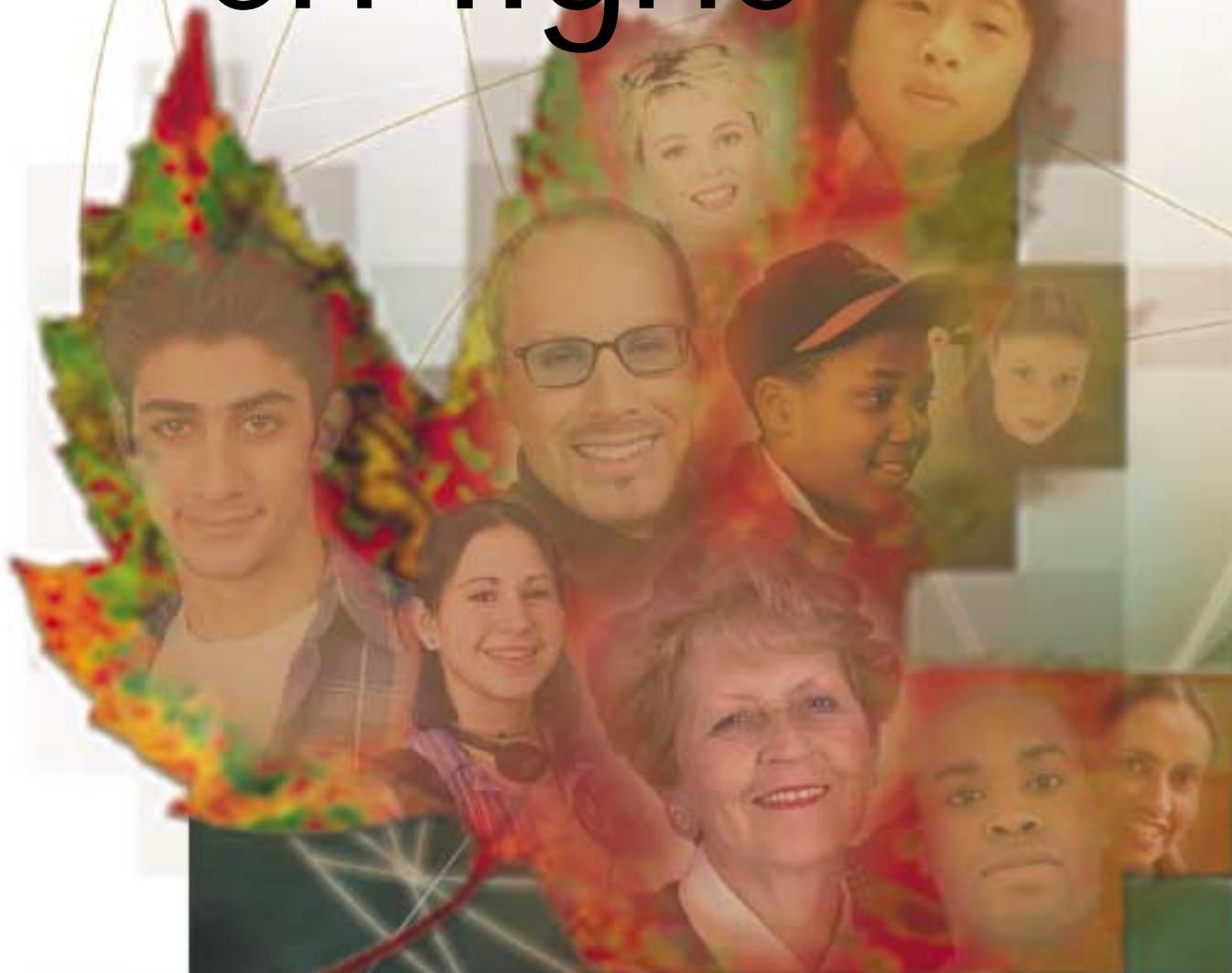


DÉCOUVRIR LE CANADA

La culture canadienne en ligne



UN RAPPORT DU COMITÉ CONSULTATIF NATIONAL



Cette publication est aussi disponible en format numérique sur l'Internet à l'adresse suivante :
http://www.patrimoinecanadien.gc.ca/progs/pcce-ccop/nab/index_f.cfm

Pour de l'information supplémentaire, veuillez composer sans frais le 1-866-900-0001
Courrier électronique : ccop-pcce@pch.gc.ca

Ce rapport a été financé par le ministère du Patrimoine canadien.
Son contenu représente l'opinion des auteurs et ne traduit pas nécessairement la politique ou
le point de vue du ministère du Patrimoine canadien ou du gouvernement du Canada

CH44-40/2003
ISBN : 0-662-67376-X

T A B L E D E S M A T I È R E S

5	Lettre du Président
8	La vision
9	Recommandations
13	Découvrir le Canada : la création d'un espace culturel dynamique en ligne
13	L'importance d'une présence canadienne en ligne
14	Une occasion à saisir
14	Le contenu : une question de choix
14	Une définition plus fine des priorités
15	L'avenir du contenu
15	L'avenir des médias numériques canadiens
15	Un lieu pour le contenu canadien
16	Commandites ou contributions d'entreprises?
17	La recherche sur le portail
17	Pourquoi des normes?
18	La protection des droits des artistes en ligne
18	En quête d'une norme
19	Le financement des normes
19	Idées à envisager à plus long terme
19	Ce que nous avons à gagner
20	Annexe A : Comité consultatif national sur la culture canadienne en ligne
21	Annexe B : Sous-comité du contenu et de l'innovation
22	Annexe C : Sous-comité des normes et de la recherche-développement
23	Annexe D : Sous-comité de la passerelle et de l'accès
24	Annexe E : Ministère du Patrimoine canadien et autres collaborateurs
25	Annexe F : Description des programmes
26	Annexe G : Statistiques

L'Honorable Sheila Copps
Ministre du Patrimoine canadien

Madame la Ministre,

Les Canadiens et Canadiennes sont de plus en plus nombreux à réaliser que l'Internet permet de nous rassembler, de mettre en valeur notre diversité culturelle et de nous relier au reste du monde. Il présente donc une grande valeur pour notre nation.

Cependant, même si le Canada est l'un des pays les plus « branchés » de la planète, il y a peu de contenu canadien accessible en ligne, et il est parfois difficile à trouver.

Conscient de cette situation, le gouvernement du Canada a décidé que les Canadiens et Canadiennes devaient s'entendre les uns les autres et faire entendre leur voix dans l'immensité virtuelle. Il était donc impératif de mettre la technologie de l'Internet au service des intérêts du pays, pour nous permettre, à nous Canadiens et Canadiennes, de partager nos histoires entre nous au lieu d'avoir à acheter celles que d'autres veulent nous vendre.

LA RÉACTION DU GOUVERNEMENT DU CANADA

Le 2 mai 2001, vous avez annoncé un financement de plus 500 millions de dollars au chapitre de la culture dans le cadre d'Un avenir en art, dont 108 millions de dollars sont allés au Programme de culture canadienne en ligne (PCCE). Dans le discours du Trône de 2002, Son Excellence Adrienne Clarkson a énoncé la politique du gouvernement dans cette déclaration :

Le Canada présente un modèle unique de citoyenneté, qui s'appuie à la fois sur la diversité et la responsabilité mutuelle. Ce modèle requiert que des efforts délibérés soient entrepris pour que les Canadiens se rejoignent au-delà de leurs différences, pour leur rappeler leur histoire et permettre que leurs voix diverses se fassent entendre. C'est ainsi que sera façonné le Canada que l'on veut. [...] Nous pouvons maintenant compter sur une génération de Canadiens qui ont grandi en naviguant sur l'Internet, une génération ouverte sur le monde, optimiste, que n'effraient ni le changement ni la diversité, et qui est désireuse de créer, d'innover et d'exceller. Ils sont convaincus qu'ils peuvent satisfaire leurs aspirations au Canada. Notre pays doit capter et utiliser cette énergie.

Votre Ministère a ainsi pu saisir la possibilité d'influer sur l'avenir de la culture en ligne et d'offrir aux Canadiens et Canadiennes davantage d'outils pour relier entre elles leurs collectivités et mieux les comprendre.

Dans le cadre de sa stratégie visant à promouvoir une présence proprement canadienne sur l'Internet, votre Ministère a institué le PCCE. Il s'agit, par ce programme, de travailler avec les créateurs artistiques, le secteur culturel, les collectivités et les institutions à produire un contenu culturel numérique et à le rendre accessible à la population canadienne, et ce, afin de mettre en valeur la richesse culturelle, historique, artistique et patrimoniale du pays. Il s'agit aussi d'assurer un accès significatif et transparent à un contenu qui favorise une meilleure compréhension du Canada et de sa grande diversité.

De plus, le PCCE privilégiait (et continue de privilégier) le financement de projets axés sur les jeunes, ainsi que de projets en collaboration qui établissent des partenariats entre les secteurs public et privé. Le financement offert par le PCCE soutient à parts égales les initiatives en français et en anglais.

L'ENTRÉE EN SCÈNE DU COMITÉ

Afin de vous aider, de même que les fonctionnaires de votre Ministère, à mieux garantir aux Canadiens et Canadiennes un choix accru de contenu culturel canadien diversifié qui soit accessible en ligne, et ce, dans les deux langues officielles, vous avez formé le Comité consultatif national sur la culture canadienne en ligne.

