

Avant-propos

La genèse de ce livre

Éric Le Ray

*À chaque révolution de société correspond
une révolution de support.*

Michel Serres

En septembre 2006, j'ai organisé à Montréal un colloque sur «La bataille de l'imprimé à l'ère du numérique». Cinq tables rondes, où étaient réunis professionnels et universitaires, furent alors formées autour de thèmes tels que l'imprimerie à l'ère du numérique, la situation de la presse quotidienne, le livre à l'heure de la convergence et le politique entre l'écrit et le virtuel. Les réflexions des intervenants et des membres du public permirent de couvrir l'ensemble des problèmes auxquels les différents secteurs de l'imprimé se heurtent au cours de la révolution numérique contemporaine. À la suite de ce colloque, j'ai pris conscience qu'au-delà du numérique et de l'impression à la demande, qui était une évolution normale de l'imprimerie, une révolution du support (par rapport au papier) encore plus radicale se préparait avec le papier électronique. Je décidai donc de m'inspirer du colloque en réunissant des articles de spécialistes de la chose imprimée et de mettre en perspective ces réflexions sur les bouleversements causés par l'arrivée du papier électronique (ou *papier*) sur le marché des communications et des nouvelles technologies de l'information.

La crise de la société Quebecor World inc., deuxième imprimeur mondial, en grande difficulté financière en 2008, est révélatrice de ce changement de paradigme vers la nouvelle économie. Aujourd'hui, à l'aube de l'ère du papier électronique, l'intégration verticale et horizontale introduite peu avant la mort du fondateur de Quebecor, Pierre Péladeau, par ses fils, Érik et

Pierre-Karl, se construit, avec la révolution numérique du «tout-en-un», autour de l'écran électronique, du téléordinateur, d'Internet et du sans-fil, non plus autour de l'imprimé. L'empire Quebecor, suivant en cela le modèle de convergence popularisé par Time-Warner-AOL, est devenu un conglomérat multimédia grâce à l'achat du câblodistributeur Vidéotron et du réseau de télévision TVA en 2000, et par l'addition de nouveaux médias dans le groupe (Internet avec Canoë, téléphonie résidentielle, puis mobile). Ces opérations vont permettre la création d'une nouvelle filiale, Quebecor Media, la seule qui soit bénéficiaire aujourd'hui et qui regroupe Vidéotron, TVA, les Publications TVA, deux des plus grands quotidiens, des hebdomadaires régionaux et des maisons d'édition. De plus, on note un glissement du mode «programmation» vers celui du «contenu», celui-ci devenant désormais un des éléments-clés de la réussite dans ce domaine. C'est là que la reconversion du groupe se joue et que le papier électronique comme interface finale aura une place à prendre.

Ce que révèle cette crise de Quebecor aujourd'hui, c'est aussi que chacun devient éventuellement son propre imprimeur, son propre diffuseur et émetteur d'information, son propre éditeur, qui sait? son propre entrepreneur. Mais dans cette révolution de support, que deviennent les journalistes, les salles de presse? Avec ces changements du contenant, qu'est devenu le contenu? L'information n'est pas gratuite et ne nous parvient jamais à nous d'une façon fortuite. Paul Cauchon du *Devoir* se demande si l'année 2008 sera marquée par l'explosion des publications indépendantes sur Internet. En tout cas, les projets se bousculent. Mais certains sont d'avis que très peu parmi les plates-formes de diffusion de l'ère Internet, même si elles se multiplient, proposent des reportages véritablement originaux (on ne parle pas ici de centaines de milliers de sites Internet où c'est l'opinion express et le point de vue tranché qui priment...). «Les sources d'information prolifèrent, mais les sources concernant les faits sur lesquels les opinions sont basées rétrécissent», souligne le chroniqueur du *Devoir*.

Au-delà de la révolution technologique, celle du support autour du papier électronique pose aussi le problème du modèle économique et des ressources financières, car Internet, qui coordonne autour de lui ce nouveau modèle économique, technologique et culturel, véhicule un modèle de communication individuel «hétérarchique» associé à une gratuité utopique et illusoire. Dans le secteur de la presse et de l'information, qui pourra jouer le rôle de vérificateur de source, d'enquêteur de faits et gestes

significatifs, de passeur de connaissances? Un rôle joué par le journaliste, mais aussi par le professeur à l'école ou à l'université, par le savant dans un centre de recherche. Que deviendra la presse d'information qui analyse, commente et interprète les événements, et est indispensable au bon fonctionnement démocratique de notre monde qui vit au jour le jour, sans rendre compte de l'épaisseur de la réalité? Cette problématique est la même dans l'imprimerie ou l'édition qui manque d'«éditeurs». Le rôle de médiateur semble se redéfinir à la dimension personnelle et individuelle et non plus à travers le corps d'un métier particulier qui implique des critères d'apprentissage et de compétences, et qui véhicule des valeurs éthiques d'objectivité. L'information qui devrait être la base de la connaissance et du savoir se heurte à la dictature de l'opinion, faillible, où chacun détient un morceau de la vérité et voit le monde par le petit bout de la lorgnette. La connaissance, elle, est universelle et vérifiable et s'associe le plus souvent à la «raison raisonnable», premier pilier de la démocratie, comme disait Habermas. La liberté individuelle semble centrale dans cette nouvelle réalité qui nous ouvre à un «univers à finalités ouvertes», dont nous essayons de dessiner les limites techniques, culturelles et morales à travers ce livre.

Nous voulons remercier pour leur aide et leur contribution à l'élaboration de ce livre ainsi qu'au colloque sur le même thème, «La bataille de l'imprimé à l'ère du numérique», les personnes suivantes: Jean-Marie Fecteau, titulaire de la Chaire Hector-Fabre d'histoire du Québec, et Robert Comeau, directeur de la programmation; Michel Cliche, Hélène Cloutier et Thérèse Marie Weis du Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques du Québec; l'Université de Sherbrooke et Mme Hamilton pour son service technique; Jacques Michon et son équipe; René Davignon, Karel Forestal et Linda Giroux de la Chaire de recherche du Canada en histoire du livre et de l'édition; Josée Vincent (présidente) et Isabelle Gagnon (secrétaire) de l'Association québécoise pour l'étude de l'imprimé (AQÉI); Frédéric Barbier de l'École pratique des hautes études; Hélène Blanchette, représentée par Serge Maisonneuve de la société Xerox Canada ltée; Jean de Bonville, du Groupe de recherche sur les mutations du journalisme de l'Université Laval; Paul-André Comeau, de l'École nationale d'administration publique; Louis Cauchy, directeur de la communication à la Fédération des travailleurs et travailleuses du Québec; Florian Sauvageau, du Centre d'études sur les médias; Claude Martin, du Département de communication de l'Université de Montréal; les professeurs Jocelyne Henen,

Guy Gingras et Benoît Pothier, et les élèves, Audrey-Ann Beaudry, Mélanie Charrette, Catherine Éthier-Renaud et Valérie Destroimaisons du Collège Ahuntsic; Christian Barbe, de l'Association des artisans des arts graphiques de Montréal; et enfin André Dion, de l'Institut des communications graphiques du Québec.