nouveaux médias sont variées, plusieurs aspects de ce contexte n'en demeurent pas moins apparents :

- L'évolution des nouveaux médias a été rendue possible grâce aux progrès des technologies sous-jacentes comme la micro-électronique, le traitement graphique, le stockage, le traitement de l'information, la compression vidéo et les techniques de logiciel.
- Les nouveaux médias intègrent plusieurs techniques permettant de communiquer une combinaison d'informations numériques visuelles, sonores et écrites. Cette capacité permettra à l'utilisateur d'adapter un média à ses besoins personnels, avec une facilité d'accès inconnue jusque-là. Cette facilité d'accès rendra probablement les nouveaux médias populaires auprès des utilisateurs et en consacrera l'importance en tant que média. Cette popularité constituera à son tour la **puissance** du nouveau média;
- Les nouveaux médias fournissent des interfaces interactives et multisensorielles qui les rendent compatibles avec les façons humaines de penser et de travailler. Les "auteurs" seront en mesure de présenter leurs idées de façon intéressante, informative et divertissante, ce qui garantira la **popularité** des nouveaux médias;
- Les progrès enregistrés au chapitre de la technologie du matériel qui permettent une prestation et une présentation plus efficaces de l'information sont ce qui rendent les nouveaux médias **accessibles**;
- Parce que les nouveaux médias pourront évoluer indépendamment des réseaux, les stratégies qui les concernent auront probablement davantage en commun avec les politiques de l'édition/du cinéma/de la radiodiffusion qu'avec celles des télécommunications.

Éléments d'une stratégie concernant les nouveaux médias

Les conséquences des progrès des nouveaux médias et les questions qui en découlent sont encore difficiles à déterminer. Cela ne devrait pas nous surprendre étant donné que les nouveaux médias sont une réalité toute récente. Exactement comme ce fut le cas avec le cinéma et la télévision qui les ont précédés, les nouveaux médias pourront au début emprunter leur contenu des médias dont ils procèdent, tout comme les premiers films ont tiré leur sujet des pièces de théâtre enregistrées. Ce n'est probablement qu'avec le temps que les nouveaux médias mettront au point leurs propres méthodes de production et leurs propres applications.

Étant donné qu'il est difficile de prédire les formes éventuelles que revêtiront les nouveaux médias, un intervenant à l'atelier estimait que le défi que devait relever le MDC consistait pour l'instant à mieux comprendre leurs effets sur notre vie, la société et la culture, sans se préoccuper d'en déterminer la forme ultime.

Tenter de le faire s'avérerait sans aucun doute une tâche extrêmement difficile, étant donné que les questions qui semblent être rattachées aux nouveaux médias sont multidimensionnelles; il n'y a évidemment rien de surprenant à cela compte tenu de la nature de ce domaine en devenir. Les questions relatives aux nouveaux médias abordées lors de l'atelier appartenaient généralement à cinq domaines de préoccupation : tendances technologiques, possibilités industrielles, problèmes sociaux, questions culturelles et rôle du gouvernement.

Mise sur pied d'une base technologique

Pour évoluer au rythme des nouveaux développements, le Canada doit acquérir des compétences techniques dans le domaine des nouveaux médias. Cette connaissance technologique n'est cependant pas bon marché. La plupart des progrès réalisés récemment au chapitre du matériel l'ont été à l'étranger et ont surtout été le fait de grandes entreprises américaines ou japonaises. Comme il faut beaucoup d'argent et bien d'autres ressources pour

soutenir ces efforts en matière de recherche et développement, le Canada n'est probablement pas en mesure de soutenir la concurrence sur le plan du matériel.

En même temps, nous devons reconnaître que les développements technologiques sont rarement "francs de valeur"; ils sont ordinairement accompagnés de leur propre contenu intrinsèque. Ainsi, les progrès technologiques réalisés dans le domaine des communications ont également eu tendance à encourager l'importation de contenu étranger. Cela s'applique particulièrement dans le cas du Canada. En raison de cette tendance, les efforts du Canada devraient surtout être axés sur l'élaboration du contenu des nouveaux médias.