Madame la Ministre, vous m'avez nommé à titre de président du Comité, ainsi que 13 autres membres composant un échantillon représentatif de la diversité canadienne, ainsi que des utilisateurs, créateurs et producteurs de contenu et des universitaires. Ils partagent leurs connaissances et compétences des domaines de la culture et du patrimoine, du marketing, des médias numériques, de la propriété intellectuelle et de l'Internet (voir la liste des membres à l'annexe A).

Le Comité a bénéficié des travaux consacrés à la Stratégie sur la culture canadienne en ligne, instituée par votre Ministère en mai 2001. Un an plus tard, lorsque le Comité s'est mis au travail, votre Ministère avait établi un certain nombre de fonds (Annexe F) pour favoriser la numérisation et la création de projets en ligne. Il avait financé la planification d'une passerelle permettant de trouver du contenu culturel canadien sur l'Internet.

Dès le début de nos travaux, il nous est apparu clairement que vous teniez à être informée de tous les aspects de la politique et des programmes de Culture canadienne en ligne. Pour nous, cela signifiait, et signifie toujours, que nos responsabilités consultatives englobent tout ce qui touche le contenu et l'innovation, les normes, la recherche-développement et la passerelle. Par conséquent, Madame la Ministre, le Comité m'a chargé de vous assurer de notre intention de nous acquitter de notre tâche au mieux de nos capacités.

Madame la Ministre, comme vous, nous croyons au pouvoir du contenu numérique qui fait appel au sentiment d'appartenance des Canadiens et des Canadiennes, à la profondeur de notre culture et notre patrimoine et à la confiance en notre potentiel culturel. Toutefois, la question suivante a dominé nos discussions : l'ère de la numérisation nous offre-t-elle une possibilité de transposer le contenu dans le cœur et l'esprit des Canadiens et Canadiennes? La réponse nous est apparue clairement. Nous ne pouvons pas permettre que le contenu qui raconte nos histoires se perde dans l'immensité virtuelle. Il faut donc que le contenu touche les Canadiens et Canadiennes, qu'il soit régi par des normes adéquates et qu'il prenne appui sur un portail ou une passerelle qui nous mène au cœur de l'action.

C'est pour cette raison que je soulève la question suivante, qui nous préoccupe grandement. Il s'agit de la passerelle. Il est juste de dire que votre Ministère a conçu la passerelle, appelée *Culture.ca*, avec une contribution limitée de notre part. Par ailleurs, la question de la passerelle est compliquée par le fait qu'elle relève d'un sous-ministre adjoint différent de celui qui est responsable des autres éléments du PCCE. Compte tenu de ces deux facteurs, nous en sommes venus à nous interroger sur notre capacité de vous conseiller en matière de développement de la passerelle.

Après avoir étudié la question en profondeur, nous recommandons (recommandation 3) une solution au problème de la double compétence. Quant à la question de *Culture.ca*, notre objectif est de vous fournir les conseils qui permettront d'établir la meilleure passerelle possible, prenant appui sur des normes propices à l'établissement d'un lien entre le pouvoir du contenu et le public qui assurera notre avenir, en l'occurrence la jeunesse de notre pays.

Lors de sa première réunion, en mars 2002, le Comité a défini un Énoncé de vision (voir plus loin) et décidé d'établir trois sous-comités pour étudier en profondeur chacun des grands volets suivants, en portant une attention particulière aux besoins des francophones, des jeunes et des Autochtones :

1. Contenu et innovation : ce sous-comité conseille le Comité sur les priorités en matière d'élaboration du contenu, par exemple sur l'importance relative de la numérisation de documents existants et de la création du nouveau contenu et la façon de tenir compte des besoins des enseignants et enseignantes, des chercheurs, des jeunes, des entreprises et du public dans l'établissement des priorités pour le développement d'un contenu culturel numérisé.
2. Normes et recherche-développement : ce sous-comité conseille le Comité sur l'application de normes appropriées de façon que le contenu mis au point puisse être utilisé de manière transparente et significative, sous une forme compatible avec ce qui se fait dans d'autres secteurs, à l'échelle du pays et à l'étranger.
3. Passerelle et accès : ce sous-comité conseille le Comité sur la conception d'une passerelle Internet donnant accès au contenu culturel canadien ainsi que sur des questions précises comme la visibilité, le contenu, le filtrage du contenu offensant et la sécurité des enfants sur l'Internet.

La liste des membres des sous-comités figure aux annexes B, C et D. À mesure qu'il avançait dans ses travaux, le Comité a commencé à définir les sujets sur lesquels il devrait se pencher au cours de la deuxième année de son mandat, outre une intensification des activités des trois sous-comités. Nombre de ces sujets sont abordés dans les pages qui suivent.

Le Comité en est également arrivé à la conclusion qu'il lui serait impossible de respecter l'esprit de son *Énoncé de vision* et d'en atteindre les objectifs sans mettre sur pied un mécanisme d'administration et d'évaluation.

Il a en outre convenu de s'attaquer à de nouvelles questions, notamment l'aménagement de la passerelle à titre d'espace public libre de toute influence commerciale, la nécessité de voir à ce que la passerelle reflète toute la diversité du Canada, la familiarisation avec le nouveau média que constitue l'Internet, ainsi que la gouvernance du site (par exemple, la surveillance de la rédaction de contenu et le filtrage).

Le Comité se propose également d'étudier les répercussions sur la passerelle des lois et des politiques publiques en vigueur, par exemple l'interdiction des propos haineux inscrite dans le Code criminel, la protection des renseignements personnels et l'accès à l'information ou encore le bilinguisme officiel.

Le Comité se penchera aussi sur la recherche-développement (R-D) afin de cerner son rôle et les besoins en la matière, ainsi que de déterminer la pertinence et l'importance de la R-D dans l'élaboration du nouveau contenu. De plus, grâce à la R-D, il étudiera les référentiels de métadonnées, les outils de balisage et les outils de gestion des droits numériques, en tenant compte notamment de leur coût et de leur pertinence pour le secteur culturel canadien.

Le Comité voudrait favoriser le développement de riches collections contextualisées afin de donner un accès facile et rapide à une quantité d'information sur tout sujet précis de nature culturelle. Nous sommes également convaincus de notre devoir d'insister pour que le contenu financé par Culture canadienne en ligne touche tous les Canadiens et Canadiennes (et tout particulièrement les jeunes). Il est important que nous fournissions des conseils efficaces pour permettre à Culture canadienne en ligne de jouer un rôle actif de facilitation en vue de promouvoir l'exploration de sujets communs, la création de projets conjoints et le regroupement du contenu relatif aux questions importantes, dans le but de maximiser le rendement des investissements au profit des Canadiens et Canadiennes.

De plus, comme vous le savez, Madame la Ministre, plus que tout autre média, l'Internet permet aux Canadiens et Canadiennes représentant toute une gamme de collectivités, et en particulier aux jeunes, de partager leur culture en ligne. À cette fin, il est essentiel que Culture canadienne en ligne continue de travailler, en partenariat avec les institutions publiques, les organismes sans but lucratif et le secteur privé, à la création d'une masse critique de contenu qui reflète toute la diversité de l'histoire, de la société, de la culture et du patrimoine du Canada sur l'Internet.

CONCLUSION

Je tiens à remercier les membres du Comité et des sous-comités. Leur dévouement, leurs connaissances et leur enthousiasme ont fait de la mission que vous nous avez confiée, en qualité de ministre de Patrimoine canadien, une expérience des plus enrichissantes.

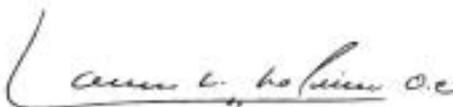
J'aimerais aussi, Madame la Ministre, exprimer ma reconnaissance au personnel affecté à ce projet, car son soutien et son professionnalisme nous ont été d'une aide précieuse.

Votre attachement à ce projet, à la vision et aux objectifs qui le sous-tendent, de même qu'à sa réalisation, a été pour mes collègues et moi-même une source d'inspiration et de motivation à poursuivre nos efforts afin que les Canadiens et Canadiennes puissent faire entendre leur voix dans l'immensité virtuelle.

Soyez assurée, Madame la Ministre, que nous sommes conscients de l'ampleur de la tâche qui reste à accomplir.

Simultanément, nous sommes fiers du chemin parcouru. Le rapport qui suit donne un aperçu du travail que nous avons effectué.

Je vous prie d'agréer, Madame la Ministre, l'expression de ma respectueuse considération.



Laurier L. LaPierre, O.C.
Sénateur
Président du Comité consultatif national
sur la culture canadienne en ligne

LA VISION

Le Comité consultatif national a préparé le présent *Énoncé de vision* afin de définir, dès le début de son mandat, comment il envisage son travail dans le cadre de Culture canadienne en ligne. L'ensemble de principes formulé dans cet énoncé exprime la vision globale que le Comité consultatif a de son travail, vision qui devrait aussi servir à unifier le travail des différents sous-comités. Au fur et à mesure de l'évolution des activités du Comité consultatif, il pourrait être nécessaire de revoir ces principes.

