

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

Dan Nickolai, Ph.D.

2020

D. Nickolai

Attribution - Pas d'utilisation commerciale - Partage dans les mêmes conditions - 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0) - 2019



Vous êtes autorisé à : **Partager** — copier, distribuer et communiquer le matériel par tous moyens et sous tous formats. **Adapter** — **remixer, transformer** et **créer** à partir du matériel.

L'Offrant ne peut retirer les autorisations concédées par la licence tant que vous appliquez les termes de cette licence.

Selon les conditions suivantes : Attribution — Vous devez créditer l'Œuvre, intégrer un lien vers la licence et indiquer si des modifications ont été effectuées à l'Œuvre. Vous devez indiquer ces informations par tous les moyens raisonnables, sans toutefois suggérer que l'Offrant vous soutient ou soutient la façon dont vous avez utilisé son Œuvre.

Pas d'Utilisation Commerciale — Vous n'êtes pas autorisé à faire un usage commercial de cette Œuvre, tout ou partie du matériel la composant.

Partage dans les Mêmes Conditions — Dans le cas où vous effectuez un remix, que vous transformez, ou créez à partir du matériel composant l'Œuvre originale, vous devez diffuser l'Œuvre modifiée dans les mêmes conditions, c'est à dire avec la même licence avec laquelle l'Œuvre originale a été diffusée. Pas de restrictions complémentaires — Vous n'êtes pas autorisé à appliquer des conditions légales ou des mesures techniques qui restreindraient légalement autrui à utiliser l'Œuvre dans les conditions décrites par la licence. Notes : Vous n'êtes pas dans l'obligation de respecter la licence pour les éléments ou matériel appartenant au domaine public ou dans le cas où l'utilisation que vous souhaitez faire est couverte par une exception. Aucune garantie n'est donnée. Il se peut que la licence ne vous donne pas toutes les permissions nécessaires pour votre utilisation. Par exemple, certains droits comme les droits moraux, le droit des données personnelles et le droit à l'image sont susceptibles de limiter votre utilisation. Ceci est un résumé (et non pas un substitut) de la licence.

Exception : Les images de la BD « Les Zoizos » appartiennent entièrement à M. Léo Pajon, qui a généreusement donné son accord pour les reproduire dans cette œuvre. Pour en savoir plus, consultez : <https://www.facebook.com/LesZoizos>

Exception : Le texte du dernier chapitre « La culture du like » a été reproduit dans ce bouquin avec la permission des co-animateurs du podcast *Distorsion*. Pour en savoir plus, consultez : <https://distorsionpodcast.com>

Table des matières

Leçon 1 : Les nouveaux médias : Que sont-ils ?	1
Leçon 2 : Néo-luddisme et les technologies de rupture	11
Leçon 3 : Le journalisme citoyen des nouveaux médias	23
Leçon 4 : Les élections démocratiques libres et transparentes	34
Leçon 5 : Sommes-nous tous accros aux nouveaux médias ?	47
Leçon 6 : Les bouquins imprimés dans l'ère numérique	61
Leçon 7 : Le matraquage médiatique qui nous bourre le crâne	75
Leçon 8 : Faire le buzz soi-même sur YouTube	89
Leçon 9 : Comblons donc la fracture numérique	102
Leçon 10 : Le droit à l'oubli numérique, ce n'est pas pour tous	113
Leçon 11 : La magie du son et la réussite des podcasts	125
Leçon 12 : Les coûts exceptionnels des médias gratuits	136
Leçon 13 : La culture du <i>like</i> (chapitre bonus)	149

Tableau 1 : Distinctions entre les types de médias	5
Tableau 2 : Exemples des technologies de rupture	15
Tableau 3 : Exemples du journalisme citoyen dans...	28
Tableau 4 : Les Français branchés en quelques chiffres	53
Tableau 5 : Les chaînes francophones les plus populaires	92
Tableau 6 : Les employeurs américains et les réseaux sociaux	117
Tableau 7 : Lecteurs qui ont payé pour les infos en ligne	138

D. Nikolai

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

Leçon 1 : Les nouveaux médias : Que sont-ils ?