Pour être en mesure d'élaborer ce contenu, le Canada a tout de même besoin d'une base technologique qui lui permettra d'établir et de mettre en oeuvre les nouveaux médias.

Le Ministère a un rôle à jouer ici, comme le démontre le travail entrepris par le Centre canadien de recherche sur l'informatisation du travail (CCRIT). L'activité du Centre donne une idée des applications canadiennes exclusives qui sont possibles dans le domaine des nouveaux médias, ainsi que des liens que le Ministère peut établir avec l'industrie. L'expansion de ces liaisons devrait être axée sur l'expérimentation utile en situation réelle et, comme on l'a souligné plusieurs fois pendant l'atelier, sur l'expérimentation fondée sur une connaissance de ce qui est susceptible d'être populaire du point de vue de l'utilisateur.

En même temps, comme on l'a fait remarquer lors de l'atelier, **le MDC a un rôle à jouer dans l'établissement des normes nationales et internationales qui concernent les nouveaux médias.** L'établissement de normes au moment propice peut servir à rendre la technologie des nouveaux médias accessible à un plus grand nombre d'entreprises et d'entrepreneurs canadiens, lesquels pourront à leur tour concevoir des applications et des perfectionnements exclusivement canadiens.

Entretemps, **le gouvernement et le MDC peuvent faire preuve de leadership dans ce domaine en devenant s'ils utilisent eux-mêmes les méthodes propres aux nouveaux médias.** Les participants à l'atelier ont appris, par exemple, que l'ONF possède 7 000 films, alors que les

musées canadiens renferment 60 millions d'objets, qui témoignent de notre patrimoine commun. Pour le bénéfice de ces établissements, et d'autres programmes du gouvernement, un calendrier de mise en oeuvre des nouveaux médias pourrait avantageusement être élaboré.

Promotion du contenu canadien

Durant les discussions en atelier, il était clair que la question centrale pour le Canada, dans le contexte des nouveaux médias, est celle du contenu canadien. Même si les participants n'ont pas eu beaucoup de temps pour examiner de quelle façon, concrètement, les nouveaux médias pourront contribuer à mettre en valeur la culture et l'identité canadiennes, on a fait état à maintes reprises de la nécessité de s'assurer qu'ils offrent un choix adéquat de contenus canadiens.

La création d'une industrie canadienne des nouveaux médias suppose qu'on assure la disponibilité des contenus canadiens présents et futurs dans ce format. Pour le contenu canadien actuel, la question est de savoir comment le transformer et l'adapter aux nouvelles technologies. Il est nécessaire de "conditionner" ou de diffuser les connaissances et le contenu canadiens dans des domaines comme la muséologie, la production audiovisuelle et l'édition et de les diffuser d'une façon efficace et intéressante à la fois pour mieux faire connaître notre pays et pour faire concurrence aux applications des nouveaux médias d'origine étrangère. On s'est toutefois demandé à l'atelier comment réussir à maintenir une présence canadienne efficace alors que les encyclopédies électroniques étrangères, par exemple, peuvent être mises à jour continuellement.

La question du contenu ne peut toutefois pas être examinée isolément de celle du droit d'auteur, sujet déjà complexe, et qui le deviendra encore plus à cause des nouveaux médias. Alors que ces derniers peuvent emprunter et combiner librement le contenu des médias préexistants, presque chaque image, photographie, lettre de poème ou note de chanson est protégée par un droit d'auteur.

Cela oblige les acquéreurs éventuels des médias préexistants à découvrir à la fois le propriétaire des droits d'auteur en question et à tenter de prévoir et de décrire l'ensemble des usages auxquels le média emprunté est destiné. Par exemple, pour faire une démonstration relativement simple des nouveaux médias à l'atelier, il a fallu obtenir un quadruple affranchissement de droits. Cette situation pourra favoriser l'achat en un seul coup de l'image et du texte, par exemple auprès de Time-Life, parce qu'il est plus commode d'acquérir au même endroit toutes les photos, les séquences filmées, les textes, etc., requis. Ainsi, le droit d'auteur est un autre aspect des nouveaux médias devant être scruté à la loupe par le MDC si l'on veut éviter que le contenu canadien ne soit défavorisé.

