

## **Le développement des campus numériques aux Etats-Unis : nouvelles technologies et enseignement à distance**

Le développement d'Internet aux Etats-Unis a été très rapide dès le début des années 1990, particulièrement sur les campus américains, où la qualité et la quantité des équipements, la rapidité des connexions sont devenus des arguments importants pour attirer de nouveaux étudiants dans les universités les plus compétitives. C'est dans ce contexte général et en rapport avec la flambée de la "e-economy" (avant le coup d'arrêt de 2001) qu'il faut comprendre l'effervescence autour de la création de campus numériques aux Etats-Unis. Entre 1995 et 1998, on a constaté une augmentation de 72 pour cent de l'offre de cours en ligne, ce qui correspond, de la part des principales universités, publiques ou privées, à une volonté clairement affirmée, mais pas toujours mûrement réfléchie, d'être présentes sur ce marché. L'enjeu est essentiel dans la mesure où les transformations en cours, même si elles ont connu un net ralentissement en 2001, dessinent les contours d'un vaste marché mondial de l'éducation à distance, impliquent une remise en cause des modes traditionnels d'enseignement et, plus largement, conduisent à s'interroger sur la façon de concevoir l'enseignement supérieur lui-même, ses modes d'opération et sa finalité.

### **1 - Politique nationale**

On ne peut parler véritablement d'une politique nationale (et a fortiori de politique tarifaire) en matière d'enseignement à distance, dans un pays qui accorde une place prépondérante aux initiatives privées et décentralisées. On a plutôt affaire à une superposition d'initiatives prises par l'Etat fédéral, les Etats et les différentes universités, publiques ou privées. Le Département fédéral de l'Education a ainsi lancé en 1999 le "Distance Education Demonstration Program". Ce programme ne subventionne pas directement des projets d'enseignement à distance, mais assure leur évaluation pour que puissent avoir éventuellement accès aux aides financières fédérales les étudiants qui décideraient de suivre ce type de formation. Quant aux Etats, ils encouragent le développement des campus numériques de plusieurs façons: création ou participation à la gestion d'universités virtuelles, formation des enseignants aux nouvelles technologies, financement d'infrastructures de télécommunications, incitations fiscales, création de partenariats public-privé, etc...

### **2 - Moyens financiers mis en œuvre**

Sur les quelque 700 milliards de dollars consacrés chaque année aux Etats-Unis à l'éducation et à la formation professionnelle, l'enseignement à distance représente actuellement entre 7 et 10 milliards de dollars, soit environ 1 pour cent de la somme totale. Cette part encore modeste connaît une forte croissance et certaines projections envisagent un montant de 40 milliards de dollars en 2005. L'essentiel des dépenses pour l'enseignement à distance est consacré au développement des contenus plutôt qu'aux technologies proprement dites. Après un moment d'incertitude lié au ralentissement de l'économie, la volonté des universités, publiques et privées, est de continuer à investir dans ce secteur dont le potentiel de croissance est jugé très important.

### **3 - Politique tarifaire**

Comme indiqué en 1., l'absence de centralisation et la liberté accordée aux initiatives privées font que les lois du marché éducatif en ligne déterminent seules les tarifs des formations proposées, en fonction de la concurrence. Le prix d'un cours en ligne de quelques semaines avoisine généralement les 500 dollars.

### **4 – Organisation**

A l'heure actuelle, dans ce qui est très clairement perçu ici comme un marché à fort potentiel de croissance, on peut distinguer schématiquement trois cas de figure essentiels dans le lancement et la commercialisation des cours en ligne:

- Une université décide de lancer une filiale à but lucratif (c'est le cas de New York University, Columbia ou Cornell) dont l'objectif est de concevoir et de commercialiser des formations en ligne, avec dans certains cas un diplôme à la clef. Le même processus peut impliquer plusieurs universités qui décident de se regrouper et de partager leur savoir-faire (Princeton, Yale et Stanford par exemple, alliance réduite désormais aux deux dernières universités depuis le retrait de Princeton). La logique qui est à la source de ces initiatives et qui concerne souvent des universités prestigieuses (Ivy League ou équivalent) est de garder le contrôle des formations dispensées en ligne sous le label des universités concernées et de défendre ce label face aux compagnies à but purement lucratif qui se lancent dans l'enseignement à distance via internet. Le statut juridique des universités privées américaines (sociétés privées à but non lucratif qui ont la possibilité de créer des filiales commerciales) facilite cette évolution. Toutefois les universités publiques réussissent aussi à être très présentes sur le marché notamment grâce à des accords avec leur Etat de tutelle: c'est le cas par exemple en Floride ([www.flcampus.org](http://www.flcampus.org)), au Texas ou dans le Connecticut.