« Les nouveaux médias, c'est basé sur une interaction totale entre individus, une interrelation personnalisée, une communication à tous les niveaux et la volonté de partager ce que nous sommes, vivons et découvrons, en temps réel. »

-Dominique Gany, journaliste et conférencier belge, 2009

Au cours des deux dernières décennies, la présence des *nouveaux médias* dans la vie actuelle de la société est devenue incontournable. On retrouve partout de nouveaux sites, outils, plateformes et services numériques qui font partie de cette révolution technologique. Mais avant d'explorer ce paysage médiatique qui est en perpétuelle évolution, il convient de préciser en quoi consistent les *nouveaux médias*. Que sont-ils, au juste ? Avouons d'abord qu'il s'agit d'un terme assez général qui a tendance à être mal défini ou simplement mal compris. Rappelons ici qu'un médium (au singulier) est *un moyen* par lequel est transmis un message ou une information. Pour rappel, les médias traditionnels sont les moyens de transmission de l'information les plus connus et les plus établis : la presse écrite, la radio, la télévision. Pour les besoins de notre cours, le terme

D. Nickolai

nouveaux médias recouvre une vaste gamme de médias beaucoup plus modernes, tels que les blogs, les wikis, les réseaux sociaux, les sites de partage, les smartphones et internet. Ces dernières technologies se distinguent des médias classiques par leur nature collaborative, dynamique et interactive.

Pour mieux illustrer la distinction entre les médias dont nous parlons et les médias traditionnels comme la presse écrite, prenons comme exemple un des géants de cet univers : Wikipédia. Cette encyclopédie collective se trouve parmi les cinq sites internet les plus populaires au monde. Elle est collective en ce sens que tout le monde peut y contribuer et proposer des changements aux articles. Le contenu est ainsi créé, corrigé et mis à jour par les utilisateurs de l'encyclopédie. En effet, on pourrait avancer l'idée que ce qui caractérise le mieux les *nouveaux médias* est la participation productive d'une communauté. Sans les contributions des utilisateurs, un wiki ne serait qu'une coquille vide. N'oublions pas que toute la valeur associée à ces grandes plateformes numériques provient des commentaires, conseils, photos, vidéos, fichiers, histoires et autres *objets* multimédias que nous partageons ! Et bien que la sophistication numérique d'un site internet semble le facteur clé du succès, toute innovation technologique reste secondaire aux contenus sociaux qu'on y ajoute.

La réussite internationale des sites web comme Facebook est due en grande partie au modèle *ascendant* de ces plateformes. Dans ce paradigme, ce qui est partagé ou publié n'est pas prédéterminé ou décidé en comité par une minorité d'individus. Au contraire, le modèle ascendant permet à des millions de gens de publier ce qu'ils

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

veulent quand bon leur semble. Ce sont les utilisateurs eux-mêmes qui estiment qu'un contenu est suffisamment bien pour être partagé avec leurs proches ou avec le monde entier. On voit facilement comment ce modèle s'oppose à la tradition médiatique et journalistique. Par le passé, on n'avait que le modèle *descendant* dans lequel une petite fraction de la société prenait ces décisions-là. Bien sûr que l'ancien modèle est bien vivant ! Prenons un journal typique comme *Le Monde* ou un projet éternel comme l'édition actuelle du dictionnaire de l'Académie française. Tout ce qu'on peut trouver dans ces publications a été rédigé, examiné de près, et approuvé par une élite cultivée. Cela est loin d'être le cas d'un blog typique !

LES RÉSEAUX SOCIAUX
NOUS ONT TRANSFORMÉS.

TU TROUVES ?



LÉO PAJON  : LesZoizos

D. Nickolai

Il en va peut-être de soi, mais il convient tout de même de signaler que la minorité qui choisit, produit et publie les médias traditionnels ne représente pas l'ensemble de la société, pour le meilleur ou pour le pire. On constate pourtant qu'il existe dans la presse de nos jours un mélange des deux sphères médiatiques en question. On pourrait facilement oublier le fait que, par le passé, la communication était presque sans exception d'une nature unilatérale. Dans l'ancien paradigme, on cherchait tout simplement à *transmettre* des infos en essayant d'atteindre un public le plus large possible. Cela ne permettait pas une véritable communication dans les deux sens. Certes, de temps en temps, on publiait un petit sondage des lecteurs ou une lettre au rédacteur en chef d'un journal, mais le contrôle éditorial restait toujours dans les mains de quelques-uns.

