

Serge Proulx

*Professeur titulaire. École des médias. Université du Québec à Montréal.
Professeur associé. Télécom ParisTech.*

Nouvelles technologies de l'information et de la communication. Conjoncture 2006- 2007

S. Proulx et S. Couture (2007)

24

Attention, il s'agit d'un document de travail. Veuillez citer et vous référer à la version définitive :

S. Proulx et S. Couture (2007) *Nouvelles technologies de l'information et de la communication. Conjoncture 2006-2007* État du monde 2008, La Découverte/Boréal, Paris/Montréal, p. 354-357.

Ce texte a été mis en ligne afin que les usagers du site Internet puissent avoir accès aux travaux de Serge Proulx. Les droits d'auteur des documents du site Internet [sergeproulx.info](http://www.sergeproulx.info) demeurent aux auteurs des textes et/ou aux détenteurs des droits. Les usagers peuvent télécharger et/ou imprimer une copie de n'importe quel texte présent sur [sergeproulx.info](http://www.sergeproulx.info) pour leur étude personnelle et non-marchande. Vous ne pouvez en aucun cas distribuer ce document ou l'utiliser à des fins lucratives. Vous êtes cependant invités à diriger les visiteurs vers [sergeproulx.info](http://www.sergeproulx.info) pour qu'ils accèdent aux textes.

Document téléchargé depuis <http://www.sergeproulx.info>

Nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) Conjoncture 2006-2007

Serge Proulx et Stéphane Couture

Laboratoire de communication médiatisée par ordinateur (LabCMO), UQAM

L'année a été marquée par l'intensification de transformations déjà amorcées dans le monde de l'Internet : d'une part, les technologies de seconde génération (dites « Web 2.0 ») ont fait émerger une nouvelle culture participative chez les internautes qui utilisent toujours davantage ces dispositifs interactifs ; d'autre part, Google est devenu un acteur incontournable de l'Internet, en concurrence avec les acteurs industriels classiques et les grands réseaux médiatiques. Enfin, des mobilisations citoyennes se sont affirmées autour des répercussions probables de l'économie numérique.

Possibilités et limites du Web collaboratif

Même si le terme a été forgé en 2004 en Californie, c'est surtout pendant les deux dernières années que les technologies Internet de seconde génération – dites « Web 2.0 » – ont marqué une évolution significative du Net en faisant apparaître de nouvelles pratiques d'échange et une culture participative chez les internautes. Cette appellation – recouvrant davantage un ensemble de principes d'usage de technologies existantes plutôt qu'un standard technique nouveau – renvoie à trois caractéristiques principales. La plus médiatisée concerne l'origine particulière des contenus publiés sur ces sites dont le fonctionnement s'appuie sur la participation d'un très grand nombre

d'internautes. Ces derniers ne sont plus de simples utilisateurs de services, ils deviennent des producteurs d'information. Chacun peut déposer textes, photos ou vidéos sur des sites mis à disposition (*MySpace, Flickr, YouTube...*). Il accède à des outils numériques automatisés faciles à utiliser, permettant d'accéder aux contenus en ligne, et parfois d'y intervenir. D'où la grande popularité des blogs intimes ou politiques – interactifs –, qui se sont multipliés au détriment des sites personnels associés à la technologie de première génération. La prolifération de « contenus générés par les utilisateurs » (*user generated content* – UGC) – créations propres, repiquages ou contenus hybrides *remixés* – constitue l'originalité de cette évolution du Web, ces contenus pouvant être diffusés à l'ensemble des internautes de la planète. Des réseaux sociaux d'échange – parfois qualifiés abusivement de « communautés » – se constituent autour d'intérêts partagés par des agrégats d'utilisateurs.

Le second trait distinctif du Web 2.0 renvoie aux outils techniques des développeurs pour créer ces sites, de même qu'à ceux mis à disposition des internautes pour qu'ils créent eux-mêmes leurs contenus. Ces sites constituent des plateformes informatiques à part entière, qui mettent des applications Web à la disposition de tous. Pensons aux outils collaboratifs Wikis qui permettent à des internautes amateurs d'intervenir directement dans le processus de création de pages Web. L'aboutissement le plus connu est le site *Wikipedia*, première encyclopédie en ligne construite par les contributions de milliers d'amateurs. Le site existe en une centaine de langues. La version anglaise comporte plus de 1,3 million d'entrées (alors que la version numérique de l'encyclopédie *Britannica* n'offre que 100 000 entrées). *Wikipedia* fut l'objet de nombreuses polémiques en raison de définitions comportant des erreurs ou des points de vue idéologiquement orientés. Des mécanismes de contrôle existent mais le site reste victime de son très grand succès : il n'y a pas assez de « contrôleurs » en regard du très grand nombre de contributeurs qui proposent en permanence de nouvelles entrées.