- Des compagnies privées décident de se lancer sur ce marché porteur et, en utilisant les services de plusieurs spécialistes chargés de l'élaboration des cours, mettent en place des cursus purement virtuels.

C'est par exemple le cas dans le domaine du droit, de "Concord University School of Law" ([www.concord.kaplan.edu](http://www.concord.kaplan.edu)) première école de droit exclusivement en ligne qui a été lancée fin 1998 et qui est une division de "Kaplan Educational Centers", société filiale du "Washington Post". Relèvent également de ce modèle les sites internet qui se spécialisent dans l'offre de formation continue aux particuliers ou aux entreprises comme "Digitalthink" ([www.digitalthink.com](http://www.digitalthink.com)) créé à San Francisco en 1996 qui facture ses cours de 125 à 450 dollars par étudiant.

On peut intégrer à ce cas de figure les entreprises qui choisissent de commercialiser via Internet leurs programmes de formation continue (initialement à usage interne) après les avoir fait accréditer.

- On trouve enfin des solutions intermédiaires: une ou plusieurs universités sont approchées par des sociétés multimedia qui leur proposent un ensemble de prestations (logiciels, suivi des étudiants, commercialisation, marketing) et qui concluent un partenariat

avec elles. L'investisseur bénéficie de la crédibilité et de l'expertise de son partenaire académique, tandis que l'université limite sa part de risque et s'assure des recettes nouvelles. Parmi les sociétés les mieux connues et les plus agressives dans leur campagne de marketing auprès des universités, on compte "Web CT", dont les produits sont utilisés par environ 2 600 établissements, "Blackboard" en forte croissance avec plus de 1 600 clients, ainsi que "Global Education Network", "Cardean University/Unext.com" (affilié aux universités de Columbia, Chicago, Stanford, et Carnegie Mellon) et "Fathom" (filiale de Columbia University).

Il faut noter que cette solution est très séduisante pour les universités dans la mesure où elle correspond à une tendance profonde de l'enseignement à distance via internet: la fragmentation d'activités jusqu'alors entièrement prises en charge par les universités traditionnelles. Dans cette nouvelle configuration, l'université peut décider de se limiter à ce qu'elle définit comme sa mission essentielle (la conception des cours, par exemple) et conclure une alliance avec une société privée qui s'engage à fournir les autres prestations (mise en ligne, assistance informatique, etc...).

## **5 - Réussites et difficultés**

L'Université du Maryland, l'une des plus grandes universités publiques américaines, détiendrait la première place au classement mondial des centres d'enseignement à distance, avec 40 000 étudiants inscrits à une vingtaine de cours en ligne, provenant de 30 pays différents. Parmi les nouvelles universités virtuelles, l'Université de Phoenix Online connaîtrait la progression la plus forte (+67 pour cent en un an, avec 18 500 inscrits).

Globalement donc, le développement de la formation en ligne est perçu aux Etats Unis comme un enjeu important qui doit bénéficier à l'économie américaine ===dans la mesure notamment où il peut constituer une réponse à la pénurie de main-d'oeuvre qualifiée qui est, à l'échelle nationale une source de préoccupation===, et renforcer encore la place des universités du pays sur le marché mondial de la formation. Toutefois l'essor même de ce marché n'est pas sans poser quelques problèmes et sujets de débats.

Les difficultés rencontrées sont de plusieurs ordres

- Face à la prolifération des sites internet qui proposent des formations en ligne, l'une des préoccupations essentielles, particulièrement du côté des pouvoirs publics, est de réfléchir aux modes de régulation et d'évaluation possibles. L'objectif ici est de ne pas brider la créativité par des règles trop contraignantes, d'où le refus d'imposer une régulation au niveau fédéral, la tendance à privilégier des processus d'auto-évaluation mis en place par le secteur privé et à susciter la création de sites internet où les étudiants évalueraient eux-mêmes les cours en ligne qu'ils ont choisis. Le Département fédéral de l'Education n'aurait à intervenir que dans les cas extrêmes (formations d'une médiocrité avérée, moulins à diplômes -"diploma mills"- frauduleux).