ÉNONCÉ DE VISION

Attendu que le Comité consultatif national sur la culture canadienne en ligne envisage la passerelle et l'accès en ligne comme un espace public vivant, dynamique et interactif offrant des vitrines en direct pour l'expression culturelle;

Attendu que la genèse créative de cet espace est constituée par la mémoire, le savoir et l'innovation;

Attendu qu'un tel espace public devrait faire ressortir la spécificité du Canada et s'efforcer de refléter le statut égalitaire de l'anglais et du français dans la société canadienne, accorder une place de premier choix à l'expression de la culture autochtone et établir des liens avec la diversité culturelle et la nature multiethnique du Canada;

Attendu que le contenu exposé sur la passerelle ou ailleurs doit relater l'expérience canadienne au cours des générations et permettre aux Canadiens et Canadiennes de se rapprocher de leur patrimoine culturel, ainsi que de la diversité du territoire canadien et de son peuple provenant de tous les milieux et de tous les coins du pays; et

Attendu que cet environnement en ligne a pour but de permettre aux Canadiens et Canadiennes, en particulier aux jeunes, de raconter, de créer et d'apprécier l'histoire du Canada, et de faire naître, au sein de la population, la fierté d'être Canadien ou Canadienne;

Les principes suivants guideront le travail du Comité consultatif national :

1. Miser avec audace sur la puissance du contenu pour combler le fossé numérique actuel sur les plans linguistique, socio-économique et géographique.
2. Favoriser l'innovation dans le contenu et, accessoirement, l'innovation dans les processus et les outils technologiques de création du contenu, tout en étant conscient de l'interaction entre ces innovations.
3. Réserver de l'espace à la numérisation de la mémoire physique existante pour rendre accessible le contenu archivé, tout en tenant compte de la nécessité de mettre en valeur la culture contemporaine et d'avant-garde.
4. Anticiper un avenir où la majorité des Canadiens et Canadiennes passent du temps à se divertir, s'impliquer et s'informer dans un environnement interactif.
5. Appuyer et promouvoir l'exploration, la création et la diffusion de contenu interactif qui :
 - a) est créé par des Canadiens et Canadiennes;
 - b) fait siennes l'innovation et les nouvelles formes de communication, d'expression et d'interaction;
 - c) consiste soit en nouveau contenu original, soit en une utilisation originale de contenu existant;
 - d) possède un public existant ou émergent parmi les Canadiens et Canadiennes et dans le monde;
 - e) met en relief notre espace public virtuel en reflétant qui nous sommes dans toute notre diversité et en nous aidant à mieux le comprendre.

6. Appuyer le développement d'une industrie du contenu canadien en ligne capable d'accéder à une viabilité commerciale durable sur le marché intérieur et à l'international; se pencher sur la commercialisation de contenu payant et gratuit, en tenant compte entre autres choses de l'image de marque, de l'identification et de l'établissement de publics et d'utilisateurs finaux.
7. Promouvoir la familiarisation avec ce nouveau média et l'amélioration des habiletés nécessaires à son exploitation.
8. Prévoir une interopérabilité et une transparence en ligne qui soient conformes à des normes internationales en évolution.

RECOMMANDATIONS

Sur le plan général,
nous recommandons ce qui suit.

1. Toutes les institutions culturelles fédérales devraient adopter *l'Énoncé de vision* et en appliquer les principes dans leurs propres politiques, programmes et activités, dans la mesure où ces derniers contribuent à Culture canadienne en ligne ou l'appuient.
2. Le Comité consultatif national sur la culture canadienne en ligne devrait demeurer en place jusqu'à la fin de la période de financement, le programme devrait être financé pendant encore cinq ans après la fin de cette période et il devrait faire l'objet d'un examen par la suite. Le gouvernement canadien devrait également augmenter le budget du programme pendant la durée de celui-ci.
3. Le Programme de culture canadienne en ligne (PCCE) et la passerelle devraient relever du même sous-ministre adjoint de Patrimoine canadien.
4. Le Comité devrait fournir des conseils à la Ministre a) sur la familiarisation des jeunes avec le nouveau média que constitue l'Internet et b) sur la gouvernance du site (p. ex., la surveillance de la rédaction de contenu et le filtrage).
5. Le Comité étudiera les répercussions sur la passerelle, ainsi que sur le contenu des projets financés par Culture canadienne en ligne, des lois et politiques en vigueur, par exemple l'interdiction des propos haineux inscrite dans le Code criminel, la protection des renseignements personnels et l'accès à l'information, ou encore le bilinguisme officiel. Il conseillera la Ministre en conséquence.
6. Étant conscient que la recherche-développement (R-D) joue un rôle clé dans sa vision, le Comité analysera les façons de mettre en œuvre un important programme de R-D qui bénéficierait aux créateurs culturels et à l'ensemble des Canadiens et Canadiennes. Il conseillera la Ministre en conséquence.
7. Au besoin, le Comité tiendra des réunions conjointes avec les sous-comités et les intervenants afin de présenter une perspective d'ensemble à tous ceux qui sont visés par le Programme de culture canadienne en ligne. Il informera la Ministre en conséquence.

En matière de contenu et d'innovation,
nous recommandons ce qui suit.

8. Le PCCE devrait modifier ses priorités de financement, dans le cadre de la répartition actuelle, de sorte que, d'ici 2006-2007, la majeure partie des fonds soit affectée au nouveau contenu et à des utilisations novatrices du contenu existant.
9. Dès que possible, le financement accordé actuellement au PCCE pour la création de

nouveau contenu et des utilisations novatrices du contenu existant devrait augmenter et de nouveaux programmes devraient être créés en conséquence.

En matière de normes et de recherche-développement, nous recommandons ce qui suit.

10. Le PCCE devrait réviser les lignes directrices actuelles sur les métadonnées (voir la définition et la description fournies dans le rapport), ce qui doit inclure des dispositions claires, dans les ententes de contribution, sur l'utilisation des métadonnées par le PCCE. Les bénéficiaires de financement devraient fournir leurs métadonnées gratuitement au PCCE.
11. Le financement attribué à un projet par le PCCE devrait tenir compte du coût lié au respect de ses lignes directrices sur les métadonnées.
12. Le PCCE devrait financer un « dépôt de métadonnées » qui permettrait aux Canadiens et Canadiennes de chercher des éléments de contenu sur la passerelle.
13. Patrimoine canadien devrait élaborer une politique de gestion des droits numériques qui expliquerait comment les questions de droits d'auteur seront traitées dans le cadre du PCCE. Le sous-comité des normes et de la recherche-développement devrait conseiller le Comité relativement aux critères sur lesquels devrait s'appuyer cette politique.
14. Patrimoine canadien devrait travailler en collaboration avec d'autres organismes nationaux et internationaux de normalisation afin que la perspective culturelle du Canada soit prise en compte dans l'évolution des normes et des spécifications. Le Comité consultatif national sur la culture canadienne en ligne devrait définir les objectifs. À cette fin, Patrimoine canadien devrait tenir compte de l'impact des travaux menés dans ce domaine par les organismes fédéraux et provinciaux.

En matière de passerelle et d'accès, nous recommandons ce qui suit.

15. La passerelle devrait s'articuler autour de quatre éléments :
 - a) la promotion, la présentation et la diffusion de contenu existant (comme sur les sites de Radio-Canada/CBC, des Archives nationales, des musées canadiens ou de l'Office national du film, par exemple);
 - b) la promotion, la présentation et la diffusion de contenu original, y compris celui qui a été financé par le PCCE;
 - c) la mise en place d'un environnement qui permette aux Canadiens et Canadiennes de suggérer et de fournir du contenu nouveau;
 - d) la mise en place d'un environnement qui permette aux Canadiens et Canadiennes, et tout particulièrement aux jeunes, de former des collectivités en ligne pour qu'ils puissent interagir avec leur propre culture.
16. La passerelle doit être au service de tous les Canadiens et Canadiennes. Nous recommandons en outre qu'on déploie des efforts sérieux pour susciter l'adhésion des jeunes Canadiens et Canadiennes.
17. Le Comité recommande aussi qu'on le consulte sur toute question touchant *Culture.ca*.



DÉCOUVRIR LE CANADA : LA CRÉATION D'UN ESPACE CULTUREL DYNAMIQUE EN LIGNE

L'Internet représente pour le Canada un moyen sans pareil de rapprocher ses diverses collectivités et de les relier au reste du monde. Il nous offre la possibilité de mettre en valeur toute la richesse des activités culturelles qui se déroulent aux quatre coins du pays et nous met davantage sur un pied d'égalité avec les produits culturels provenant d'autres pays, que ce soit sur leur propre marché ou sur le nôtre.

DÉCOUVRIR LE CANADA : LA CRÉATION D'UN ESPACE CULTUREL DYNAMIQUE EN LIGNE

En rendant nos histoires accessibles en ligne, nous aidons les Canadiens et Canadiennes à s'investir dans leur propre culture, tout en leur offrant une alternative canadienne sur l'Internet, qui risque autrement d'être accaparé par les valeurs et les idées émanant d'autres cultures. L'Internet joue un puissant rôle égalitaire. Le membre d'une collectivité inuite située au nord du cercle polaire pourrait, à

terme, bénéficier du même accès — et du même pouvoir culturel — que la personne branchée de Bay Street ou de la promenade Sussex.

