

Présentation

Bernard MIÈGE

Le programme *des nouvelles infrastructures de la communication* (appellation que nous préférons à d'autres comme « autoroutes de l'information », « autoroutes électroniques », « inforoutes », « infrastructures globale de l'information » ou « nouvelles infrastructures de l'information »), s'il a depuis 1992 donné lieu à une multitude de textes et de déclarations de caractère technique ou relevant de la prospective, n'a pour le moment guère intéressé les chercheurs en sciences humaines et sociales (notamment francophones) qui attendent sans doute que les réalisations prennent corps. Il n'est pas sûr que cette prudence soit justifiée, surtout si l'on admet que le programme en question est la reconduction (et l'accélération) d'un projet dont les bases ont été jetées dès le début des années soixante-dix.

Dans un contexte à la fois controversé et fortement alimenté par les déclarations d'intention (ainsi que par les effets d'annonce), le présent numéro de « Réseaux » entend, à sa mesure, proposer des réflexions qui permettent d'analyser les stratégies des principaux acteurs privés et publics et, si possible, de dégager les logiques sociales à l'œuvre autour desquelles se développent les stratégies.

Dans une optique relevant des sciences politiques et qui est centrée sur l'étude des politiques publiques, Thierry Vedel se demande si celles-ci ont encore la faculté, dans le domaine concerné, d'orienter et de contrôler le changement technologique. A partir d'une étude comparative des documents officiels et des dates clés, il montre que, dans les principaux pays industrialisés (États-Unis, Japon, France, Royaume-Uni, Allemagne) et plus généralement dans les pays du G7 et de l'Union Européenne, une carte cognitive commune est présente, organisée autour de trois chaînes argumentaires : l'importance croissante des activités informationnelles dans les économies modernes, les changements sociaux bénéfiques que l'on est en droit d'en attendre et la remise en cause des cadres réglementaires. L'auteur met également l'accent sur les différences nationales (ce qui contribue à inscrire les programmes dans les débats nationaux et ainsi de se les approprier) et il insiste sur la nature propre de ces programmes fondés sur une démarche toute pragmatique (l'essentiel consiste en des principes d'action plus que dans la définition de plans d'action) et plaçant les États en retrait, tout en leur laissant des fonctions importantes d'impulsion, de mobilisation et de coordination. Vedel n'est pas loin de penser que, dans l'émergence des nouvelles techniques de l'information et de la communication, les « facteurs » culturels sont décisifs et expliquent la surenchère discursive que l'on observe ; il prévoit

cependant que la mise en œuvre des programmes conduira à la résurgence des spécificités nationales ou régionales : en Europe, par exemple, si la technologie n'est plus rejetée en tant que telle, les opinions publiques réclameront avec de plus en plus d'insistance un élargissement du débat public et l'adoption de dispositifs garantissant le contrôle social des projets.

C'est une perspective théorique différente que l'on trouve dans l'article de Robin Mansell qui mêle des considérations économiques sur le développement des nouveaux marchés à des interrogations sur l'avenir des réglementations susceptibles d'assurer « l'intérêt public ». Pour ce faire, le Professeur de l'université de Sussex choisit d'élaborer des modèles conceptuels ; deux font l'objet de son article, d'une part le « modèle de la compétitivité globale » (autrement dit celui qui attend de la libéralisation des marchés une stimulation de l'offre de réseaux et de services, une transparence de l'accès aux réseaux et finalement un rôle moteur de la demande), d'autre part le « modèle stratégique évolutionniste » qui fonctionne d'ores et déjà au Royaume-Uni ou aux États-Unis. C'est ce dernier modèle qui est présenté en détail par Robin Mansell, car, observe-t-elle, « en dépit du discours habituel vantant les avantages du modèle de compétitivité globale, un grand nombre de nouveaux entrants sur le marché de la communication n'acceptent pas totalement la déréglementation des marchés. Dans la plupart des cas, les nouveaux venus sur tel marché national ne cherchent pas – ils n'en seraient pas capables – à égaler, en termes de pénétration de marché, le champ d'action des opérateurs de télécommunications publiques en place ». Cette observation est capitale ; elle est à l'origine de la fragmentation des réseaux, de l'inégalité de diffusion des services, de l'absence de transparence dans les relations coûts/tarifs, d'une pression continue des firmes multinationales sur la conception des réseaux et des services, et finalement... d'une réglementation croissante. L'auteur qui avance également l'hypothèse – paradoxale mais pertinente – que les marchés futurs de la communication s'apparentent aux marchés fondés sur le franchisage (on fait mine de défendre un modèle concurrentiel ouvert pour protéger des droits acquis, de longue date ou récemment), est d'avis que ce second modèle a toutes chances de devenir dominant : d'où la nécessité impérieuse de créer de nouvelles dispositions réglementaires qui assurent à la fois l'innovation technique, la créativité sociale, la compétitivité (nécessairement limitée), la limitation du pouvoir des opérateurs monopolistes, la coordination des activités et l'insertion des services dans la société. Autant reconnaître que c'est dans le domaine de la réglementation qu'il conviendrait de se montrer... le plus innovant.

