

Vies à Vies

Bulletin du Service d'orientation et de consultation psychologique

Volume 13, numéro 2 - Novembre 2000

Faire carrière dans le multimédia

Encore quasi inexistante au début des années 90, l'industrie du multimédia est dorénavant en pleine expansion dans les sociétés branchées sur les nouvelles technologies de l'information. Le multimédia est né de la convergence de plusieurs domaines dont l'audiovisuel, la sonorisation, l'édition, les médias, l'informatique et les télécommunications. Le multimédia est davantage présent dans nos vies qu'on ne le croit. Qu'il s'agisse d'envoyer du courrier électronique, de faire son épicerie et même de régler ses factures par Internet ou encore d'apprendre et de s'amuser avec des jeux sur disque compact, on s'aperçoit bien que le multimédia fait maintenant partie de notre quotidien.

D'abord et avant tout, il faut comprendre que le multimédia, c'est une nouvelle façon de communiquer et d'échanger. Il est bien ici question de révolution, car tous les secteurs de l'activité économique et sociale (dont la santé, l'éducation et la formation, le divertissement, le commerce et les communications) vont être transformés par le multimédia. Sites web, CD-ROM, disques lasers, jeux vidéo, télévision interactive, tous sont de nouveaux médias interactifs qui permettent déjà le développement de produits et de services à valeur ajoutée.

Le multimédia n'est pas un produit au sens propre du terme, ni un secteur technologique comme tel, mais bien un produit hybride, issu de la fusion de technologies jusqu'alors largement indépendantes. Pour être classée dans la catégorie « multimédia », une application doit utiliser simultanément au moins trois des quatre médias suivants : le texte, l'image, le son et la vidéo. Elle doit aussi permettre l'interactivité, c'est-à-dire rendre possible l'interaction entre l'utilisateur et le système, au moyen d'une interface facile à comprendre et à utiliser, et présentant un temps de réponse acceptable.

Plus spécifiquement, le terme multimédia désigne l'intégration sur un même support électronique (CD-ROM, disque vidéo numérique, disquette, site web, etc.) de plusieurs formes de contenus d'information que l'utilisateur peut explorer à sa convenance grâce à des liens programmés (appelés hypertextes) lui permettant de naviguer d'un page-écran à une autre sans ordre déterminé. La mise au point de cette nouvelle façon de présenter et de diffuser de l'information ouvre des voies d'application dans tous les domaines : publicité, commerce, formation en entreprise, divertissement, arts et culture, médecine, éducation, etc.

L'évolution du multimédia et son impact économique

Relativement jeune et encore à définir, le secteur du multimédia connaît une croissance fulgurante de l'emploi, qui promet d'atteindre de hauts sommets d'ici quelques années. Champ d'activité particulièrement névralgique pour le Québec, il n'en demeure pas moins difficile de donner des chiffres exacts quant au nombre d'emplois disponibles sur le marché. En effet, le multimédia touche plusieurs secteurs économiques connexes : affaires, télécommunications, arts, culture, communication et

informatique, etc. Ces secteurs offrent des emplois de plusieurs types dont la création de logiciels destinés au multimédia, l'exploitation de l'autoroute de l'information, etc.

D'ores et déjà, le Québec occupe une place de choix dans ce nouveau marché en forte croissance. Ainsi, la grande région de Montréal possède tout ce qu'il faut pour devenir un pôle important dans le secteur des inforoutes et du multimédia. Depuis 1990, 600 entreprises ont vu le jour dans ce secteur, ce qui représente plus de 4 300 emplois, et 83 % de ces entreprises sont situées dans la grande région de Montréal et génèrent de 60 à 75 millions de dollars de revenus¹. Plusieurs entreprises se sont même taillées une réputation mondiale pour l'originalité et la qualité de leurs produits. Le tableau de la page 2 illustre bien la croissance du secteur. Les entreprises québécoises devraient se distinguer avantageusement dans cette industrie en pleine essor. En dépit du fait que les investissements nécessaires au développement et à la mise en marché des produits multimédias soient importants, le Québec dispose de toutes les ressources qu'il lui faut pour développer des produits multimédias uniques, distinctifs et concurrentiels sur la scène internationale. À titre d'exemple, mentionnons la technologie IMAX, développée au Québec et maintenant reconnue mondialement. Des firmes d'importance comme Softimage, Discreet Logic, Québecor Multimédia inc., Groupe Transcontinental G.T.C., Astral communication et Malofilm ont déjà amorcé le mouvement du multimédia au Québec, sans compter les nombreux spécialistes, créateurs, scénaristes, et autres travailleurs qui gravitent autour de ces firmes.