La communication bilatérale a été rendue possible dans la presse moderne par les sites web interactifs, les réseaux sociaux et l'émergence des systèmes en ligne qui permettent des commentaires publics et immédiats. Toutefois, cela ne veut pas dire que tous les coups sont permis ! Soyons réalistes, on comprend fort bien que tout ce qui est mis sur ces sites par les usagers est soumis à la censure. En plus, le choix d'éliminer un contenu d'un site web peut sembler capricieux ou difficile à justifier, mais la liberté d'expression totale en ligne n'est guère assurée. Il y a même l'exemple du magazine *Popular Science* qui a mis fin aux commentaires sur son site en 2013 : ils ont jugé que c'était mauvais pour la science ! Mais, mis à part ce cas spécifique, il faut apprécier le fait que même les éditeurs les plus traditionnels cherchent à faire participer le public en nous proposant de nouveaux systèmes de communication bilatérale. Cela ne fait qu'augmenter nos chances de participer à une conversation

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

globale dans laquelle chacun peut s'exprimer et apporter son grain de sel.

Bref, si on ne retire qu'une seule idée de cette première leçon, notons que les *nouveaux médias* sont souvent axés sur les utilisateurs et leurs contributions. Tout simplement, les *nouveaux médias*, c'est nous ! Nous sommes à la fois le public et le produit, et cette dynamique soulève beaucoup de questions que nous allons aborder dans ce cours.

Tableau 1 : Distinctions entre les types de médias

	Médias traditionnels	Nouveaux médias
Communication	Unilatérale	Bilatérale (Multilatérale)
Public	Passif / Consommateur	Actif / Créateur
Modèle de diffusion	Descendant / Vertical	Ascendant / Horizontal
Contenu	Étroitement contrôlé ; souvent statique ; créé par une équipe	Moins contrôlé ; souvent dynamique ; créé par les utilisateurs
Catégories	La presse écrite, les journaux, la radio, la télévision	Les blogs, les réseaux sociaux, les wikis, les sites de partage
Exemples	Le Monde, Europe 1, France 24	Facebook, Twitter, YouTube, Reddit

D. Nickolai

I. Quelques questions de compréhension

Les Nouveaux médias _____ les médias traditionnels.

- a) ont remplacé
- b) ont été remplacés par
- c) coexistent avec

Un modèle _____ permet aux utilisateurs de partager des contenus et des informations sur une plateforme numérique.

- d) ascendant
- e) descendant
- f) unilatéral

La valeur et l'intérêt des réseaux sociaux proviennent principalement des _____

- g) produits
- h) contenus prédéterminés
- i) utilisateurs

II. Quelques questions de réflexion

Dans quelle mesure les nouveaux médias s'opposent-ils aux médias traditionnels ?

Quel serait l'intérêt d'un modèle descendant/traditionnel pour consommer les infos ?

III. Tâches pour aller plus loin

Explorez le site-web du cours : www.friendoufaux.com

IV. Stylistique - expliquer pourquoi

Dans cette leçon on propose quelques phrases et expressions en contexte pour mieux expliquer et exprimer des liens de cause à effet.

a) En gardant le thème du cours à l'esprit, terminez les phrases suivantes d'une manière logique :

- **à cause de** → Votre patron pourrait vous virer à cause (de)
- **être dû / due (en partie) à** → Le succès du podcast était dû en partie (à)
- **parce que** → Jean-Luc a supprimé son blog parce que...
- **car** → Elle ne se filme plus sur YouTube car...
- **puisque** → Pour le moment, puisque Twitter est relativement nouveau...
- **s'explique par** → La popularité des réseaux sociaux s'explique par...
- **en raison de** → En raison de difficultés techniques, notre wiki....

b) Recherche en ligne : Essayez de trouver une phrase en contexte pour chaque expression **en gras**. Faites vos recherches sur les différents types de sites web.

