

**Révolution : les nouvelles dimensions de l'information**

*Mitch Lazar, vice-président du département «Wireless and Emerging Technology», Turner Broadcasting Systems International*



# Révo!

**Mitch Lazar**

*Vice-président du département «Wireless and Emerging Technology»,  
Turner Broadcasting Systems International*

Les premiers téléphones mobiles ont révolutionné la manière dont CNN réalise sa collecte d'informations.



# ution

La télévision mobile est bel et bien là ! Les spécialistes se demandent à présent quand cette technologie, atteignant sa maturité, va devenir un outil intéressant à utiliser.

La plupart des intervenants du marché de la télévision en Grande-Bretagne nouent des partenariats avec des opérateurs et d'autres acteurs du secteur des télécommunications et entreprennent divers projets liés aux technologies mobiles : utilisation de messages de type SMS dans le flux de diffusion ou distribution de leurs chaînes vers des appareils mobiles.

Ce phénomène laisse à penser que le secteur de la télévision se trouve peut-être à l'aube d'une évolution de grande ampleur. Jamais les consommateurs n'ont eu la possibilité de changer aussi radicalement leurs habitudes à tous les niveaux.

Le 1<sup>er</sup> juin 1980, à la naissance de CNN, la collecte de l'information était réalisée d'une manière très différente.

La téléphonie mobile est probablement le facteur qui a transformé radicalement ce secteur d'activité. Aujourd'hui, nous pouvons contacter immédiatement nos équipes, où qu'elles se trouvent.

Nous pouvons aussi recevoir des images de manière quasi instantanée.

Dans les années quatre-vingt, seul le bon vieux téléphone fixe constituait le principal moyen de communication.

Ce n'est qu'en 1994 que nous avons commencé à équiper nombre de nos journalistes de téléphones mobiles. La taille de ces appareils posait cependant problème : ils étaient terriblement encombrants, il fallait donc un sac pour les transporter avec leur batterie. De plus, la qualité et la couverture du réseau étaient encore peu satisfaisantes.

Au fil des années, la taille des téléphones est passée de celle d'une brique à celle d'un paquet de cigarettes. Tout au long de cette transition, les téléphones mobiles ont radicalement changé la manière de collecter l'information, et ce pour l'ensemble des organismes de radiodiffusion.

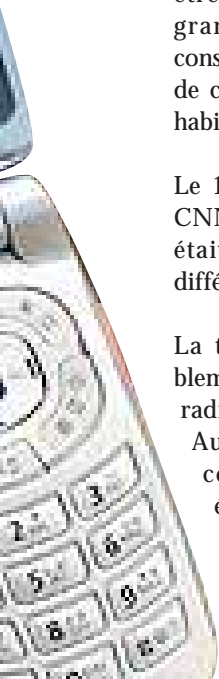
Le facteur déterminant a été le développement du réseau GSM vers la fin des années quatre-vingt-dix. Grâce à la couverture GSM existant en Europe, en Asie et dans certaines régions d'Amérique du Nord, CNN a pu atteindre ses journalistes sur le terrain, et depuis nous pouvons

contacter instantanément nos équipes, où qu'elles se trouvent, même si aucune caméra n'est présente sur les lieux d'un événement. Un simple appel téléphonique au siège permet à nos reporters de rendre compte de l'évolution d'un événement.

Pour le tsunami de l'hiver dernier, CNN a utilisé de nombreuses photos prises par les survivants au moyen de leur portable. Cette catastrophe marque un tournant quant à l'utilisation de la technologie mobile dans la collecte de l'information.

Dans la mesure où le secteur de la téléphonie mobile devrait poursuivre son développement fulgurant, les organismes spécialisés dans la diffusion d'actualités pourront utiliser la technologie mobile pour réaliser des reportages en direct sur les lieux de l'événement. C'est ce qui se fait au Japon et en Corée, où, en appelant un numéro spécial, les journalistes peuvent rendre compte de l'actualité directement de l'endroit où ils se trouvent, grâce à leur portable.