- Les incertitudes sur les fins recherchées et les moyens utilisés dans le cadre de la formation via internet provoquent des réactions de méfiance ou de rejet, particulièrement de la part des universitaires, qui y voient souvent une menace pour l'indépendance et la liberté

académiques. Le thème qui fédère les contestataires est celui d'une bataille contre la commercialisation de l'enseignement. Selon eux, à partir du moment où les universités se lient avec des entreprises privées, elles deviennent dépendantes de logiques de rentabilité purement économiques qui les éloignent de leurs missions fondamentales d'éducation et de recherche. L'étudiant virtuel devient la cible de campagnes de marketing qui visent à créer artificiellement des besoins et provoquent une sorte de course au diplôme très lucrative. Cette inquiétude est alimentée par l'apparition de sites d'une nature très contestable qui proposent à titre payant des aides variées aux étudiants (rédaction de travaux écrits, commercialisation de notes de cours pirates sans concertation préalable avec l'auteur, etc...). Les universités déjà engagées dans ce processus soulignent pour leur part que les bénéfices tirés de l'enseignement à distance permettront de dégager des fonds pour des enseignements sur campus dont la rentabilité immédiate est faible, voire nulle (dans le domaine des humanités ou des sciences fondamentales).

- Une autre question cruciale est alors posée: celle de la propriété intellectuelle des cours mis en ligne et des règles déontologiques qu'il convient d'établir. Le cours appartient-il à son concepteur, à l'université où il enseigne ou encore à la compagnie privée avec laquelle l'université a éventuellement contracté un accord de commercialisation? Pour l'instant aucune réponse d'ensemble n'a été apportée à cette question, mais certaines universités, souvent parmi les plus prestigieuses, ont établi pour elles-mêmes un code de conduite assez strict qui vise à protéger leur nom et l'usage qui en est fait. C'est ainsi qu'à Harvard tout enseignant doit recevoir de l'université une autorisation formelle pour pouvoir donner des cours en ligne au profit d'autres institutions académiques. Rattaché rigoureusement à son université, l'enseignant perd certes en indépendance mais il se tient aussi à l'écart d'une course exclusive au profit que nombre d'entre eux dénoncent. Certains universitaires préfèrent de toute évidence conserver une entière autonomie et proposer leurs services de façon contractuelle à des sites commerciaux très rémunérateurs.

## **6 - Nombre total d'apprenants**

En 2002, plus de 2 millions d'étudiants sont inscrits à des cours en ligne contre 1,6 million en 1998. 85 pour cent des collèges proposent des cours en ligne contre 62 pour cent en 1998.

## **7 - Politique internationale**

Les pays anglo-saxons (Etats-Unis, Grande-Bretagne, Australie) sont à la pointe dans le domaine de l'éducation à distance et des campus numériques. Leur objectif, favorisé par la domination de la langue anglaise, sur le web notamment, est de conquérir à l'échelle mondiale le plus grand nombre de parts de marché possibles en utilisant les techniques habituelles de commercialisation. Cette ambition internationale s'accompagne d'une forte tendance aux regroupements entre universités de pays différents.

## **Conclusion**

Le développement des nouvelles technologies appliquées à l'enseignement supérieur aux Etats-Unis se traduit par une offre croissante de cours en ligne et constitue l'un des enjeux

universitaires importants pour les années à venir. La phase de transition actuelle ne permet pas de voir clairement quel sera le point d'aboutissement de cette évolution mais on peut esquisser certaines hypothèses: une présence accrue des sociétés multimedia et donc du secteur privé dans l'offre de formation universitaire, une forte internationalisation des cursus (ce qui est vrai sur les campus réels le sera plus encore dans l'espace virtuel), une redéfinition de la relation entre enseignant et étudiant. Aujourd'hui on peut considérer que le ralentissement économique de ces derniers mois, avec le coup d'arrêt porté à certains projets phares dans le secteur (New York University Online par exemple), a été l'occasion d'une remise à plat des enjeux liés à l'éducation à distance : fin des illusions sur les campus virtuels comme sources de profit faciles et rapides pour les universités ou les investisseurs, réflexion sur les fins poursuivis et la nécessité d'une claire articulation aux structures universitaires existantes. Bref les conditions semblent à présent réunies pour un développement plus prudent et plus réfléchi, recentré sur les missions propres à la formation universitaire.