Le Ministère doit relever de nouveaux défis afin de réagir à l'arrivée des nouveaux médias, visiblement en mesure d'améliorer et de compléter les médias existants. **Ainsi, le MDC aura à examiner comment les nouveaux médias pourront favoriser la réalisation des objectifs culturels canadiens, en s'assurant que le milieu culturel puisse avoir accès à cette technologie et en tirant pleinement profit afin de poursuivre l'élaboration et l'expression d'un nouveau contenu canadien.**

Pour favoriser l'élaboration de contenus canadiens destinés aux nouveaux médias, le MDC et le secteur privé devraient examiner conjointement la possibilité d'un large recours aux coentreprises, aux accords de production, aux associations et à d'autres formes de collaboration au sein du secteur privé. Comme on l'a déjà mentionné relativement à l'atelier sur la mondialisation, il s'agit d'outils fort utiles pour contourner des problèmes hélas trop fréquents au Canada, à savoir le manque de ressources financières pour la production du contenu, d'une part, et le manque d'efficacité des campagnes de mise en marché et de distribution, d'autre part.

Les politiques et les programmes actuels du Ministère ne sont pas d'un grand secours pour concevoir des stratégies de contenu canadien, le MDC n'ayant pas établi de cadre d'action global concernant les médias ni fixé un ensemble d'objectifs applicables globalement à l'ensemble de ceux-ci. Si on a pu par le passé élaborer des politiques et des programmes relatifs à l'industrie de l'enregistrement largement indépendants de ce qui s'est fait pour l'industrie de la radiodiffusion, l'évolution des nouveaux médias rendra de plus en plus difficile à l'avenir le maintien d'une telle

compartimentation. Ainsi donc, l'une des façons pour le gouvernement de commencer immédiatement à préparer l'ère des nouveaux médias consisterait à définir clairement, à définir et à intégrer ses objectifs par rapport aux industries de la culture et des médias, considérées globalement. Cet exercice devrait aider le Ministère à élaborer un cadre stratégique adapté à l'ère des nouveaux médias, qui se profile à l'horizon.

Prise en considération des préoccupations sociales

Au cours de l'atelier, on a fait état d'un certain nombre de préoccupations sociales par rapport aux nouveaux médias. Ces préoccupations sont de nature diverse. L'une d'entre elles, par exemple, concerne la protection de la vie privée car, dans un système de nouveaux médias défini en fonction de l'utilisateur, il est possible de tracer le profil de ce dernier. Le respect de l'intégralité et du caractère confidentiel du contenu des nouveaux médias constitue une autre des préoccupations exprimées à l'atelier, comme la question de savoir qui pourra fournir et recevoir l'information véhiculée par les nouveaux médias.

Un autre point important soulevé lors de l'atelier a trait au coût vraisemblablement supérieur des nouveaux médias par rapport aux actuels moyens de communication. L'existence éventuelle de frais d'accès sous la forme soit de frais d'utilisation, soit de frais d'acquisition du matériel requis, aura sans aucun doute un effet sur l'universalité de l'accès à l'information, une question qui préoccupe le MDC depuis longtemps. Il faudra donc examiner avec soin la possibilité de voir les nouveaux médias élargir de façon marquée l'écart entre classes favorisées et classes défavorisées, sur le plan de l'information, au sein de la société canadienne.

Parmi les autres questions soulevées lors de l'atelier relativement aux nouveaux médias, il y a la possibilité de connexion en réseau (interurbain). La connexion en réseau et la possibilité de téléconsultation ont une grande importance pour le Canada, dont la population est dispersée sur un vaste territoire. L'accès à distance rendu possible par les réseaux régionaux permettra aux Canadiens éloignés des grands centres de consulter la documentation conservée dans des universités, des musées, des bibliothèques et des archives situés dans les grands centres.