D. Nickolai

V. Glossaire / Définitions

Il est tout simplement logique et sensé de profiter des nouveaux médias pour y apporter de la lumière. Dans cet esprit, voici quelques termes et définitions proposés par les usagers de la version française de Wiktionary.org.

la participation productive	« fait de faire réaliser une tâche par un grand nombre de personnes, généralement des internautes »
un blog	« un site web personnel dans lequel l'auteur note, au fur et à mesure de sa réflexion sur un sujet qui lui importe, des avis, impressions, etc., pour les diffuser et susciter des réactions, commentaires et discussions »
un wiki	« un site web dynamique dont les pages peuvent être modifiées par tout visiteur »
un réseau social	« une plateforme informatique reposant sur le web 2.0 mettant en contact des individus qui mettent en commun (partagent) leur vie quotidienne, des nouvelles, des opinions, des œuvres, etc. »
un podcast	« fichier audio ou vidéo diffusé par internet en série »

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

VI. Notes bibliographiques et suggestions de lecture

Gany, D. (2009). Nouveaux médias : mode d'emploi. Edipro.

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=1a>
- ❑ <https://www.amazon.fr/Nouveaux-médias-Mode-demploi-Dominique/dp/2874960926>

Le réseau du savoir électoral : Médias et élections

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=1b>
- ❑ <https://aceproject.org/ace-fr/topics/me/>

L'Obs avec Rue 89 : Popular Science met fin aux commentaires

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=1c>
- ❑ <https://www.nouvelobs.com/rue89/rue89-medias/20130925.RUE9034/methode-radicale-popular-science-met-fin-aux-commentaires-sur-son-site.html>

D. Nickolai

DE MON TEMPS, QUAND ON ÉTAIT MORDU
D'UNE PETITE, ON ÉCRIVAIT UN POÈME,
SUR PAPIER PARFUMÉ, POUR LUI DÉCLARER
SA FLAMME... ET ON CACHETAIT
L'ENVELOPPE À LA CIRE!

BREF, VOUS N'AVIEZ PAS
D'ÉMOJI AUBERGINE.



LÉO PASON [P]: Les Zoizos

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

Leçon 2 : Néo-luddisme et les technologies de rupture

« Je vous affirme que le magnétoscope est au producteur de films américain et au public américain ce que l'étrangleur de Boston est à la femme seule à la maison. »

-Jack Valenti, ancien président de la MPAA, en 1982 devant le Congrès des États-Unis

Force est de constater que l'émergence de nouvelles technologies provoque de vives critiques de ceux qui envisagent une transformation néfaste de la société. De manière prévisible, l'innovation est vite suivie par la panique totale de certains détracteurs. Ces derniers nous mettent en garde contre un avenir cauchemardesque dans lequel nous confrontons la fin de la civilisation telle que nous la connaissons. Même la fameuse presse typographique de Gutenberg ne fait pas exception. En 1492, on voit la parution de *De laude scriptorium*, un ouvrage qui met en relief les risques et les dangers spirituels associés au livre imprimé. Il s'avère que l'invention qui nous mène à la perte n'est autre que celle de l'imprimerie. Soyez donc prudents, les amis – votre salut éternel repose sur la supériorité incontestable du manuscrit ! Or, bien qu'on

D. Nickolai

puisse pardonner au moine du quinzième siècle qui a écrit (*à la main* ?!) cette mise en garde, on continue d'observer une résistance tenace à l'innovation. Effectivement, l'histoire se répète inlassablement, et plus ça change, plus c'est pareil. Mais d'où vient cette technopanique et comment s'explique-t-elle ? Comme on verra par la suite, c'est parfois lié au sort de l'humanité et à notre avenir collectif, mais c'est très souvent juste une question de fric.