Les questions réglementaires sont également au cœur de l'article de Jean-Claude Burgelman qui – ce rappel liminaire est loin d'être inutile – souligne que les normes juridiques sont des constructions sociales négociées entre forces sociales dans des sociétés aux caractéristiques spécifiques. Observant que les pratiques de communication se modifient lentement, l'auteur considère qu'il n'y a aucune urgence à réviser de façon précipitée l'ensemble des règles qui régissent actuellement le fonctionnement de la communication. Il convient toutefois, ajoute-t-il, d'être attentif aux changements dans les relations de pouvoir qui affectent le secteur ; les relations entre acteurs évoluent rapidement, et tout particulièrement celles qui conduisent à une certaine intégration du hardware et du software, ainsi que de la production et de la distribution. Ainsi le risque est-il grand, dans ce contexte, de voir se renforcer les oligopoles et l'intégration du secteur, avec pour conséquence une réduction de la diversité de l'offre de services culturels et informationnels. Le Professeur de l'Université Libre de Bruxelles en vient donc à interroger le recours à deux concepts, « service universel » et « service public », que l'on tient généralement comme suffisants pour contrebalancer les risques évoqués ; il écrit : « évoquer ces deux concepts simplement comme des présupposés de base, pour ainsi dire décontextualisés, dans le débat actuel est

une erreur fondamentale. Il est faux de croire que ces concepts aient jamais rendue possible une politique parfaite, qui ait vraiment été publique et universelle, et qu'il suffit de les transférer dans notre situation actuelle, qui est radicalement différente et terriblement plus complexe. » Jean-Claude Burgelman ne craint pas de revenir aux compromis qui sont à l'origine des secteurs publics de l'audiovisuel comme des télécommunications, et il montre combien le développement des instances de régulation n'a résolu en rien le problème de la représentation des publics, pourtant fondamentale en démocratie. A partir de la problématique qu'il a proposée, il analyse ensuite longuement la question de l'audiovisuel public, et conclut que le choix (d'une aide financière publique) «... ne peut être justifié que d'un point de vue normatif, qui suppose à son tour, une certaine vision culturelle (par exemple, celle d'une culture de la diversité qui ne se satisfasse pas de favoriser la consommation artistique, Ndlr) et le rejet du credo postmoderne de la souveraineté culturelle des citoyens-consommateurs, déjà décrits, comme exempts de valeurs. » Pour l'auteur, l'avènement d'une « société de l'information » devrait être l'occasion de mettre en débat toute une série de questions essentielles (dont il dresse la liste), plutôt que de les esquiver en se contentant de traiter de l'action de l'État comme contrepartie au marché.

L'essentiel de l'article, fort documenté, de Jean-Paul Lafrance et de Pierre Brouillard consiste dans la présentation détaillée des services offerts par les réseaux UBI de Vidéotron (dans la région de Saguenay – Lac Saint-Jean), Sirius de Bell Canada, Cogeco-Internet à Trois-Rivières, et FSN de Time-Warner à Orlando (Floride). Il faut savoir gré aux auteurs de nous donner sur ces réalisations (ou ces projets) des informations, recueillies avec minutie, et qui, à elles seules, mettent à mal bien des points de vue ou des prophéties. On découvre avec eux la grande diversité des services offerts (depuis les propositions destinées au « grand public » et qui concernent surtout la télévision à la demande, jusqu'aux services professionnels) et surtout l'hétérogénéité des stratégies commerciales. Pour l'essentiel, les services proposés sont des applications-réseaux de services existants, mais ce n'est pas toujours le cas : ainsi dans le domaine des jeux-vidéo ou dans celui de l'audiovisuel, le développement des nouveaux marchés suppose la mise à disposition de nouveaux services (mais pas nécessairement de nouveaux contenus, et à plus forte raison de nouvelles écritures, expérimentant les possibilités ouvertes par le multimédia). Lafrance et Brouillard montrent également que la réussite des nouveaux services dépend largement de la capacité des firmes productrices à prendre appui sur les modalités actuelles de la communication, pour les faire évoluer dans le sens de leurs intérêts (par exemple en reprenant une partie des dépenses publicitaires ou en faisant appel à la fois au financement du consommateur et à celui du fournisseur). Évoquant en conclusion certains des enjeux de la mise en place des nouveaux réseaux (et notamment ceux qui opposent les diverses catégories d'acteurs, des filières des télécommunications, du câble, de l'informatique et de l'audiovisuel), les deux auteurs insistent sur les difficultés – ou les lenteurs – d'émergence de nouveaux marchés, « intégrant » les possibilités techniques présentes ; ils tiennent les deux cultures, celle de la télévision et celle de la micro-informatique, pour relativement pérennes et envisagent guère une convergence des pratiques.

Le présent dossier – est-il besoin de le souligner – est loin de faire le tour de toutes les questions « stratégiques » qu’impliquent la mise en œuvre de nouveaux réseaux de communication et l’émergence de la multimédiatisation de l’information (et de la culture). Il trace des perspectives qu’il est maintenant urgent de préciser, de vérifier et de compléter.

Deux articles complètent et diversifient le contenu de ce numéro. Jérôme Bourdon s’interroge sur les conséquences que le débat sur l’éthique relancé dans les médias à la fin des années quatre-vingt a sur les frontières professionnelles. Il définit parallèlement une éthique en train de se construire préférable à une notion figée qui implique celle, trop commode à ses yeux de dérapage.

Belkacem Mostefaoui nous livre les résultats d’une enquête menée au Maroc et en Tunisie sur la réception de deux chaînes francophones, France 2 et TV5, vécue selon l’auteur sur le mode paradoxal de l’attraction/rejet, tandis qu’un groupe d’universitaires est européens dirigé par Mihai Coman de l’université de Bucarest nous propose un « point sur » la réception de l’ensemble des télévisions nationales et étrangères dans les pays où ils résident. Une telle base de données est inédite dans l’état général d’imprécision qui marque encore souvent la recherche en Europe orientale.