En attendant, on s'est aussi interrogé à l'atelier sur les conséquences possibles de la capacité des nouveaux médias de modifier et de créer des images abstraites, des "hyperréalités". La confusion future entre les produits des nouveaux médias qui reproduisent fidèlement une réalité existante et ceux qui font voir un monde inventé, pourrait avoir, a-t-on dit aux participants, de profondes conséquences sur les plans social, culturel et psychologique. On a aussi affirmé, par ailleurs, que les nouveaux médias élargiront notre champ de conscience. À n'en pas douter, pour éclaircir davantage ces questions, il faudra attendre d'avoir une plus longue expérience des nouveaux médias.

En résumé, **selon les avis exprimés au cours de l'atelier, la société canadienne et le MDC doivent surtout se préoccuper, par rapport aux nouveaux médias, du respect des objectifs suivants : maintien de la diversité des sources d'information, maintien de l'accès à un prix raisonnable, protection de la vie privée et promotion de l'équilibre régional.** En réalité, les participants à l'atelier ont exhorté le MDC à ne pas négliger les conséquences sociales dans ses délibérations sur les nouveaux médias, en accordant une importance trop exclusive à la réussite sur le plan industriel.

Questions de politique connexe

L'exposé des grandes questions soulevées au cours de l'atelier présenté dans les pages qui précèdent donne un aperçu du grand défi posé par l'élaboration d'une politique globale sur les nouveaux médias. Cette tâche est d'autant plus ardue que bien des aspects de ces nouvelles technologies demeurent encore flous, y compris leurs types d'application et modes de diffusion.

Selon le mode de mise en oeuvre des nouveaux médias, infrastructure des télécommunications, système de radiodiffusion ou appareils personnels d'accès à l'information, il pourra y avoir divers types de politique et de réglementation. Cet aspect revêt une importance particulière à la lumière de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis. Avant d'élaborer des politiques relatives aux nouveaux médias, le MDC devra tenir compte des restrictions éventuelles auxquelles le Canada pourra être soumis en vertu de l'Accord de libre-échange, qui l'empêcheraient d'adopter

une réglementation en matière de services de télécommunications jugée discriminatoire par rapport aux entreprises des États-Unis.

Les politiques sur les nouveaux médias qui seront établies par le gouvernement devront tenir compte des préoccupations technologiques, industrielles, culturelles et sociales indiquées ci-dessus, ainsi que de l'aptitude de cette technologie à mettre en corrélation les télécommunications, la radiodiffusion, le cinéma, l'enregistrement sonore et l'édition. On a aussi émis l'opinion au cours de l'atelier que les politiques publiques relatives aux nouveaux médias devraient peut-être en conséquence être neutres sur le plan technologique. Il se pourrait, au lieu de cela, qu'il faille établir des objectifs et des buts précis pour les nouveaux médias électroniques. Il y a une autre possibilité, à savoir que les nouveaux médias, plutôt que d'exiger un cadre stratégique distinct, puissent entraîner la révision ou l'adaptation des politiques et des programmes existants. **Quelle que soit l'orientation privilégiée, on a proposé au cours de l'atelier que le MDC favorise la création d'un milieu continu, sans barrières artificielles, pour les nouveaux médias.**

Pour que le gouvernement puisse réagir de façon cohérente à l'avènement des nouveaux médias, il faut obtenir la participation d'autres intervenants que le MDC. Les questions sociales abordées au cours de l'atelier sur les nouveaux médias, par exemple la protection de la vie privée, semble relever directement d'autres ministères que le MDC. En attendant, il y a aussi des petits groupes spécialisés sur des questions techniques au sein d'autres ministères et organismes fédéraux, par exemple l'ONF, ainsi qu'à l'intérieur des administrations provinciales. Le MDC apparaît dans une situation idéale pour devenir le chef de file et le coordonnateur de tous ces efforts. Or il est nécessaire que le Canada réagisse de façon cohérente à l'avènement des nouveaux médias pour permettre aux industries des télécommunications et des médias et aux industries culturelles de notre pays de faire une entrée réussie dans cette nouvelle ère de l'information et des médias.