L'IMPORTANCE D'UNE PRÉSENCE CANADIENNE EN LIGNE

Malgré la demande observée au Canada, il y a peu de contenu canadien accessible en ligne, et il est parfois difficile à trouver. Cependant, le fait même que l'Internet soit encore un jeune média laisse au Canada la possibilité d'exercer son influence sur l'utilisation de l'Internet par les Canadiens et Canadiennes et de faire de nos histoires autant de points d'ancrage face au déferlement de contenu étranger.

On ne saurait trop insister là-dessus. Nous devons maintenant revendiquer un espace public où nos valeurs et notre identité puissent s'exprimer au mieux, de façon que les Canadiens et Canadiennes se retrouvent en ligne. Nous devons mettre la technologie de l'Internet à notre service pour qu'elle nous permette de partager nos histoires. Ce ne serait pas la première fois que nous exploiterions la technologie pour promouvoir nos intérêts : nous l'avons fait au XIX^e siècle dans l'espace terrestre avec le chemin de fer Canadien Pacifique, puis au XX^e siècle dans l'espace hertzien avec Radio-Canada. Nous devons faire de même en ce XXI^e siècle dans l'espace virtuel.

Nous devons nous demander quel genre d'Internet nous voulons pour nos enfants. Pensons seulement au type de médias que nous aurions aujourd'hui si nos parents n'avaient pas appuyé, entre autres choses, Radio-Canada, le CRTC, l'Office national du film et les règles sur le contenu canadien à la radio.

Après avoir déployé tant d'efforts pour nous constituer une identité, nous devons absolument garder la maîtrise de notre culture et assurer notre emprise sur ces bits et ces octets qui servent de plus en plus à l'élaboration d'un contenu culturel.

LE CANADA PAYS BRANCHÉ

Les Canadiens et Canadiennes ont adopté avec enthousiasme le nouveau média qu'est l'Internet. Selon comScore Media Metrix Canada, le nombre de Canadiens et Canadiennes qui utilisent l'Internet chez eux est passé de 11 949 000 en mai 2000 à 16 906 000 en janvier 2003, soit une hausse de 41 p. cent.

On constate en outre une demande de produits culturels accessibles en ligne. Selon un sondage Ekos, 36 p. 100 d'entre nous ont cherché de l'information culturelle sur, par exemple, des concerts, des pièces de théâtre ou des expositions. Toujours selon cette étude, 58 p. cent des Canadiens et Canadiennes appuient les investissements gouvernementaux dans des programmes favorisant la création d'un contenu canadien en ligne plus abondant, et 81 p. cent des utilisateurs de l'Internet jugent important que les outils en ligne donnent la priorité au contenu canadien. Fait à noter, 49 p. cent des utilisateurs canadiens de l'Internet mentionnent qu'une forte présence canadienne est un facteur très important dans le choix d'un moteur de recherche ou d'un portail.

UNE OCCASION À SAISIR

L'honorable Sheila Copps a accordé une attention toute particulière aux jeunes Canadiens et Canadiennes. Alors même que des fonds publics sont dépensés dans le cadre de divers programmes afin d'appuyer la création de contenu, diverses questions se posent. Comment cette stratégie sert-elle les citoyens? Quel contenu est pertinent pour les Canadiens et Canadiennes? Quels projets méritent d'être soutenus? Que faut-il et qui faut-il financer en priorité? Comment permettre aux Canadiens et Canadiennes de raconter leurs histoires?

Patrimoine canadien vise trois objectifs pour Culture canadienne en ligne :

1. bâtir une masse critique de contenu en français et en anglais;
2. susciter des conditions propices au développement et à la croissance d'un marché en ligne qui ne soit pas géré par l'État;
3. constituer un auditoire.

Nous avons donc besoin de ressources publiques pour aider les créateurs culturels à produire et à diffuser du contenu en ligne afin d'offrir un espace public dynamique sur l'Internet, un lieu qui illustre la culture canadienne dans toute sa diversité et donne accès à la mémoire existante numérisée, à du nouveau contenu créé sous forme numérique ainsi qu'à des façons créatrices d'utiliser le contenu existant.

Cela fait intervenir des questions complexes d'architecture, telles que l'interopérabilité, l'accessibilité, la navigabilité, la sécurité et les normes, mais elles peuvent être gérées. Nous devons toutefois nous pencher sur un certain nombre de questions clés. Dans quelle mesure cet espace sera-t-il public? Quand doit-on offrir un accès libre et quand doit-on en exploiter le potentiel commercial? L'accès et la participation seront-ils démocratiques? Qui devrait être le « conservateur » — à supposer que cela soit nécessaire — de cet espace?

LE CONTENU : UNE QUESTION DE CHOIX

En raison même de la richesse de notre culture, une stratégie en matière de contenu oblige à faire des choix dans l'utilisation de fonds publics limités. Faire des choix signifie notamment déterminer ce qu'on veut privilégier. Le Canada valorisant la diversité, nous voulons évidemment que celle-ci soit reflétée dans le contenu numérisé. Le Canada étant un pays bilingue, nous voulons que ce contenu serve aussi bien les francophones que les anglophones, d'autant plus que le Web devient de plus en plus multiculturel et multilingue.

Cependant, le Comité tient avant tout à ce que le contenu numérisé interpelle les jeunes. Ce sont eux qui utilisent le plus l'Internet. En outre, ce sont eux

qui grandiront avec les médias numériques à mesure qu'ils prendront une place accrue dans notre vie. Ce sont les jeunes qui « parlent l'Internet » le plus couramment et qui constitueront la prochaine génération de décideurs en ligne.

Le Comité a donc déterminé que les ressources publiques limitées dont on dispose devraient servir à aider les Canadiens et Canadiennes à explorer, à créer et à partager un contenu interactif qui réponde à ces critères :

1. ce contenu est créé par des Canadiens et Canadiennes.
2. il fait siennes l'innovation et les nouvelles formes de communication et d'interaction.
3. il est novateur et original ou constitue une utilisation novatrice et originale d'un contenu actuel ou archivé.
4. il attirera un public existant ou émergent au Canada et ailleurs dans le monde.
5. il met en valeur notre espace public en témoignant de notre identité et de notre diversité et en nous aidant à mieux les comprendre.

UNE DÉFINITION PLUS FINE DES PRIORITÉS

Le PCCE a grandement contribué à présenter directement aux Canadiens et Canadiennes leurs propres histoires. Le projet La toile et les jeunes aide les enfants et les adolescents à utiliser l'Internet de façon sûre, avisée et responsable. Des réalisations intégrant les nouveaux médias comme *Degrassi.tv*, *Angela Anaconda* et *Mia la souris* ont fait leur marque à l'échelle mondiale, tout comme des projets tels que *l'Encyclopédie canadienne*. Ce ne sont que quelques exemples des projets exemplaires financés jusqu'à maintenant par l'entremise de Culture canadienne en ligne.

La réussite de projets tels que ceux-ci, des demandes supérieures aux fonds disponibles pour la création de contenu et le temps consacré par les Canadiens et Canadiennes à la consultation de contenu en ligne témoignent de la valeur de cet investissement. De tous ces points de vue, les résultats sont positifs et encourageants. Le Comité consultatif national sur la culture canadienne en ligne est fermement convaincu que le PCCE doit être maintenu, et même renforcé.

Cela dit, le Comité estime qu'il y a peut-être moyen d'utiliser à meilleur escient les fonds du programme, certains types de projets servant mieux que d'autres notre vision. Le sous-comité du contenu et de l'innovation a été chargé de cette analyse. Comment les fonds sont-ils utilisés à l'heure actuelle? Le sous-comité a évalué la répartition actuelle des fonds à la lumière des critères mentionnés à la section précédente. Il n'a pas examiné des programmes

de financement en particulier, mais plutôt l'ensemble des ressources consacrées aux domaines suivants :

1. la création de contenu, ce qui englobe le contenu novateur numérisé dès le départ, l'utilisation novatrice d'éléments de contenu existants et les activités de marketing et de distribution de projets;
2. l'amélioration de l'accès au contenu existant (au-delà d'un simple catalogage), en fonction de la demande actuelle ou prévue;
3. les coûts d'administration, ceux de la passerelle et les coûts liés à l'établissement d'un milieu propice appuyant la création de contenu grâce à la R-D, aux métadonnées et à l'affranchissement des droits d'auteur.

À l'heure actuelle, 27 p. cent des fonds du PCCE sont consacrés à la création de contenu, 45 p. cent à l'amélioration de l'accès et 28 p. cent aux autres frais.

Le sous-comité a examiné cette répartition à la lumière de l'*Énoncé de vision*. Le Comité est d'avis qu'il importe d'appuyer financièrement les activités visant à accroître l'utilisation de contenu existant par les Canadiens et Canadiennes, mais qu'il faudra modifier progressivement l'équilibre en faveur de la création de contenu.

C'est le nouveau contenu, de même que les nouvelles utilisations du contenu existant, qui permet de tirer le meilleur parti de la « langue » des médias numériques et des possibilités qu'ils offrent, car il est conçu dès le départ en fonction de celles-ci. Le nouveau contenu permet d'épouser l'évolution de la demande du public, de la nature du contenu culturel et de la technologie des médias numériques.