La troisième dimension du Web 2.0 concerne les modèles d'affaires mobilisés. Comment ces sites deviennent-ils rentables ? Une plus-value est produite par l'agrégation des informations apportées par les internautes eux-mêmes. La transaction économique fondamentale consiste dans l'échange entre le service que l'internaute va chercher sur le site et les données (plus ou moins personnelles) qu'il accepte de mettre sur le site – le plus souvent gratuitement ou parfois, en recevant une rémunération minimale. Pour le propriétaire du site, le gain se construit par l'enrichissement de la base de données. Ces données constituent un patrimoine qui peut être à la source d'autres échanges ou de ventes. Par exemple, toutes les critiques et suggestions apportées par les lecteurs/consommateurs sur le site commercial *Amazon* à propos de tel bouquin, contribuent à produire une plus-value dans la stratégie commerciale du libraire en ligne. Nous retrouvons cette même logique dans le monde de l'industrie logicielle où, sur des sites de dépannage, des utilisateurs apportent réponse à d'autres utilisateurs rencontrant des difficultés. Ces mêmes usagers font des suggestions pour améliorer les produits. La logique participative du monde du logiciel libre se retrouve à l'oeuvre paradoxalement au coeur même de l'industrie logicielle propriétaire.

Les ambitions cyberplanétaires de Google

Le rôle névralgique joué par l'Internet dans les sociétés informatisées se traduit par l'émergence de nouveaux et puissants acteurs commerciaux. Google s'avère ainsi aujourd'hui un acteur incontournable de l'Internet et entre en concurrence avec les acteurs traditionnels de l'informatique et des télécommunications et avec les grands réseaux médiatiques. L'entreprise se détache d'une logique de développement orientée exclusivement sur un simple moteur de recherche, pour s'investir dans l'assemblage de services : elle achète des sites comme *YouTube* ou *Flickr* (site d'échange de photos) ; en même temps, elle met à la disposition du public une série de logiciels en

ligne à usage gratuit. Elle entreprend parallèlement une importante opération de numérisation de 15 millions d'ouvrages de trois grandes bibliothèques universitaires américaines. De grands opérateurs comme AT&T accusent Google de coloniser leur territoire en utilisant gratuitement leurs infrastructures de télécommunication développées à grands frais. Sur le terrain de la bureautique, le service *Google Apps* devient un compétiteur sérieux de Microsoft, notamment pour les marchés émergents des pays du Sud. En mars 2007, Google concluait des ententes commerciales avec les gouvernements du Rwanda et du Kenya de manière à équiper le personnel et les étudiants d'universités de logiciels de bureautique à usage gratuit.

Ainsi, Google étend aujourd'hui sa domination à l'échelle du globe et son influence est si importante que des expressions comme *Google Lifestyle* ou *Googlisatation du monde* deviennent monnaie courante dans certains blogs et forums de discussion. Des analystes sont préoccupés par ces ambitions cyberplanétaires qui pourraient conduire à un contrôle stratégique de l'entreprise sur une masse extraordinaire de données. En juillet 2006, Amnesty International dénonçait le fait que *Google.cn* – la version chinoise du moteur de recherche – restreignait les possibilités des utilisateurs en filtrant les recherches réalisées à partir de mots-clé tels que : « droits de l'homme », « réforme politique », « Tiananmen » ou « Falun Gong ». Dans le dossier de *Courrier international* d'octobre 2006 consacré à Google, des craintes étaient formulées quant à l'intégrité de la culture européenne en regard du monopole d'une seule entreprise constituant le point de passage obligé de tous les contenus culturels circulant sur Internet.