[suite à la page 2]

par
**Pierre
Latulippe,**
conseiller
d'orientation



DES APPLICATIONS MULTIMÉDIAS PORTEUSES D'AVENIR	
Arts	Livres en ligne, bornes interactives, installations muséales, spectacles multimédia, nouvelles formes d'expression.
Divertissement	Films sur plate-forme DVD (Digital Video Disk) télévision interactive, jeux vidéo, jeux en direct et centres de jeux virtuels.
Éducation	Didacticiels, banques de cours et de conférences en direct.
Communication	Sites web, services de téléconférences en direct et édition électronique.
Santé	Télémedecine, informatisation du dossier du patient, imagerie médicale, chirurgie non invasive, informations médicales par bornes interactives.
Commerce	Transactions bancaires électroniques à domicile, télé-achats, accès direct aux services gouvernementaux, échange de données informatisées (EDI).

Le profil des gens qui travaillent dans le domaine du multimédia

Dans le domaine du multimédia, on retrouve trois grands profils d'intérêts² :

Profil ART

Les personnes de type ART aiment les activités qui leur permettent de s'exprimer librement à partir de leurs perceptions, de leur sensibilité et de leur intuition. Elles s'intéressent au travail de création. Ces personnes sont spontanées, expressives, imaginatives, émotives, indépendantes, originales, intuitives, passionnées. Dans le domaine du multimédia, certains emplois sont associés au type ART : concepteur-scénariste, infographiste, vidéographe, webmestre, animateur 2D/3D et web-designer en sont quelques-uns.

Profil TECHNIQUE

Les personnes de type TECHNIQUE ont une préférence pour les activités précises, méthodiques, axées sur un résultat prévisible. Elles aiment les emplois où le travail est concret, logique et pratique, gouverné par des règles et des procédures bien définies. Dans le domaine du multimédia, il se trouve des professions possédant une composante technique. Le travail des programmeurs et des intégrateurs présente une forte composante technique tout comme celui des concepteurs de logiciels ou des testeurs de produits. Les métiers de concepteur-scénariste et d'animateur 2D/3D ont aussi une composante technique bien que ceux-ci soient combinés à une dimension artistique.

Profil GESTION

Les personnes de type GESTION préfèrent les activités de planification, d'organisation et de supervision. Elles se plaisent dans des emplois faisant appel à leur leadership et à leurs habiletés de résolution de problèmes. On dit de ces personnes qu'elles ont de l'entregent et qu'elles sont bien organisées. Dans le domaine du multimédia, certaines professions sont de type GESTION : gestionnaire de projet, directeur artistique, directeur en informatique ou responsable de la qualité en sont quelques-unes. Aussi, plusieurs gestionnaires du monde des affaires n'ayant jamais étudié en multimédia ont su développer en dehors de leur champ d'activité une expertise pour l'informatique et les nouvelles technologies de l'information. Cela leur donne ainsi une longueur d'avance pour communiquer plus efficacement ou présenter du matériel interactif lors de présentations ou de séminaires de formation par exemple.