L'AVENIR DU CONTENU

Le Canada doit impérativement devenir un chef de file en appuyant la création d'un contenu qui établira une solide présence canadienne en ligne. Il faut modifier les priorités de financement du PCCE, dans le cadre de la répartition actuelle, de sorte que, d'ici 2006-2007, la majeure partie des fonds soit affectée au nouveau contenu et à des utilisations novatrices du contenu existant. Le Comité définira le financement qu'il convient de consacrer à la création de nouveau contenu et aux utilisations novatrices du contenu existant. Au cours de la prochaine année ou d'une période plus longue, le sous-comité aimerait également :

1. analyser l'information disponible et déterminer les questions qui justifient des recherches plus poussées;
2. évaluer le rôle de la R-D et les besoins en la matière;
3. formuler des recommandations sur de nouveaux programmes de financement qui

pourraient être plus conformes aux priorités et étudier plus en profondeur les possibilités de dynamiser les industries culturelles en place par des collaborations avec l'industrie du contenu interactif;

4. déterminer les autres éléments de l'*Énoncé de vision* qui doivent être expressément pris en compte dans l'établissement des priorités en matière de contenu (comme les besoins des jeunes, des francophones, des Autochtones et des autres composantes de la diversité canadienne);
5. cerner les possibilités d'intégrer le contenu des institutions des secteurs public et privé et des organismes sans but lucratif, ainsi que de créer du nouveau contenu;
6. définir plus clairement le point où l'amélioration du contenu existant est synonyme de création de contenu;
7. déterminer si les fonds du PCCE sont utilisés conformément à l'*Énoncé de vision*.

L'AVENIR DES MÉDIAS NUMÉRIQUES CANADIENS

Tout comme les artistes cherchent constamment de nouvelles formes d'expression, les ingénieurs, techniciens et scientifiques inventent les « toiles » qui servent de support à la création artistique. Le Comité croit que les Canadiens et Canadiennes doivent innover, sur le plan tant artistique que technologique.

En ce qui concerne les médias numériques, le Canada affiche déjà un bilan impressionnant en matière de R-D, en particulier dans les techniques d'animation, de cinématographie et de multimédias. Le Comité est d'avis que les chercheurs et les artistes canadiens doivent poursuivre la recherche et le développement d'outils, de capital intellectuel et de compétences dans les secteurs culturels. Le Comité appuie sans réserve les Canadiens et Canadiennes à cet égard.

UN LIEU POUR LE CONTENU CANADIEN

La culture canadienne en ligne est une chose, mais encore faut-il savoir où la trouver. Les portails ou passerelles Web aident les utilisateurs à trouver l'information qu'ils cherchent en regroupant au même endroit les liens qui mènent à cette information. Une passerelle peut également servir de vitrine pour le contenu que les gens créent.

C'est pour cette raison que le Comité consultatif national sur la culture canadienne en ligne a mis sur pied le sous-comité de la passerelle et de l'accès afin d'étudier les moyens de créer un espace public vigoureux, dynamique, interactif, unique en son genre et accessible à toute la population canadienne, où le contenu culturel canadien en ligne puisse être facilement trouvé, partagé et mis en relief. La passerelle sera un de ces outils, un site où les

Canadiens et Canadiennes pourront trouver et découvrir les produits culturels les uns des autres. La passerelle envisagée assurera la visibilité et l'accessibilité du contenu culturel canadien en direct. Par conséquent, le Comité espère que, avec le temps, les Canadiens et Canadiennes à la recherche d'information culturelle en viendront à consulter d'abord la passerelle.

Cette passerelle sera un espace où les Canadiens et Canadiennes pourront trouver non seulement ce qu'ils désirent, mais aussi ce dont ils ignoraient l'existence et qui les intéresse. Il s'agit de beaucoup plus que les simples outils de recherche comme Google. Alors que les moteurs de recherche sont passifs, la passerelle à laquelle pense le Comité jouera un rôle actif de promotion et de diffusion de contenu original.

La passerelle sera un lieu de rencontre où les Canadiens et Canadiennes pourront partager leur vision personnelle de la culture canadienne. Elle ajoutera aussi de la valeur au contenu présenté en offrant une expérience unique, qui prendra la forme d'une carte routière et permettra ensuite à chaque utilisateur de personnaliser le site en fonction de ses propres besoins.

Afin de jouer un rôle proactif, la passerelle devra être appuyée par des ressources humaines, technologiques et financières suffisantes. Ce n'est qu'à cette condition que la passerelle sera un lieu de rencontre et un lieu d'innovation, plutôt qu'un simple centre de diffusion de l'information. C'est pour toutes ces raisons que le Comité est convaincu de l'importance capitale que revêtent la création, la promotion et le maintien de cette passerelle.

DE L'AGORA AU MAIL

Dans l'antiquité grecque, l'agora était le lieu de rassemblement des citoyens. Les marchands y rencontraient leurs clients et les gens d'un peu partout venaient y échanger des idées et tenir des débats. Au Moyen Âge, la foire a remplacé l'agora. C'était encore un lieu de négoce, mais aussi un endroit où les gens de différents pays pouvaient échanger leurs idées.

Les espaces commerciaux ont toujours été propices au contact, à l'interpénétration et au développement des cultures. Nombre de nos plus grandes formes d'expression culturelle sont issues du brassage d'idées que favorisent les aires publiques et commerciales. Né dans le Congo Square, à la Nouvelle-Orléans, le jazz combine la musique africaine inscrite dans la mémoire des anciens esclaves à la musique européenne jouée par les Créoles de la Louisiane.

De nos jours, par contre, le commerce a pris le pas sur la culture. Les centres commerciaux sont des aires exclusivement privées, soumises au contrôle étroit de leurs propriétaires. Le débat public qui animait autrefois l'agora est expressément interdit dans la plupart des centres commerciaux modernes.

Le Comité envisage quelque chose de différent. Au lieu de privatiser l'espace public, il veut reléguer le commerce à l'arrière-plan dans la partie du Web qui représente le Canada. Il croit que le gouvernement peut créer un espace public en ligne où la culture canadienne pourra exister par elle-même, même s'il reconnaît que le commerce et la culture peuvent parfaitement cohabiter ailleurs.

COMMANDITES OU CONTRIBUTIONS D'ENTREPRISES?

Le Comité estime qu'au fur et à mesure que nous établirons des relations avec les entreprises qui fournissent du contenu et avec les organismes qui parrainent des produits culturels, il faudra s'assurer d'aménager un espace public, et non une plate-forme servant à aiguiller les internautes vers des tiers annonceurs.

De nombreux moteurs de recherche vendent aux annonceurs un meilleur rang d'apparition, recourant carrément à un système d'enchères. Pour attirer les recettes dont ils ont désespérément besoin, certains sites Web empruntent à la télévision et au cinéma leurs trucs de placement de produits. Tout comme certains films d'action contiennent en fait une série d'annonces de produits, de nombreux sites Web « intègrent » subrepticement, en les faisant passer pour les leurs, des éléments de contenu provenant de tiers. De par leur nature même, les dépenses publiques échappent à toute motivation commerciale. Le gouvernement peut mettre l'argent des citoyens au service de leur culture.

Bref, le Comité croit que cette passerelle délimitera dans l'espace virtuel un périmètre indiquant clairement que notre culture reflète nos valeurs, et que celles-ci ne sont pas à vendre. En d'autres termes, il ne sera pas question, sur la passerelle, de monnayer un espace ou un traitement préférentiel. Le Comité entrevoit plutôt un partenariat avec d'autres entités en mesure d'offrir aux Canadiens et Canadiennes des produits culturels qu'ils apprécieront, c'est-à-dire des produits qui méritent d'être vus.

Le Comité est disposé à accepter le principe des dons des sociétés pour financer la passerelle, mais dans un véritable esprit de philanthropie.

Il ne sera pas question, sur la passerelle, de vendre le contrôle de notre contenu.

LA RECHERCHE SUR LE PORTAIL

À mesure que le PCCE financera du nouveau contenu et la mise en valeur du contenu existant, nombre de ces nouveaux éléments de contenu seront reliés à la passerelle afin que tous les Canadiens et Canadiennes puissent y avoir accès.

Cependant, plus il y aura de contenu, plus il sera difficile de s'y retrouver. Une page Web est comme une carte d'affaires tombée sur le trottoir en plein cœur de Montréal. Il se pourrait que quelqu'un la trouve, mais les chances sont minces.

Ce qu'on appelle le code source d'une page Web ressemble à ceci : `<meta name="dc.title" content="Introduction au site officiel du gouvernement du Canada | Site du Canada">`.

C'est là un exemple des métadonnées qui aident les moteurs de recherche à trouver le contenu que vous cherchez. Si l'on compare le Web à une vaste bibliothèque, les métadonnées en constituent le catalogue. L'opération qui consiste à associer des métadonnées à une page s'appelle le « balisage ». Les métadonnées facilitent la recherche et l'utilisation des pages Web. Toutefois, cela ne se limite pas au Web. Il existe d'autres sortes de métadonnées, et le sous-comité des normes et de la recherche-développement a examiné nombre d'entre elles. En fait, on peut utiliser des métadonnées pour décrire à peu près n'importe quel type d'objet numérique. Les métadonnées peuvent même servir à classer des clips musicaux MP3 et des photos prises à l'aide d'un appareil numérique.