La résistance au changement technologique semble directement proportionnelle au potentiel de l'innovation en question. Il est donc peu surprenant qu'on s'inquiétait autant il y a 500 ans. L'apparition de la presse typographique a tout changé et l'impact colossal de cette invention extraordinaire demeure complètement incommensurable. Dès qu'une nouvelle technologie puissante émerge, et l'histoire ne manque pas d'exemples, on examine minutieusement et sans relâche tous ses dangers possibles. Cela est encore plus vrai quand il s'agit de nouveaux systèmes qui permettent la diffusion de masse de l'information. Les exemples les plus connus sont sans doute la presse, la radio, la télévision et internet. Puisqu'il en est ainsi depuis toujours, il est peu étonnant que quelqu'un de nos jours se demande : *Internet rend-il bête ?* Cette question est le titre du best-seller de Nicholas Carr dans lequel il suggère qu'internet endommage notre capacité de se concentrer, de contempler et de stocker de nouvelles informations. Bof, rien de nouveau ici-bas ! Les Grecs anciens ont tenu des propos similaires sur des *livres* pendant l'antiquité. Après tout, que deviendrons-nous sans la tradition orale ? Choisissez votre siècle et vous y trouverez le même refrain : Érasme, Descartes et Voltaire se sont tous les trois plaints de la multiplication de bouquins et d'informations. Il y avait par le passé, il y a maintenant et il y aura

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

toujours des gens qui se méfient (parfois à juste titre) des changements importants dans le monde.

Ceux qui s'inquiètent le plus dans cette longue histoire sont sans exception ceux qui ont le plus à perdre. En outre, quand il s'agit du gagne-pain de nombreuses personnes, la violence devient de règle. Notamment, il y a l'exemple des *luddites* pendant la révolution industrielle en Angleterre. L'innovation incroyable de cette époque a vu la décimation de plusieurs professions traditionnelles. Bien sûr que la société ne reste pas les bras croisés face à de tels changements. Au contraire, on lutte, on résiste et on sabote les machines qui cherchent à nous remplacer. Certes, l'histoire nous apprend qu'il est inutile d'essayer d'arrêter le progrès technique, pourtant cette lutte continue deux siècles plus tard. On parle même de *néo-luddisme*, qui consiste en tout effort actuel d'empêcher la marche moderne du progrès. Parmi les technophobes et les ouvriers qui s'opposent à l'automatisation des systèmes de production, il y en a qui cherchent activement à vandaliser ou détruire les machines pour des raisons existentielles, idéologiques ou financières. Mais à un moment donné il faut finir par accepter qu'on nage inutilement à contre-courant pour maintenir le statu quo. Quoi qu'on fasse, nul n'arrête le progrès, et très peu d'efforts arrivent à le ralentir.

Jusqu'ici, on n'a pas encore évoqué l'intérêt des grandes entreprises de limiter l'impact de nouvelles technologies. Il vaut pourtant le coup de s'interroger rapidement sur quelques exemples instructifs. En effet, pourquoi les énergies *vertes* sont-elles toujours à la traîne ? Comment comprendre la résistance politique à *l'économie collaborative* ? Comment expliquer le fait que les fournisseurs

D. Nickolai

d'accès internet sont contre la *neutralité du net* ? Et pour reprendre un titre d'un documentaire américain qui est sorti en 2006, *Qui a tué la voiture électrique* ? (Ce n'est que récemment, grâce à *Tesla*, qu'on ne se pose plus cette dernière question.) Hélas, il semble que toute innovation extérieure constitue une menace directe aux modèles d'affaires existants. Cela n'est pas du complotisme, c'est du capitalisme, pur et dur. Les sociétés achètent de manière stratégique d'autres sociétés au lieu de se concurrencer. Certes, parfois cela libère de nouvelles technologies, mais souvent le but immédiat est de les retirer du marché. Pourquoi innover quand c'est mille fois plus facile d'acheter ?

Le grand souci dans toute cette histoire se résume ainsi : comment monétiser demain ce qu'on faisait payer hier ? Il y a vingt ans, les petites annonces étaient rentables pour les journaux, mais aujourd'hui on a recours à *Craigslist* et à d'autres services gratuits. Il y a quinze ans, on achetait des CD au lieu d'écouter de la musique en streaming sur *Spotify*. Il y a dix ans, on regardait des DVD comme des hommes des cavernes ! Encore une fois, l'arrivée de l'ère numérique a tout bouleversé. Le terme *technologie de rupture* désigne toute technologie qui en remplace une autre tout en transformant le marché dominant. À cet égard, on comprend que les nouveaux médias ont transformé de nombreux marchés importants et s'imposent de plus en plus dans divers domaines. On ne fait que commencer à comprendre l'ampleur des *ruptures* associées à cette révolution médiatique. La seule chose dont nous sommes certains c'est que chaque nouvelle technologie de rupture se heurte inévitablement à la résistance.