De façon remarquablement semblable à l'atelier sur la mondialisation, la discussion sur les nouveaux médias a mis l'accent sur l'ambivalence des changements prochains, qui comportent à la fois des menaces et des possibilités intéressantes pour le Canada. À plusieurs reprises, on

a souligné que notre pays doit se tourner vers l'extérieur, vers le marché mondial, afin d'opérer avec succès la transition vers une nouvelle ère de l'information et des médias. Nous n'avons pas beaucoup le choix; il nous faut adopter cette tactique car le monde aura de plus en plus accès à notre marché. Il est essentiel d'élaborer du contenu canadien de qualité mondiale pour permettre au Canada d'affirmer sa présence dans les nouveaux médias, peu importe la forme définitive que ceux-ci prendront. Il faut aussi, réciproquement, renforcer notre présence sur les marchés mondiaux, afin de soutenir les progrès canadiens en matière de logiciel et de matériel; par exemple, les participants ont discuté de l'impossibilité pour le marché muséal national de maintenir l'avance actuelle du Canada en matière de technologie des nouveaux médias appliquée aux musées.

Conclusion

Selon une prédiction faite au cours de l'atelier, les nouveaux médias en viendront à rivaliser en importance avec la radiodiffusion et les télécommunications au cours des dix prochaines années - en fait, ils pourront constituer la grande question à débattre au sein du Ministère.

À mesure que les nouveaux médias prendront leur place aux côtés du film, de la télévision et l'édition, **le Ministère aura pour tâche de concevoir des façons de mettre ces nouvelles technologies au service des citoyens dans le contexte d'une infrastructure industrielle et technologique canadienne viable.** Tout en cherchant simultanément à tenir compte des préoccupations sociales, nos programmes techniques et industriels devraient se servir de la technologie, canadienne ou étrangère, pour améliorer la qualité et élargir la disponibilité du contenu canadien dans les nouveaux médias. **On peut dire au sujet des nouveaux médias, comme on l'a déjà fait au sujet de la radiodiffusion dans notre pays, que la question du contenu est la seule qui importe; tout le reste est secondaire.**

ANNEXE I

THE REALITY OF INTERACTIVE MEDIA

CAVEATS

- Time Needed
- Walt Disney World, Epcot, MGM
- Names for Interactive Media
- Interactivity
- Multi-Sensory
- Interface
- Virtual Reality
- Technology
- Contributions of Computers, Television, Publishing

EXAMPLES 1

- High School 2000
- Very Vivid
- Discs
- Life Story

ON STREAM COMPUTERS SOFTWARE/TOOLS

- Color
- TV
- Stereo Sound
- Digital Disk
- MIDI Interface
- Modem/Cellular

Hypertext
Hypermedia
Graphics
Music Mixer
HyperTalk Language

INFORMATION LANDSCAPE

Data
Modules
Documentary
Agents
Activities

NEAR FUTURE

- Data Paths
- Access Time
- Data Compression
- Video Compression
- Increased Storage
- Batteries, etc.

SMPTE
Visual Programming
Animation
Intelligent Agents
Expert Systems
Timbuktu

Simulation

EXAMPLES 2

- Discis
- Data Diskman
- DAT
- Virtual reality
- Interfaces
- NFB, CBC

ISSUES

- Where is the "smarts"?
- Value Added
- Cost/Miniturization
- Audience
- Copyright/Patent
- Examples, Japan, Singapore, Hong Kong
- Test Beds, Calumet, Sam Sherritt

Tel que fourni par DR. J. Durlak

ANNEXE II

PARTICIPANTS ENREGISTRÉS POUR L'ATELIER SUR LES NOUVEAUX MÉDIAS

SMAP

Louise Philippe - SMAP\Chef de Cabinet

Roseline Sirols - DAP

E.D. Rainboth - DIAB

Shelley Moorhead - DGIS

Jim Todd - DGIS

Daniel Lussier - DGIS

Philip Kinsman - DGIS (rapport seulement)