La formation qui mène au multimédia

Une bonne formation de base en multimédia doublée d'une grande multidisciplinarité et débrouillardise font partie des ingrédients à succès pour ceux qui veulent y travailler. Étant donné la nouveauté et l'expansion phénoménale qui caractérisent l'industrie du multimédia, toute démarche visant à faire la nomenclature des nombreux programmes de formation offerts dans les établissements publics et privés serait fort laborieuse et complexe. En plus d'être variés, les programmes offerts par les établissements privés mènent à plusieurs fonctions et répondent à la vision des établissements d'enseignement qui donnent les formations correspondantes. Il faut donc être vigilant et se renseigner, car certains établissements n'hésitent pas à faire miroiter une formation d'expert (en quelques mois seulement) assortie d'un salaire très élevé. Il ne faut pas rêver, car les exigences dans ce domaine sont très élevées et la formation reçue est à mettre à jour continuellement. Quant aux salaires, il y a toujours des exceptions, mais il faut s'attendre à travailler de longues heures et garder en tête que l'expérience et les connaissances seront les meilleurs atouts avant de rouler sur l'or. Pour ne nommer que quelques établissements, il existe au Québec à l'heure actuelle six cégeps offrant la technique (DEC) d'intégration en multimédia pour répondre aux besoins de l'industrie : Édouard-Montpetit, Jonquière, Matane, Maisonneuve, Saint-Jérôme et Sainte-Foy. De plus, l'Institut des Technologies de l'information affilié au Collège de Maisonneuve, offre une attestation d'études collégiales (AEC) en Production d'applications multimédias. Du côté privé, on retrouve au Collège Inter-Dec, le programme Infographie en cinéma et en télévision qui comporte une branche destinée à l'apprentissage de la maîtrise des logiciels multimédias pour la production de contenus interactifs sur Internet ou CD-Rom. Également, l'Institut Demers, ainsi que le Centre d'animation et de design (NAD), offrent des formations en multimédia pour les scénaristes et les infographistes, et offrent aussi des programmes reliés à la conception et l'animation 2D/3D pour les jeux vidéo. Du côté universitaire, l'UQAM propose aussi des concentrations en multimédia dans le cadre de la formation continue et de son baccalauréat en communication et maîtrise du même nom. De plus, l'École de technologie de l'information (ETI), qui est le fruit de la coopération entre quatre établissements, offre un Diplôme d'études supérieures spécialisées en technologie de l'information. Enfin, l'Université Concordia et l'Université de Montréal, dans le cadre de leurs programmes de formation continue, offrent certains programmes d'initiation ou de perfectionnement pour adultes, notamment en Production de sites Internet interactifs et en Inforoute et multimédia interactif. Par conséquent, nous vous suggérons de consulter un conseiller d'orientation pour vous éclairer sur le sujet ou de vous procurer certains guides faisant la description de nombreux programmes.

¹ Les enjeux du développement de l'inforoute québécoise, Commission de la culture, juin 1999.

² Les carrières du multimédia.

Références

Les carrières du multimédia, Les éditions Ma carrière.
Avez-vous la tête de l'emploi pour le multimédia, Les éditions Septembre.
La trousse du multimédia, produite par le CESAM (www.cesam.qc.ca) ou (514) 848-7117.

2

VIES-À-VIES

Le bulletin *Vies-à-vies* est publié quatre fois l'an par le Service d'orientation et de consultation psychologique (SOCP) de l'Université de Montréal. Les articles peuvent être reproduits avec l'autorisation écrite de l'éditeur.

Adresse :

Université de Montréal,
 SOCP, C.P. 6128,
 succursale Centre-ville,
 Montréal (Québec) H3C 3J7
 Tél. : (514) 343-6853

Rédactrice en chef :

Marie-Andrée Linteau

Comité du bulletin :

Francine Audet,
 Marie-Andrée Linteau,
 Hélène Trifiro

Révision :

Louise Beauchamp

Illustration :

Rose Bergeron

Infographie :

SAÉ,
 Communication-marketing

Impression :

Service de photocopie de
 l'Université de Montréal

Dépôt légal :

Bibliothèque nationale du Québec,
 Bibliothèque nationale du
 Canada - ISSN 0842-1838

Abonnement :

10 \$ (taxes
 incluses).

Tél. : (514) 343-6111,
 poste 1773

TPS : R108160995

TVQ : 1006011132

Note :

La désignation de personnes par l'emploi du genre masculin n'a d'autre fin que celle d'alléger le texte.