Les métadonnées permettent à un créateur de classer des objets numériques d'après leur nom, leur description, leur catégorie et bien d'autres critères encore. Non seulement les normes qui régissent les métadonnées aident à trouver plus vite les objets numériques, mais elles améliorent la qualité de la recherche. Si l'on cherche une chanson parlant de Louis Riel, on peut mettre en œuvre plusieurs stratégies de recherche. S'il existe de multiples métadonnées, un plus grand nombre de ces stratégies produiront le résultat escompté.

POURQUOI DES NORMES?

Les nouveaux médias comportent de nombreuses normes, afin que les gens puissent visualiser le même contenu de la même manière, peu importe le matériel ou le logiciel utilisé. Les normes sont essentielles à l'accessibilité et au

partage constants du contenu canadien numérique, aujourd'hui et demain. Les normes constituent un ensemble de conventions techniques et sociales communes qui nous permettent de communiquer, d'exprimer, de trouver et d'échanger du contenu numérique avec le plus grand nombre de personnes possible. Le PCCE devrait faire en sorte que, grâce à la prise en compte des questions relatives aux normes dans le cadre de Culture canadienne en ligne, le contenu produit et numérisé dans le cadre du programme soit accessible, apprécié sur les marchés canadien et étrangers, et destiné à un large auditoire.

Si les normes sont importantes dès aujourd'hui pour le PCCE, leur rôle est tout aussi essentiel à long terme. À travers les époques, les normes ont conféré aux biens et services une valeur supérieure à celle que leur donnait leur destination initiale. Nous avons aujourd'hui d'innombrables normes héritées du passé qui facilitent un usage novateur des biens et des services et, ainsi, améliorent notre vie.

L'HEURE NORMALE

L'heure normale est l'une des normes auxquelles on pense rarement. Il fut un temps où chaque ville avait son propre « fuseau horaire ». Tant que le cheval était le moyen de transport le plus rapide, cela ne posait pas de problème. Cependant, avec l'apparition du chemin de fer, il devenait possible de traverser plusieurs villes en une seule journée. Sandford Fleming, un Canadien, travaillait comme arpenteur pour le Canadien Pacifique lorsqu'il prit conscience du chaos que cela causait. Il mit alors au point le système de l'heure normale. En 1884, la communauté internationale adopta le principe des 24 fuseaux horaires, consacrant la vision de Fleming.

L'avènement de l'heure normale n'a pas seulement aidé les trains à respecter l'horaire. Il a engendré toutes sortes de gains d'efficacité, surtout en cette ère de communications de masse, où nous devons savoir l'heure qu'il est à l'échelle du globe.

L'heure normale a aussi une dimension sociale. Lorsqu'on voyage, on planifie son itinéraire en fonction des heures de départ et d'arrivée. En fait, toute norme comporte une certaine dimension sociale. Les normes servant à nous simplifier la vie, elles s'inscrivent dans un contexte culturel défini par les décisions que nous prenons quant à la façon dont nous voulons vivre.

Dans le contexte des nouveaux médias, la normalisation s'applique à la communication, à l'expression, à la recherche et au partage des idées culturelles.

Le Comité doit veiller à ce qu'il en soit de même pour le contenu culturel canadien numérique. Il doit voir à ce que, grâce à des normes appropriées, le contenu numérique canadien soit disponible par exemple pour faciliter l'apprentissage de nos jeunes dans le cadre de l'enseignement en ligne, à ce qu'il puisse être commercialisé lorsque des débouchés particuliers se présentent et à ce que la culture canadienne contemporaine soit accessible aux générations futures, qui pourront en apprécier l'importance historique.

Aux yeux du Comité, l'emploi de normes dans le cadre du PCCE apportera un certain nombre d'avantages et répondra aux besoins suivants :

1. Les normes rendront accessible le contenu numérique produit grâce au PCCE et amélioreront la qualité de la recherche du contenu canadien en ligne.
2. Les normes diversifieront les utilisations possibles du contenu, rendant ainsi l'investissement plus rentable.
3. Les normes élargiront le marché du contenu culturel canadien et amélioreront la compétitivité du Canada sur la scène internationale.
4. Les normes faciliteront les échanges et l'utilisation équitables du contenu numérique canadien et permettront de réaliser des économies dans le monde tant réel que virtuel.

LA PROTECTION DES DROITS DES ARTISTES EN LIGNE

Une question importante en matière de normes est celle des droits numériques. Les Canadiens et Canadiennes ont entendu parler de la controverse suscitée par le téléchargement d'œuvres musicales à partir de sites comme Napster. Tandis que ces échanges de fichiers entre pairs prennent de l'ampleur grâce à l'accélération des connexions à large bande, les gens ont commencé à télécharger d'autres types de contenu, notamment des images et même des séquences filmées numérisées. La reconnaissance optique de caractères permet déjà de numériser les œuvres littéraires.

Les artistes veulent protéger les droits qu'ils ont sur leurs œuvres lorsque celles-ci sont proposées en ligne. La gestion des droits numériques offre la possibilité de s'acquitter de manière économique des droits d'auteur. À moins que les droits d'auteur ne soient respectés, tant en ligne qu'ailleurs, il sera impossible aux artistes canadiens de demeurer en activité. Le Comité veut parvenir à un juste équilibre entre le droit qu'a un artiste de contrôler l'accès à son œuvre, d'une part, et un modèle économique permettant des échanges efficaces et équitables, d'autre part.

En ajoutant des métadonnées sur les droits d'auteur, il sera plus facile d'en vérifier l'existence et d'acquitter

les redevances rémunérant l'utilisation du contenu trouvé sur la passerelle, par exemple. Les métadonnées peuvent indiquer à quelles conditions l'artiste autorise l'usage de son œuvre. Ainsi, il pourrait en permettre l'utilisation gratuite aux enseignants, mais exiger d'être rémunéré pour l'usage d'une image ou d'un poème à des fins commerciales.

EN QUÊTE D'UNE NORME

Plus il est facile d'utiliser une norme, plus les gens sont enclins à s'en servir. C'est pourquoi le Comité doit assurer le plus large accès public, par exemple, aux métadonnées créées par les gens pour leurs objets numériques. Ces dernières devraient être regroupées dans un « dépôt de métadonnées » qui pourrait notamment servir à chercher le contenu de la passerelle.

L'accessibilité doit être mesurée par rapport aux besoins de divers intervenants. Par exemple, le Comité veut concilier le besoin des utilisateurs d'effectuer des recherches de qualité et la nécessité pour le fournisseur de gérer le coût de saisie des métadonnées.

Le Comité ne rédigera pas de nouvelles normes. En fait, on pourrait soutenir que les médias numériques sont déjà assujettis à trop de normes. Le Comité cherchera plutôt des façons de simplifier les normes pour que les artistes, qui sont plus à l'aise dans le domaine des émotions que dans les protocoles du Comité W3, puissent répertorier leurs œuvres sans peine.

C'est pourquoi le Comité cherchera des normes à la fois faciles à appliquer et présentant la plus grande interopérabilité, c'est-à-dire permettant une compatibilité maximale. De façon générale, le secteur culturel ne s'est pas exprimé sur la question des normes techniques. Le rôle du Comité est de fournir des conseils sur les meilleures façons de donner aux intervenants et aux utilisateurs une voix au chapitre à mesure qu'on élabore des normes. Cela aide les utilisateurs à prendre conscience de ce qui leur convient, en tenant compte des objectifs d'accessibilité et d'interopérabilité. Le Comité collabore avec l'ensemble des utilisateurs de manière à faciliter la mise en œuvre et le financement de normes, la mise au point d'outils, l'analyse des coûts et des avantages ainsi que des courbes d'apprentissage.

Le Comité n'est toutefois pas seul à s'intéresser aux normes des nouveaux médias. Les organismes provinciaux y réfléchissent également, tout comme des organisations internationales et, en fait, d'autres organismes fédéraux tels qu'Industrie Canada et le ministère de la Défense nationale. Le Comité demande à Patrimoine canadien de collaborer avec toutes ces entités, y compris le Conseil des ministres de l'éducation du Canada et Canarie (un organisme

sans but lucratif créé pour favoriser le développement de l'Internet), afin que la culture canadienne contribue à façonner ces nouvelles normes et que les Canadiens et Canadiennes ne soient pas oubliés.

Nous devons aussi penser à la façon dont les gens auront accès au contenu de la passerelle non seulement en 2003, mais dans plusieurs décennies. Autant nous pouvons encore lire les ouvrages imprimés par Gutenberg, autant nous voulons permettre à nos lointain descendants de savoir qui nous étions et en quoi nous croyions.

LE FINANCEMENT DES NORMES

Puisque nous parlons du coût de mise en œuvre des métadonnées, soulignons qu'il n'est pas négligeable.