Alain-Bernard Marchand - DGIS

Marc Séguin - DGIS

Marc Montreuil - DGIS

Attilio Barcados - DGIS

Parke I. Davis - DSIS- DGTP

Dora Mozes - DGTP

Helen Kennedy - DGTP

Alan Hamilton - DSIS

Susane Latrémouille - DSIS

Colette Jubinville - DSIS

Max Melnyk - DSRS

David Warnes - DSRS

Wayne Longman - DSRS

Gaby I. Warren - DGIR

Kate Cockerill - DGIR

Vlad Skok - ICP

Pierre Gagné - DIA

James Savage - DIA

Raymond Lepage - DID

Pierre Leduc - DPT

Robert Tritt - DPT

Michael Tiger - DPT (rapport seulement)

Phil Baillargeon - DPT

Charles Vallerand - ICP

Yves Théorêt - DPG - DGSP (rapport seulement)

Patrick Hollier - DPG (rapport seulement)

Bart Van Cromvoirt - DGSP

Michelle Racette - DGFP

Monique Lajeunesse - DCPL

Genevieve Ledoux - DCPI

Maurice Estabrooks - DFR
Thierry Husson - DFR

Shelley Borys - DPE
Bill Graham - DPE
Robert Letellier - DPE
Gaétane Laplante - DPE

Ruth Mayost - DSPC

David Nobbs - DLS
Helene Sheedy - DLS

SMAAP

Leslie Harris - DCT - DGAP
Richard Matthews - DCT (rapport seulement)

John Foote - DRS
Tom Tegtmeyer - DRS
Anne Séguin - DRS
Hélène Espeset - APU
Sylvie Desjardins - CHIN

SMAPC

Larry Durr - DGBP-E
Denis Gratton - DGBP-F
Ian Ironside - DAR (rapport seulement)

Simon Beaudry - DGCI
Marie-Claude Girard - DPS - DGCI
Allan Clarke - DFVP
Linda Mayer - DFVP
Katka Selucky - DFVP
Nadia Laham - DPS (report only)
Lisette Thibault - DMT

SMAGI

Monique Perrier - DGAT
H.J.von Donhoff - DPF - DGFM
Donald Lemieux - ATIP
Linda Casey - DPO - DGHM

SMARS

Elizabeth Gilmour - SMARS/Chef de Cabinet

Nisar Ahmed - DGEP
David Jardine - DLRP
Henry Mar - DLRP
F.G. Diamente - DLRP
Michel Gaudreau - DLRP
Gerry Chan - DLRP

Don Paskovich - DASM
Guy Mitchell - DASM
Paul Vaccani - DASM
Bill Dormer - DBC-E

George Dutch - DCM - DGGT
Morag Cavers - DCM
James Ladouceur - DCM
Luc Fournier - DMS
Winnie Pietrykowski - DMS
Jean-Pierre Couillard - DGGT

Bob Baser - DAC - DGCP
Basil Crozier - DPP
Bev Mahony - DPP
Jeet Hothi - DPP
P.K. Neogi - DDI
Fred Van Geest - DDI
James Fulcher - DDI
Will Dubitsky - DDI
Randy Zadra - DDI
Claude Hébert - DDI
Zaki Muscati - DPM
Lorraine Croskery - DAC
Bob Leafloor - DCN
Bill Treurniet - DBR
Ted Grusec - DBR
Thom Whalen - DBR

Dorothy Phillips - DBR
Andrew Patrick - DBR

ADMQ

Jocelyne Picot - DLR
Judith Legaré - DLR
Duncan Sanderson - DLR
Richard Lavoie - DLR
Gilbert de Couvreur - DLR
Michel Umbriaco - DGDR
Richard Lalonde - DDT
Robert Dupuy - DLR

RÉGIONS

Hubert Pambrun - DGO
Lorraine Wilson - DGO (rapport seulement)
Mike Connelly - ROD (rapport seulement)