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

La résistance à l'innovation prend donc deux formes distinctes qui entretiennent toutes les deux un sentiment de perte important. Dans un premier temps, il y a ceux qui se font du souci pour le déclin assuré de notre santé cognitive ou morale. Dans un deuxième temps, il y a ceux qui anticipent une grosse perte d'argent ou de pertinence professionnelle. Il est difficile de déterminer lequel de ces deux camps a de meilleurs arguments, ou de savoir quels sont les véritables enjeux, mais la question est à l'étude.

Tableau 2 : Exemples des technologies de rupture

Ancien paradigme	Nouveau paradigme
Tradition orale	Tradition écrite
Manuscrit	Livre imprimé
Cheval	Voiture
Machine à écrire	Ordinateur
Maison de disques	Sites de partage/Services de streaming
Réseau de télévision	YouTube/Netflix

D. Nickolai

I. Quelques questions de compréhension

Depuis quand est-ce qu'on résiste aux innovations technologiques ?

- a) Depuis très peu de temps
- b) Depuis l'arrivée de l'ère numérique
- c) Depuis l'aube des temps

Pourquoi résiste-t-on aux changements techniques ?

- d) Pour des raisons idéologiques
- e) Pour des raisons financières
- f) Pour des raisons idéologiques et financières

En quoi une technologie de rupture consiste-t-elle ?

- g) Une rupture d'un marché établi
- h) Une innovation qui améliore la vie
- i) Toute technologie surprenante

II. Quelques questions de réflexion

Est-ce qu'on risque d'ouvrir une véritable boîte de Pandore si on ne limite pas nos ambitions technologiques ? Pourquoi, et qu'est-ce qu'on risque par notre action/inaction ?

Les parents de jeunes enfants se font du souci pour *la culture de l'écran*. À votre avis, s'agit-il d'un vrai problème, ou est-ce de la technophobie banale ?

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

III. Tâches pour aller plus loin

Lisez les commentaires sur Amazon.fr pour le livre de Nicholas Carr. Est-ce qu'on critique Carr d'avoir exagéré l'état actuel des choses, ou est-ce que ses soucis sont partagés par ses lecteurs français ?

Essayez de trouver un exemple récent ou historique de la techno-panique. Que disaient les gens à l'époque sur cette innovation ? Quelles prédictions fausses ont été faites par ses détracteurs ?

IV. Stylistique - l'énumération

Lorsque vous rédigez une liste ou décrivez une série d'actions, vous devez coordonner des éléments de même nature et de même fonction sous la même forme grammaticale.

Au lieu de dire :

la presse, la radio et **des** émissions

Formulez la phrase ainsi, en gardant l'article définitif :

la presse, la radio et **les** émissions

Il faut également faire attention aux articles partitifs en énumérant :

Les ouvriers s'inquiètent **de** l'automatisation croissante, **de** la sécurité de travail et **de** l'avenir de leurs professions respectives.

D. Nickolai

Ne mélangez pas les formes grammaticales différentes. Au lieu de dire :

La blogeuse aime lire, écrire, dormir et surtout son chat.

Formulez la phrase ainsi, en gardant la cohérence grammaticale avec un quatrième verbe :

La blogeuse aime **lire**, **écrire**, **dormir** et surtout **passer du temps** avec son chat.

Essayez toujours de garder une harmonie dans l'organisation des éléments. Au lieu de dire :

Il serait difficile de ne pas apprécier les wikis accessibles, les blogs instructifs et les podcasts.

Formulez la phrase ainsi, en gardant l'harmonie des adjectifs :

Il serait difficile de ne pas apprécier les wikis accessibles, les blogs instructifs et les podcasts **éducatifs**.