Le Comité estime que les ententes de contribution devraient comporter une certaine réciprocité. D'une part, les bénéficiaires devraient s'engager à ajouter des métadonnées aux œuvres qu'ils créent grâce aux deniers publics. D'autre part, le Comité convie que les ententes devraient prévoir des fonds supplémentaires pour permettre de s'acquitter des exigences en matière de métadonnées. Il croit en outre qu'il lui incombe de rendre la chose aussi simple et économique que possible.

Le Comité estime toutefois que les avantages des métadonnées ne sont pas uniquement d'ordre public. Le balisage des objets numériques permet de contrôler l'usage des œuvres visées par des droits d'auteur, ce qui ouvre des possibilités de commerce électronique. Il se pourrait que le métabalysage s'autofinance.

Étant donné que le PCCE appuie l'établissement d'un environnement propice à la création de contenu, le Comité se penchera aussi sur le financement à long terme et réfléchira aux partenariats intersectoriels stratégiques susceptibles de bonifier les sommes investies et de minimiser les coûts à long terme pour le secteur public.

IDÉES À ENVISAGER À PLUS LONG TERME

Le sous-comité s'est intéressé surtout aux normes techniques, mais d'autres types de normes ont aussi une incidence sur la passerelle. Par exemple, à mesure que la production d'objets culturels numériques destinés aux jeunes et à l'apprentissage augmente, le Comité doit aborder la question de la convenance du contenu.

Il doit également se pencher sur les besoins des personnes handicapées qui accèdent au Web par l'entremise de technologies d'aide. Dans le cadre de son initiative de normalisation des sites Web, le gouvernement du Canada a établi un ensemble de normes visant à assurer aux Canadiens et Canadiennes un accès équitable au contenu des sites Web du gouvernement fédéral. À titre de site Web du gouvernement, la passerelle

devra respecter ces normes. Il faudra toutefois étudier comment ces normes s'appliquent au contenu de la passerelle.

D'autres questions liées aux normes retiennent également l'attention du Comité. Les normes applicables aux métadonnées continueront d'évoluer parallèlement à la technologie. Comment veiller à ce que le contenu créé grâce au programme demeure pertinent et soit compatible avec des technologies nouvelles telles que l'ordinateur de poche ou le téléphone cellulaire donnant accès à l'Internet?

En raison du temps et des ressources limités dont il dispose, le Comité a décidé d'aborder ces questions dans le cadre de ses travaux à plus long terme sur la gouvernance. Il aimerait par exemple examiner un mécanisme consultatif sur le contenu pour que l'Internet soit un lieu sûr pour les Canadiens et Canadiennes de tous âges.

Le Comité veut aussi que le contenu qu'il appuie soit pertinent pour les Canadiens et Canadiennes. Comment savoir ce que les gens veulent? Comment mesurer le « succès »? Les normes de qualité, outre celles dont il a été question, devront être toujours plus rigoureuses.

CE QUE NOUS AVONS À GAGNER

En ces quelques pages, le Comité a tracé une voie qui ne se limitera pas à transmettre la richesse culturelle et patrimoniale du Canada en direct, mais qui permettra également aux Canadiens et Canadiennes d'interagir et de contribuer à ce patrimoine. Ce rapport a montré qu'au-delà d'une simple bibliothèque du passé, l'Internet peut préfigurer ce que l'avenir nous réserve.

Le Comité a examiné comment la passerelle pouvait servir d'assise à l'échange dynamique d'idées entre les Canadiens et Canadiennes de régions, de groupes ethniques et de groupes d'âge différents. Le rapport a aussi abordé les questions techniques nécessaires pour nous assurer que la passerelle fera ce que nous voulons qu'elle fasse.

À long terme, le Comité envisage un espace culturel où il n'y aurait pas de frontière entre le monde physique et le monde virtuel que nous habitons. Le Comité entrevoit un espace habité par les histoires, les expressions et le patrimoine du Canada. Le Comité s'attend à ce que plus de la moitié des expériences culturelles en ligne des Canadiens et Canadiennes soient liées à la culture canadienne et à ce que de plus en plus de gens dans le monde découvrent et apprécient le Canada en ligne. Le Comité entrevoit la passerelle comme le début d'une aventure excitante qui évoluera au même rythme que les jeunes. Une fois que la passerelle ouvrira ses portes, nous découvrirons de nouveaux mondes à explorer. Il est temps de partir à l'aventure.

Comité consultatif national sur la culture canadienne en ligne

MEMBRES

Président
L'Honorable
Laurier L. LaPierre, O.C.
Sénat du Canada

M^{me} Kathy Baldwin
Directrice
École Miramichi, District 16

M. Avie Bennett
Président
McLelland & Stewart Ltd

M^{me} Denise Chong
Auteure

M. Hervé Fischer
Artiste et philosophe

M^{me} Carol Geddes
Auteure et cinéaste

M. Roger Gervais
Président-directeur général
Centre international pour le développement
de l'inforoute en français

M. Leif Storm Kaldor
Président
Tyndal Stone Media Inc.

M^{me} Roma Khanna
Vice-présidente
SNAP Media

M. Pierre Langelier
Président-directeur général,
Institut du commerce électronique

M^{me} Noni Maté
Codirectrice
7th Floor Media

M. Jacques Nantel
Professeur titulaire
École des Hautes Études
Commerciales de Montréal

M^{me} Donna Skelly
Présidente-directrice générale
News4Hamilton.com

M. Ron Wakkary
Professeur agrégé
Simon Fraser University

OBSERVATEURS

M. Andrew Bjerring
Président et chef de la direction
CANARIE

M^{me} Caroline Davis
Sous-ministre adjointe
Services ministériels,
Affaires indiennes et du Nord

M. David Fransen
Sous-ministre adjoint
Secteur de l'industrie
Industrie Canada

M. Paul Cappon
Directeur général
Conseil des ministres
de l'Éducation (Canada)

M. Jamshed Merchant
Directeur général
Direction générale des cyberservices,
Patrimoine canadien

Sous-comité du contenu et de l'innovation

MEMBRES

Présidente

M^{me} Roma Khanna

Vice-présidente

SNAP Media

Vice-président

M. Leif S. Kaldor

Président

Tyndal Stone Media

M^{me} Kathy Baldwin

Directrice

École Miramichi, District 16

M^{me} Denise Chong

Auteure

M^{me} Tanya Claessens

Producteur

Kutoka Interactive (SODEC)

M. Earl Hong-Tai

Directeur des multimédias

Téléfilm Canada

M^{me} Valerie Hussey

Présidente

Kids Can Press

M. Mark Hyland

Directeur

Groupe des nouveaux médias

CBC Television

M. Pierre Langelier

Président et Directeur général

Institut du commerce électronique

L'Honorable

Laurier L. LaPierre, O.C.

Sénat du Canada

M^{me} Alice Mansell

The Mansell Group

M. Maurizio Ortolani

Producteur de nouveaux médias

Centre national des Arts

M. Stephen Stohn

Vice-président exécutif

Epitome Pictures Inc.

Sous-comité des normes et de la recherche-développement

MEMBRES

Président

M. Ron Wakkary
Professeur associé
Simon Fraser University

Vice-présidente

M^{me} Donna Skelly
Présidente et directrice générale
News4Hamilton.com

M. Pierre-Yves Blain
Directeur,

Coordination et développement
Nouveau Médias
Société Radio-Canada

M. Wayne Clark

Directeur
Unlimited Digital Communications

M^{me} Carol Cooper

Directrice générale
Société collective
de retransmission du Canada

M^{me} Ann Davis

Présidente
International Council Of Museums,
Directrice,
Nickle Arts Museum

M. Roger Gervais

Président et directeur général
Centre international pour le
développement de l'inforoute en français

M. Douglas MacLeod

Directeur de projet
Netera Alliance Biosciences

M^{me} Marianne McLean

Agente principale de planification
et de politiques
Archives nationales du Canada

M^{me} Hélène Messier

Directrice générale
COPIBEC

M. Walter Stewart

Vice-président
Marketing international
et Éducation, SGI

OBSERVATEURS

M^{me} Susan Baldwin

Directrice principale
Opérations
CANARIE

M. Yuri Daschko

Application d'apprentissage multimédia
Industrie Canada

M^{me} Lois Hawkins

Sous-ministre adjointe
Division de l'information
et des services stratégiques
Alberta Learning

M^{me} Patricia Young

Gestionnaire
Programmes Professionnels,
Réseau canadien d'information
sur le patrimoine Patrimoine canadien

Sous-comité de la passerelle et de l'accès

MEMBRES

Président
M. Jacques Nantel
Professeur titulaire
École des Hautes Études
Commerciales de Montréal

Vice-Président
M. Hervé Fischer
Artiste et philosophe

M^{me} Denise Chartrand
Vice-présidente
Marketing
Destina.ca

M^{me} Martha Collyer
Directrice
Commerce électronique
Cossette Interactif

M^{me} Carol Geddes
Auteure et cinéaste

M. Louis Kearns
Représentant de la jeunesse
Université McGill

M^{me} Noni Maté
Codirectrice
7th Floor Media

M. David Vogt
Vice-président
Technologie
New Media Innovation Centre
(NewMIC)

OBSERVATEURS

M. Ian F. MacArthur
Gestionnaire
Planification stratégique
Affaires indiennes et du Nord

M. Jamshed Merchant
Directeur général
Direction générale des cyberservices
Patrimoine canadien

M. Vladimir Skok
Directeur
La passerelle *Culture.ca*
& l'Observatoire culturel canadien
Patrimoine canadien

Ministère du Patrimoine canadien et autres collaborateurs

REPRÉSENTANTS DE PATRIMOINE CANADIEN

M^{me} Quân Lisa Pham
Gestionnaire
Secrétariat du Comité national
sur la culture canadienne en ligne