Roland Richard - DGA

AUTRES

Michelle D'Auray - ONF
Peter Robinson
Michel Vachon - Weisglass Communcation
Roger Hough - Comm. Sciences Res. Corp.
John Thompson - National Atlas Information Centre
Dr. Louise Guay - YYIATS Inc. (demo National Atlas)
Eva Siekierska - Canadian Mapping Centre
Kostas Armenakis - Canadian Mapping Centre
May Morpaw, Directeur, Recherche et Politique, Bureau de la Main-d'oeuvre féminine, Travail Canada,
Ottawa, KIA OJ2 (rapport seulement)

CONFÉRENCIERS :

K. Hepburn
R. Descout
J. Durlak
J. Gilbert
R. Simpson
E. Sarkar
A. Cordell
P. Homulos

COMITÉ D'ORGANISATION :

D. Waung
S. Jeannotte
J. Drouin
R. Hall
M.-F. Laughton
S. Loranger
P. Kim

Annexe III

Ordre du jour de l'atelier

L'ÉMERGENCE DES NOUVEAUX MÉDIAS : NOS POLITIQUES SONT-ELLES ADÉQUATES?

Le 25 juillet 1990

Salle Outaouais, Phase IV, Place du Portage, Hull

9 h

Mot de bienvenue

Élaboration d'une stratégie sur les nouveaux médias

L'élaboration d'une stratégie globale sur les nouveaux médias est l'une des principales priorités du Ministère. Un groupe chargé d'étudier les questions liées aux nouveaux médias a été créé dans le Secteur de la politique des communications. Quelle sera sa structure? Son mandat? Sa stratégie? Comment pouvons-nous déterminer et étudier les questions pertinentes, établir des objectifs précis et élaborer des plans de travail à court, moyen et long terme? Quel est le rôle de cet atelier dans ce processus?

Ken Hepburn

Sous-ministre adjoint principal

10 h 00

Un nouveau âge pour des services électroniques d'information

Est-ce que l'introduction des services tels qu'Alex, Videoway et Medialog annonce le début des communications par les nouveaux médias? Quels sont les besoins et les attentes des consommateurs de ces services? Comment est-ce que les industries choisissent et mettent en oeuvre les nouveaux services? Quel est le rôle du gouvernement?

Raymond Descout Centre canadien de recherche sur
l'informatisation du travail

10 h 30

Pause-café

10 h 45

Mythes et réalités des communications multimédias

Quelles sont les raisons de l'engouement de la presse populaire et des revues professionnelles pour les communications multimédias? Qui les utilise? Pourquoi? Les nouveaux médias modifieront-ils notre façon de communiquer? Le contenu de nos communications? La destination de nos communications?

Jerry Durlak

Professeur agrégé
Programme d'étude des communications de
masse, Université York

11 h 30

Liens cruciaux entre la politique sur les nouveaux médias et les programmes techniques

Plusieurs des technologies sous-jacentes aux nouveaux médias relèvent du Secteur de la technologie. Quels rôles joueront les activités de recherche et de développement en communications dans l'élaboration de la stratégie canadienne en matière de nouveaux médias?

John Gilbert Conseiller spécial
Sous-ministre adjoint, Technologie et
recherche
(pour Michael Binder)

12 h 00

Déjeuner aux nouveaux médias

Déjeuner léger au cours duquel les participants pourront faire l'essai de plusieurs systèmes multimédias.

13 h 30

Table ronde

Quels sont les objectifs du MDC en matière de nouveaux médias? Comment les atteindre?

L'émergence des nouveaux médias présente de nouveaux défis et des nouvelles possibilités pour le MDC. Quels doivent être nos objectifs à long terme? Comment orienter nos projets, nos programmes et nos politiques pour atteindre ces objectifs?

Président : Richard Simpson

Invités : Eileen Sarkar
Arthur Cordell
Peter Homulos

Exposés, discussions de groupe et réponses aux questions des participants à l'atelier.

15 h 30

Clôture

(le 16 juillet 1990)

Canada