Avec le développement de la technologie vidéo, ce type de reportage devrait s'imposer également en Europe et en Amérique du Nord. Cette évolution devrait donner naissance à un nouveau type de contenu, généré par l'utilisateur, dont



on parle déjà souvent. Cette nouvelle dimension interactive ouvre d'immenses possibilités. En effet, la transmission en direct de téléphones mobiles permettra aux utilisateurs témoins d'un événement d'en diffuser immédiatement des images.

## La fin des cabines

L'une des dernières nouveautés technologiques aux confins de la technologie mobile et de la télévision a débarqué sur le marché britannique le mois dernier, lorsque les sociétés Nokia, mm02 et NTL ont entamé à Oxford les expérimentations de leur technologie DVB-H (Digital Video Broadcast – Handheld), penchant mobile de la TNT. Les cinq cent utilisateurs de ces essais pourront suivre sur leurs portables seize chaînes de télévision, parmi lesquelles Cartoon Network, Sky, CNN et Discovery.

Cette technologie promise à un bel avenir devrait constituer une percée déterminante dans le domaine de la télévision sur mobile.

Le système DVB-H s'appuie sur la même norme que celle utilisée par certaines plates-formes de TNT, comme Freeview.

Cette technologie présente l'avantage de permettre aux utilisateurs de regarder des chaînes de la télévision numérique sur leur mobile, avec une excellente qualité d'image et à la vitesse de vingt-cinq trames par seconde.

Les modifications apportées à la norme ont pris en compte le degré d'autonomie des appareils mobiles, préoccupation qui n'avait pas lieu d'être pour les décodeurs Freeview.

Plus on se familiarise avec le système DVB-H, mieux on comprend que cette percée technologique suscite un grand enthousiasme.

En effet, on peut désormais parfaitement posséder un téléphone



mobile doté de toutes les fonctions de communication actuelles et qui permette également de visionner instantanément la télévision.

Si l'on ajoute cette possibilité aux services mobiles existants, on est en mesure d'élaborer des plans d'affaires axés sur des produits comme les alertes par SMS envoyées aux abonnés en cas d'actualité brûlante. Les émissions TV de divertissement seront conçues en fonction de la nouvelle dimension interactive qu'il sera possible de leur conférer et la connectivité multidimensionnelle sera mise à profit pour attirer de nouveaux publics. La principale question est la suivante : dans quelle mesure les utilisateurs de téléphones mobiles souhaiteront-ils regarder la télévision sur des écrans aussi petits que ceux des portables ?

Les enfants de 10 ans ne savent rien de la vie à l'époque où les foyers ne possédaient qu'une ligne de téléphone fixe ; ils ignorent qu'il y a quelques années encore seules cinq chaînes de télévision étaient distribuées et que leurs aînés n'ont jamais connu les consoles de jeux ou la Sony PlayStation portable...

Les enfants d'aujourd'hui consomment les médias d'une façon radicalement différente. Ils grandissent entourés d'écrans de toute taille, ceux des téléphones mobiles, des consoles portables, des magnétoscopes, ou des dispositifs d'affichage installés à l'arrière des sièges dans les voitures ou les avions.

Ces jeunes sont habitués à utiliser toutes les fonctions interactives de tels dispositifs, que leurs écrans soient petits ou grands.

Notre environnement télévisuel devrait par conséquent présenter deux dimensions, petite et grande, auxquelles les programmes devront s'adapter. Les défis sont donc les suivants :

- comment se préparer à une évolution aussi radicale de la télévision,

- quels sont les modèles d'affaires qui permettront de créer et d'innover tout en étant financièrement avantageux,
- comment protéger efficacement les contenus dans le monde numérique ?

Autant de questions qui revêtent une importance primordiale, notamment en ce qui concerne la protection et le développement des activités des fournisseurs de contenus dans ce nouvel environnement, aux confins de la technologie mobile, du numérique et de la télévision.

Imaginons un instant à quoi pourrait ressembler la télévision dans vingt-cinq ans.

Si l'évolution technologique se poursuit à un rythme aussi soutenu que ces dix dernières années, nous devons nous préparer à une nouvelle révolution des modes de communication, qui transformera radicalement la manière dont les chaînes de télévision du monde entier couvrent l'actualité internationale.

*Article initialement publié dans  
l'édition de juin 2005 de Television,  
Journal of the Royal Television Society  
Site Internet : [www.rts.org.uk](http://www.rts.org.uk)*