Intensification des mobilisations citoyennes

Une intensification des mobilisations citoyennes s'affirme autour des répercussions de l'économie numérique et de la configuration technique de l'Internet. La loi française du 1^{er} août 2006 relative aux droits d'auteur et droits voisins dans la société de l'information (DADVSI) – qui devait transposer en droit interne la directive européenne du 22 mai 2001 dite *European Union Copyright Directive* (EUCD) – a catalysé de nombreux débats autour de la gratuité des biens culturels circulant dans l'économie numérique. La directive de 2001 étant apparue décalée par rapport aux transformations rapides de la réalité économique et technique, le texte de la loi française aborde des problèmes nouveaux concernant l'exercice du droit d'auteur. La revendication d'un « droit des utilisateurs » a été au cœur des débats : comment articuler ce droit avec la légalisation des « mesures techniques de protection » (*Digital Rights Management systems* – DRM) ? Ces dernières permettent de contrôler *a priori* la consultation d'une oeuvre numérique, par exemple, en limitant le nombre de lectures possibles d'une oeuvre musicale ou l'installation multiple d'un logiciel propriétaire. La nouvelle loi française a confié à une « Autorité de régulation des mesures techniques » la gestion de ces mesures en même temps que la responsabilité d'assurer une interopérabilité entre systèmes de lecture des oeuvres protégées par des DRM, la tendance dans l'industrie étant toutefois aujourd'hui d'abandonner les DRM du fait qu'elles pourront toujours être contournées par les *hackers*.

Aux États-Unis, la question de la neutralité de l'Internet (*Network Neutrality*) a fait l'objet de débats publics depuis 2006. Cette question renvoie à une architecture des réseaux marquée depuis les origines par trois principes : interopérabilité, ouverture et principe de neutralité. Ce dernier principe affirme qu'il ne doit pas y avoir de discrimination sur la façon dont les données y circulent. Les débats ont émergé en réaction aux actions d'opérateurs de télécommunication souhaitant modifier les législations publiques pour introduire de nouvelles grilles tarifaires permettant d'offrir des services spécifiques en fonction du paiement. La coalition *Save the Internet* – dont

l'objectif est de défendre le principe de neutralité des réseaux – a réussi à mobiliser 1,6 million de citoyens par une pétition électronique, dont près de 60 000 ont contacté leur représentant au Congrès. L'année 2007-2008 sera importante car l'autorité de régulation américaine (*US Federal Communications Commission*) prendra sans doute une décision en cette matière. [Voir aussi l'article « *La révolution numérique et l'avenir des industries culturelles.* »]

Références

E. Auchard, « Google signs software deals in two African nations », Reuters, San Francisco, 19 mars 2007

(<http://www.reuters.com/article/technologyNews/idUSN1929294120070320>)

Amnistie Internationale, « LIBERTÉ D'EXPRESSION. Yahoo ! Microsoft, Google et cie complices de la censure », *Agir Express*, 4 (7), 28 juillet 2006
(http://www.amnistie.ca/images/stories/section_documents_archives/listes/agirexpress/AgirEXPRESS_v4_no7.htm)

F. Benhamou, J. Farchy, *Droit d'auteur et copyright*, La Découverte, Paris, 2007.

O. Bomsel, *Gratuit! Du déploiement de l'économie numérique*, Gallimard, Paris, 2007.

V. Bonneau, M. Gensollen, eds, « Web 2.0 : The Internet as a Digital Common », *Communications & Strategies*, 65, IDATE, 2007.

B. Cassin, *Google-moi. La deuxième mission de l'Amérique*, Albin Michel, Paris, 2007.

C. Leblanc, « Faut-il avoir peur de Google ? », *Courrier international*, 19-25 octobre 2006 (http://www.courrierinternational.com/article.asp?obj_id=67282)

A. Martin, *L'Age de Peer. Quand le choix du gratuit rapporte gros*, Village Mondial, Paris, 2006.

D. Olivennes, *La gratuité, c'est le vol*, Grasset, Paris, 2007.

S. Proulx, L. Poissant, M. Sénécal, édés, *Communautés virtuelles : penser et agir en réseau*, Presses de l'université Laval, Québec, 2006.

Revue *Réseaux*, « Autopublications », 24 (137), Paris, 2006.

Revue *Réseaux*, « Les blogs », 24 (138), Paris, 2006.

E. van der Vlist, « Web 2.0: Mythes et réalités », 2005-2006 :
(<http://xmlfr.org/actualites/decid/051201-0001#N586>)

Sites Internet

1. **EUCD.info (mobilisation contre la loi DADVSI en France):**
<http://eucd.info/presentation>
2. **Save The Internet (en faveur du « Network Neutrality »)**

<http://www.savetheinternet.com/>

3. **Laboratoire de communication médiatisée par ordinateur (LabCMO)**

<http://cmo.uqam.ca>