M^{me} Lenorah Johnson
Coordonnatrice
Sous-comité des normes,
de la recherche et du développement

M^{me} Silva Tanguay
Coordonnatrice
Sous-comité du contenu
et de l'innovation

M^{me} Julie Tousignant
Coordonnatrice
Sous-comité de la passerelle et de l'accès

M^{me} Lucie Joncas
Adjointe administrative
Secrétariat du Comité national
sur la culture canadienne en ligne

AUTRES REPRÉSENTANTS MINISTÉRIELS

M^{me} Susan Peterson
Sous-ministre adjointe
Secteur des affaires culturelles

M. Norman Moyer
Sous-ministre adjoint
Secteur des affaires publiques
et communications

M. René Bouchard
Directeur général
Culture canadienne en ligne

M^{me} Ruth Bacon
Directrice
Politique de la culture
canadienne en ligne

AUTRES COLLABORATEURS

M. Alfred Dupuy
Concepteur-graphiste
Tartar design graphique inc.

M. Gilles Gamas
Président et chef de la direction
Société Gamma inc.
Traduction

M. Paul Paquet
Rédacteur
Cornerstone Word Company

Description des programmes

PROGRAMME	DESCRIPTION	BÉNÉFICIAIRES
FONDS MÉMOIRE CANADIENNE	Faire connaître aux Canadiens leur patrimoine diversifié et leur donner accès aux principales collections des institutions culturelles patrimoniales du Canada.	Les organismes culturels fédéraux qui détiennent les biens culturels et patrimoniaux.
FONDS DES PARTENARIATS	Encourager les réseaux d'organismes de tout le Canada à numériser le contenu culturel.	Bibliothèques, archives, municipalités, organismes sans but lucratif.
FONDS DES NOUVEAUX MÉDIAS DU CANADA	Appuyer l'élaboration, la production et la mise en marché du contenu culturel canadien numérisé dans les deux langues officielles. Administré par Téléfilm Canada.	Les compagnies privées canadiennes.
FRANCOMMUNAUTÉS VIRTUELLES	Mettre au point des applications et du contenu culturel en ligne en français. Administré par Industrie Canada.	Organismes francophones sans but lucratif, éventuellement en partenariat avec des organismes du secteur privé.
FONDS DES NOUVEAUX MÉDIAS D'APPRENTISSAGE CANADA-TELUS	Supporter le développement, la production et le marketing du contenu culturel numérisé lié au programme canadien d'éducation de la maternelle à la 12 ^e année. Programme à frais partagés administré par la Fondation TELUS.	Fondations canadiennes et éditeurs détenus et exploités par des intérêts canadiens.
CULTURE.CA (PORTAIL)/ OBSERVATOIRE CULTUREL	<i>Culture.ca</i> permettra à tous les citoyens d'accéder en ligne aux ressources culturelles et au matériel didactique, de faire l'expérience des œuvres des créateurs canadiens et de participer à des communautés en ligne pour échanger des points de vue sur diverses questions. L'Observatoire donnera accès aux décideurs et aux intéressés du secteur culturel canadien à des renseignements qui font autorité sur l'activité culturelle partout au Canada et à l'étranger.	Tous les Canadiens.
PORTAIL DES AUTOCHTONES DU CANADA	Fournir plus de 7 500 liens vers de l'information pour les Autochtones du Canada et au sujet de ceux-ci.	Ministère des Affaires indiennes et du Nord canadien et six organismes autochtones nationaux.
MUSÉE VIRTUEL DU CANADA	Créer un musée virtuel qui reliera 1 000 musées canadiens en ligne et créer du contenu numérisé pour lui. Administré par le Réseau canadien d'information sur le patrimoine (RCIP).	Musées et organismes du secteur public ou privé.
FONDS DU DROIT D'AUTEUR ÉLECTRONIQUE	Améliorer la gestion des droits d'auteur dans un environnement numérique en facilitant l'affranchissement des droits en ligne.	Organismes privés et sans but lucratif appuyés par les collectifs de droits d'auteur, les agences ou les producteurs.
PROGRAMME DE RECHERCHE APPLIQUÉE SUR LES MÉDIAS INTERACTIFS	Stimuler l'innovation dans les secteurs de la culture et des nouveaux médias du Canada; promouvoir la recherche et le développement dans le domaine des médias interactifs. Programme à frais partagés administré par CANARIE inc.	Artistes oeuvrant dans les nouveaux médias, organismes culturels et artistiques, PME, institutions universitaires et établissements de recherche.
FONDS DES RÉSEAUX DE RECHERCHE SUR LES NOUVEAUX MÉDIAS	Stimuler la création de consortiums d'organismes partenaires (institutions privées, sans but lucratif, universitaires, et de recherche) pour faire de la recherche et du développement au point de rencontre des technologies de la culture et du contenu.	Organismes canadiens, y compris les PME du secteur privé, les instituts de recherche non gouvernementaux, les universités et les organismes artistiques et culturels à but non lucratif.

Statistiques

ACCÈS À BANDE LARGE (TOUS LES TYPES)

- 45 p. cent des ménages branchés disent avoir un accès Internet haute-vitesse.
- 82 p. cent des Canadiens qui vivent en région rurale ont un accès commuté, comparativement à 46 p. cent des ménages urbains.

(Source : « The ISP Marketplace », dans le cadre de l'étude « Repenser l'autoroute de l'information », Summer Update Series, Ekos Research, 2002)

NOMBRE DE MINUTES PAR VISITEUR PAR MOIS

Selon comScore Media Metrix, le nombre de Canadiens qui fréquentent l'« univers des médias numériques » via l'Internet, à partir de la maison, est passé de 11 949 000 en mai 2000 à 15 583 000 en avril 2002, soit une hausse de 30 p. cent. L'augmentation substantielle du temps que les Canadiens passent en ligne, une fois qu'ils sont en communication, montre bien la valeur qu'ils accordent à l'Internet dans leur vie de tous les jours. Au cours des 23 mois de suivi continu, les Canadiens ont augmenté le temps qu'ils passent en ligne dans une proportion impressionnante de 70 p. cent, soit de 513 minutes par visiteur par mois à 872 minutes par visiteur par mois.

(Source : « Canadian Internet users log on by the millions... and stay on! », communiqué, comScore Media Metrix Canada, 14 juin 2002)

RECHERCHE DE RENSEIGNEMENTS SUR LE CANADA

Au cours des douze derniers mois, 45 p. cent des utilisateurs de l'Internet du Canada ont cherché au moins une fois, et jusqu'à quatre fois, des renseignements de nature générale sur le Canada; 36 p. cent ont cherché au moins une fois, et jusqu'à quatre fois, des renseignements relatifs à la vie culturelle canadienne (par exemple : concerts, pièces de théâtre, expositions d'art ou musées), et 35 p. cent ont cherché au moins une fois, et jusqu'à quatre fois, des renseignements portant sur des sites, événements ou personnages historiques du Canada.

(Source : « Repenser l'autoroute de l'information », Ekos Research 2002)

IMPORTANCE DU CONTENU CANADIEN EN LIGNE

Au total, 81 p. cent des utilisateurs de l'Internet croient qu'il est important que le contenu canadien ait la priorité parmi les ressources utilisées sur l'Internet; 35 p. cent sont d'avis que cela est très important.

(Source : « Repenser l'autoroute de l'information », Ekos Research, 2002)

SATISFACTION À L'ÉGARD DE L'INFORMATION CULTURELLE EN LIGNE

Au total, 77 p. cent des utilisateurs de l'Internet qui ont cherché de l'information culturelle canadienne en ligne ont indiqué qu'ils étaient satisfaits des renseignements qu'ils ont trouvés.

(Source : « Repenser l'autoroute de l'information », Ekos Research, 2002)

CONTENU EN FRANÇAIS DANS L'INTERNET

Selon le sondage EKOS « Repenser l'autoroute de l'information » de 2002 :

- 66 p. cent des Canadiens qui ont accédé à l'Internet en français ont déclaré avoir eu de la difficulté à trouver de l'information. Il s'agit d'une baisse de 7 p. cent par rapport à 2000, année où la proportion était de 73 p. cent.
- 61 p. cent des Canadiens qui ont accédé à l'Internet en français ont déclaré trouver plus d'information maintenant qu'il y a deux ans; 17 p. cent ont déclaré en trouver « beaucoup plus ».
- 57 p. cent des Canadiens qui ont accédé à l'Internet en français ont déclaré que la qualité des données était meilleure qu'il y a deux ans.
- 38 p. cent des Canadiens qui ont accédé à l'Internet ont indiqué qu'ils utiliseraient l'Internet plus souvent s'il était plus facile de trouver des sites en français.

(Source : « Ekos Research », « Repenser l'autoroute de l'information », 2002)