

Informatique & Bible, asbl - Belgique
Rue de Maredsous, 11 B5537 Denée - Belgique
Tél:+32(0)82.69.96.47 Fax:+32(0)82.22.32.69
cib@cibmaredsous.be



Interface n° 2000/80 1er trimestre 2001

Millia 2001 - Cannes, 11-14 février

Cette foire, en sa 7e année, avait choisi comme titre “ Le marché international des contenus interactifs ”. Cela donne le ton de l'évolution des douze derniers mois : le besoin de “ contenus ” devient urgent maintenant que l'interactivité électronique passe sur toutes les plates-formes et les unit. Effectivement, on ne sait plus très bien si l'application qui nous est montrée se trouve sur le disque dur d'un PC (Windows, Linux ou Mac), si elle est sur un CD ou un DVD, si elle arrive d'un serveur par Internet ou par un canal de TV interactive. Microsoft, présent sur tous les frontons du Palais des Festivals de Cannes, l'était aussi à travers un grand nombre de start-ups qui vantent l'utilisation du DIRECTX, son programme de développement d'applications interactives en ligne (presque uniquement des jeux). Mais la présence la plus volontairement voyante était celle du groupe Vivendi et de son patron Jean-Marie Messier.

Car ce sont les grands opérateurs de masse-médias (TV, radio) qui, avec les compagnies de téléphone, et souvent en association avec elles, sont en passe de prendre le contrôle de l'outil d'écriture électronique développé jusqu'ici par les informaticiens. À mesure que les outils informatiques deviennent banalisés et “ grand public ”, l'absence de contenus qui correspondent aux besoins du grand public se fait sentir. Où trouver ces contenus sinon chez ceux qui en créent pour des publics passifs qu'on va tenter de rendre actifs (interactifs) grâce à des techniques de jeu, de renvoi d'un média à l'autre ? Mais au prix de quelle concentration de pouvoirs médiatiques ? Et surtout, avec quels types de contenus ? Ceux de la médiocrité insipide de la plupart des programmes télévisés ?

L'outillage interactif “ grand public ” est maintenant disponible et les opérateurs croient que ce public est prêt à l'interactivité dont le boom de la téléphonie mobile peut être un indice : on veut communiquer, tout le temps, à tout propos. Comment, donc, remplacer les millions d'heures programmées sur des centaines de chaînes de TV sur le mode de la consommation passive, par un public interactif fidélisé ? Comment faire des téléspectateurs des télé-acteurs sans risquer de perdre le pactole lié à l'audimètre ? Les contenus de la grande jungle actuelle qu'est Internet sont-ils assez attractifs ?

Il ne semble pas. D'où la nécessité de faire appel aux spécialistes des “ jeux ” en tous genres et pour tous âges. Eux seuls savent comment rendre un “ client ” dépendant d'un service interactif. Dans votre animation interactive, soignez l'Ego, l'amour du succès (réussite) et le sexe et vous êtes assuré de “ faire du fric ”. Certains clients, même parmi des cadres (intelligents ?) viennent jusqu'à dix fois par jour sur votre site pour s'assurer qu'ils y sont toujours reconnus personnellement, qu'ils sont toujours les champions d'un jeu (et s'ils ne le sont plus, ils seront automatiquement prévenus sur leur téléphone mobile !) et que l'hôtesse ou l'hôte (future conquête possible, virtuelle plus souvent que réelle) continue d'exciter leurs phantasmes.

Outre la nécessité de former des “ psy ” du Net qui aideront ces drogués de l'interactivité à réatterrir dans le réel, on peut se demander s'il y a encore quelque sens du bien commun ou de la moralité publique derrière ces stratégies et stratégies guidés par le seul appât du profit maximum (parfois au détriment de pauvres gens) (1) ? Ne risque-t-on pas l'overdose ou l'obésité médiatique (2) ?

