

MULTIMEDIA : quel avenir ?

PAR JACQUES DUFEU

Dans les milieux de la formation, le terme de multimédia inquiète ou rassure, interroge ou rebute, principalement parce qu'il est né d'une ambiguïté. En effet, les formateurs, les enseignants ont toujours utilisé des outils de communication, de transmission et de fixation des savoirs diversifiés. C'est dire que la pratique d'une pédagogie s'appuyant sur le multimédia est loin d'être une nouveauté.



On nous propose une version édulcorée du multimédia qui intégrerait les produits informatiques les plus sophistiqués couplés à une production d'images et utilisant des supports offrant de bonnes capacités de stockage et de diffusion. Ainsi, les constructeurs proposent des postes de travail "multimédia" qui ne sont que des images et du son pilotés par ordinateur. Cela signifie que le multimédia d'un principe a été réduit à une technique. Il s'agit bien d'une mutation qui, loin d'être anecdotique, entraîne des conséquences pédagogiques de grande ampleur.

L'OUTIL ET SON USAGE...

Cette version moderne du multimédia, sophistiquée mais paradoxalement appauvrie, est née de la rencontre des technologies de pointe avec une certaine

idée de rationalisation, d'optimisation de l'acte pédagogique. Partant du principe que les besoins en formation allaient croissant, "l'industrialisation" des actions de formation devenait la panacée. Or est-ce l'accroissement des besoins de formation (1) ou la nécessaire recherche d'un hypothétique retour d'investissement pour des produits complexes qui justifient la démarche d'industrialisation des technologies éducatives ? C'est pourtant autour du concept multimédia que les offreurs de produits de formation et les prestataires d'actions de formation vont partiellement se retrouver. Partiellement car leur intérêt commun pour le multimédia va rapidement s'étioler face à des logiques opératoires antagoniques, les uns privilégiant une approche du type technologique du multimédia, les autres une entrée de type pé-

dagogique. Ainsi vont être reproduits les clivages qui ont eu raison des autres mythes technico-pédagogiques (audiovisuel des années 60 et E.A.O. des années 80). Le prestige, l'objectivité apparente des outils informatiques, l'agressivité commerciale et le tapage médiatique qui accompagnent leur diffusion vont hypothéquer les chances d'une pratique cohérente et dédramatisée du multimédia. A partir de là tout va fonctionner comme si la complexité de la relation pédagogique, souvent niée par les responsables d'entreprises, s'estompait devant le miracle de la technologie. Comme si l'investissement formation, difficilement maîtrisable, délicat et diabolique se transformait en un simple investissement matériel, le rêve pour l'entreprise. Comme si les caractéristiques racoleuses du multimédia (flexibilité, personnalisation, rapidité, souplesse d'utilisation...) étaient inscrites dans ses gènes. Tout cela entretient donc la confusion entre l'outil et les conditions de son usage.

Un premier bilan d'étape dans le développement du multimédia pour la formation peut être établi. Les incitations nationales (appel d'offres de la DFP) fréquemment relayées par les différentes structures régionales ont favorisé l'émergence de projets centrés sur la réalisation de produits de type multimédia, renforçant ainsi l'idée que le multimédia se réduisait à un produit de formation fini, largement automatisé, quelque peu interactif, utilisable à distance, peu gourmand en accompagnement humain et d'une utilisation aisée quels que soient les publics visés.

DANS LES LABORATOIRES

Or, force est de constater que nombre de ces produits, séduisants dans leur ver-

sion-maquette, sont restés dans les laboratoires, faute d'avoir été conçus dans l'optique d'une démarche pédagogique préalablement définie. A de rares exceptions près (2), on assiste donc à une débâche technologique, fortement incitée par le type de financement alloué aux projets retenus lors des appels d'offre, au détriment de projets pédagogiques cohérents intégrant des outils multimédia pensés, choisis, développés dans le cadre du dit projet et en tenant compte des conditions de diffusion. Cette démarche techno-centrée est significative d'une fuite face aux problèmes pédagogiques, avec pour corollaire un renforcement du scepticisme des formateurs quant à l'intérêt du multimédia qu'ils identifient alors comme de l'E.A.O. ravalé.

POUR UNE MULTIMÉDIATISATION RAISONNABLE DE LA FORMATION

Il reste que le multimédia offre quelques perspectives intéressantes si

l'on veut bien se prémunir contre les discours des apprentis du tout technologique.

Il convient tout d'abord de dénoncer les financements des opérations qui font la part belle à l'investissement matériel et accréditent l'idée qu'à un problème pédagogique, il existe une réponse technologique. Les financements sensés seront ceux qui accompagneront les projets pédagogiques en intégrant, par exemple, les coûts liés à la montée en charge du projet. Trop souvent les financements s'arrêtent à la prise en charge du produit technologique fini sans se soucier d'un soutien pour la période délicate et coûteuse de l'application et du développement sur site. Il est effectivement plus aisé d'ajouter quelques milliers de francs sur une ligne budgétaire pour l'achat d'un lecteur C.D.ROM, que de mettre en place et faire financer une nouvelle organisation du travail dans la structure de formation.

La deuxième condition pour une mul-

timédiatisation réussie de la formation concerne la place réservée aux formateurs. On ne peut continuer à les considérer comme les faire-valoir d'une technique. Ils doivent être associés à la conception, à l'élaboration des produits et de leur condition d'utilisation, comme cela se pratique parfois en ingénierie des systèmes experts. Cela implique un rejet des "produits catalogues" et des systèmes "clefs en main". En un mot, il faut souhaiter une réhabilitation du projet pédagogique, le formateur en gardant la maîtrise d'œuvre. L'intégration des outils de communication les plus performants redevient ainsi un moyen pour le formateur et non une finalité.

1. Je préfère parler de repositionnement des besoins de formation.

2. Citons l'expérimentation de formation à distance conçue par le CNAI-Pays de Loire.



prix au numéro : 100 F
abonnements (4 numéros par an) :
340 F

rédaction et abonnements :
Ana de Staal
165, rue d'Alésia 75014 Paris
tél. : (1) 45 45 36 00
fax : (1) 45 45 43 97
sommaire des numéros parus
sur demande

distribution en librairie : DISTIQUE

CHIMERES

REVUE TRIMESTRIELLE DIRIGÉE PAR GILLES DELEUZE ET FÉLIX GUATTARI

a déjà publié :

Paul Virilio, Edgar Morin, Roger Gintis, Cornélius Castoriadis, René Schérer, Gilles Deleuze, Félix Guattari, Jean-Claude Polack, Raymond Bellour, Manoel de Oliveira, Radmila Zygouris, François Tosquelles, Pierre Lévy, Lucien Bonnafé, Daniel Percheron, Ilan Halevi, Isabelle Stengers, Claudie Cachard, Michel Balat, Marc Ferro, Antonella Salomoni, Danielle Sivadon, Véronique Nahoum-Grappe, Yves Buin, Otelo Saraiva de Carvalho, Marie Depussé, Richard Pottier, Paul Brétécher, Sélim Nassib, Michel Foucault, Louis Marin, Oreste Scalzone, Jean Oury...