Parlons “ contenus ”. Toujours rien de “ religieux ” au Milia ? Divine surprise ! Pour la première fois, on nous propose quelque chose de religieux. Mais, signe des temps, dans cette foire proposée en terre de tradition chrétienne et où les principaux exposants ont des racines culturelles judéo-chrétiennes, cette première apparition du “ religieux ” vient sous la

forme de 3 CD-ROM (un support déjà dépassé ?) sur la vie et la doctrine du Bouddha. Il s'agit d'une création de Titus Leber (auteur de titres sur Vienne et Mozart) pour la Fondation Mae Fah Lang créée par la Princesse Mère du Roi de Thaïlande en vue de propager le message du bouddhisme. Où est le Dieu d'Abraham, de Jésus et de Muhammad ?

Petite consolation d'un double chauvinisme culturel et national : l'Institut des Arts de Diffusion de l'Université catholique de Louvain-la-Neuve a vu la réalisation de deux de ses premiers diplômés du cycle multimédia sélectionnée parmi les 15 "gagnants" du Concours des Jeunes Créateurs 2001.

Y avait-il, sinon du nouveau, au moins de l'original ? Peut-être ce jeu très interactif proposé par UBISOFT : un tapis de sol relié à un ordinateur est muni de contacts qui permettent d'imiter, en sautant et en dansant sur ses diverses parties colorées, la danse frénétique du singe du Livre de la Jungle, singe qui, lui, danse en face de moi sur un écran plat géant. On voit tout de suite toutes les utilisations positives de ce gadget qui obligera tous les bourgeois du salon électronique à se secouer le corps en rythme et à marquer des scores d'imitation meilleurs que ceux de leurs enfants !

Significatif et résumant bien l'image du futur médiatique déjà présent : le stand de Nokia. Il présentait le cadre chaleureux et simple d'un intérieur bourgeois : une salle de séjour avec un canapé face au mur où trônait d'un très grand écran plat. En dessous et des deux côtés de l'écran, une bibliothèque avec de beaux livres, mais également une imprimante-fax en couleur, un enregistreur-graveur de CD, DVD ou autres supports de stockage. Et, sur la tablette en-dessous de l'ordinateur ou sur la table basse entre le canapé et la bibliothèque : différents modèles de "zapettes" plus ou moins sophistiquées, allant jusqu'au petit clavier élégant et discret qui permet d'envoyer des messages en infrarouge aux processeurs de commande de l'écran interactif et de tous les outils périphériques. Les contenus de l'écran sont-ils de la télévision ? Est-on sur Internet ? Est-ce une application du P.C. caché dans la bibliothèque ? Impossible de le savoir. Et d'ailleurs, il s'agit d'un mélange car, pendant que l'on regarde un film sélectionné et payé sur une chaîne TV, on peut consulter en surimpression les cours de la bourse et, s'il y a un message sur le téléphone mobile, son contenu vient s'afficher, si je souhaite, dans un coin de l'écran !

Que voulez-vous de plus ?

Ah ! J'oubliais, en plus du e-content (il faut y lire en français "contenu électronique" et non le balbutiement du bébé : "est content" !), un des maîtres-mots de cette année au Milia, c'était les "communautés", entendez : les groupes d'adhérents (ou de drogués ?) d'un service interactif !

"Les mots sont au pouvoir du Souverain. Quand les mots changent de sens, l'Empire est en danger" (Confucius).

Yolande Juste

Webmaster, site www.cibmaredsous.be

(1) N'a-t-on pas créé une "nation virtuelle", la république de Lomar (www.republic-of-lomar.org) qui appâte des Africains à l'espoir d'une émigration pour un coût de 5 à 15 euros ? Qui dénoncera l'arnaque ? Qui pourra la condamner ? Qui remboursera les victimes ?

(2) Voir, en ce sens, l'article récent d'Umberto Eco: "L'existence comme carnaval permanent" dans La Repubblica et dans Courrier International, n° 537, 15-21 février 2001, p. 50. "Une des caractéristiques de la civilisation dans laquelle nous vivons, c'est la carnavalisation totale de l'existence !"