À vous ! En gardant le thème du cours et les conseils sur l'énumération à l'esprit, essayez de formuler deux phrases originales qui énumèrent quelques aspects sur les innovations de rupture ou sur le néo-luddisme :

a)

b)

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

V. Glossaire/Définitions

Voici encore quelques termes et définitions proposés par les usagers de la version française de Wiktionary.org

le luddisme	« mouvement ouvrier opposé à la machinisation pour protéger emplois et bien-être »
une technologie de rupture	« une innovation qui effectue une percée sur le marché »
un(e) technophobe	« qui n'aime pas ou a peur de la technologie »
la neutralité du Net	« principe fondateur d'Internet qui garantit que l'offre de contenu sur le réseau soit la même pour tous »

VI. Notes bibliographiques et suggestions de lecture

NPR : Citation sur l'étrangleur de Boston

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=2a>
- ❑ <https://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=9870463>

TechDirt : La techno-panique au 15e siècle

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=2b>
- ❑ <https://www.techdirt.com/articles/20110119/05022912725/fifteenth-century-technopanic-about-horrors-printing-press.shtml>

D. Nickolai

Entreprises et Culture Numériques : Entre innovation et résistance au changement

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=2c>
- ❑ <http://www.entreprises-et-cultures-numeriques.org/entre-innovation-et-resistance-au-changement>

Wiley Online Library : Les innovations de rupture

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=2d>
- ❑ <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/joms.12349>

Carr, N. G. (2011). Internet rend-il bête ?, Laffont.

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=2e>
- ❑ <https://www.amazon.fr/Internet-rend-bête-Nicholas-CARR/dp/222112443X>

Bulletin des bibliothèques de France (56) : Du livre enchaîné au DRM

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=2f>
- ❑ https://books.google.com/books?id=76J9kHVOdQU_C

Descartes, René : Recherche de la vérité par les lumières naturelles

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=2g>
- ❑ https://fr.wikisource.org/wiki/Recherche_de_la_vérité_par_les_lumières_naturelles

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

Le Monde : Notre surcharge informationnelle en perspective

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=2h>
- ❑ <http://internetactu.blog.lemonde.fr/2012/03/28/notre-surcharge-informationnelle-en-perspective/>

Paléofutur : La mauvaise réputation des nouveaux médias

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=2i>
- ❑ <https://www.rts.ch/info/sciences-tech/8766868-paleofutur-la-mauvaise-reputation-des-nouveaux-medias.html>

Le Monde : Protéger le textile français

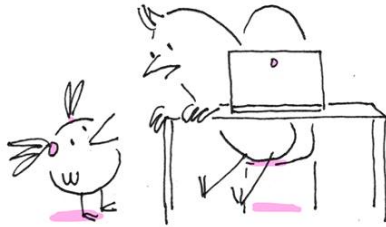
- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=2j>
- ❑ https://www.lemonde.fr/economie/article/2012/07/09/1686-louis-xiv-interdit-le-port-des-indiennes_1730937_3234.html

Les Echos : L'interdiction des tissus décrétée par Louvois en 1686

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=2k>
- ❑ <http://archives.lesechos.fr/archives/2012/Enjeux/00292-027-ENJ.htm>

PAPA, JE VEUX UN COMPTE FACEBOOK!

NON MA CHÉRIE ... TU N'ES PAS ENCORE
CAPABLE D'ÉMETTRE DES AVIS DÉFINITIFS
SUR DES SUJETS QUE TU NE MAÎTRISES PAS
EN RÉPONSE À DES INCONNUS
QUI NE T'ONT RIEN DEMANDÉ.



LÉO PASON :LesZoizos

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

Leçon 3 : Le journalisme citoyen des nouveaux médias

« On doit s'attendre à voir les témoins en place qui participent désormais en direct aux discussions globales sur des plateformes numériques. C'est encore un exemple de l'importance des médias sociaux pour nous aider à comprendre le déroulement des événements partout dans le monde. »

-Dr. Peter Chow-White, professeur à l'université de Simon Fraser, juste après la mort d'Osama Bin-Laden en 2011

Dans l'ère des *nouveaux médias*, le partage des infos ne sera plus jamais le même. Nous vivons dans un monde où les journalistes aspirants ne rencontrent pas les mêmes obstacles logistiques du passé. Les plateformes de partage et les smartphones peu coûteux garantissent une faible barrière à l'entrée du journalisme indépendant. En outre, si un contenu est suffisamment liké et partagé, peu importe qui vous êtes ou pour qui vous travaillez, votre contribution aura éventuellement un effet *viral*. Rappelons qu'un contenu intéressant, choquant, ou scandaleux mis sur Facebook par

D. Nickolai

un inconnu risque de se propager dans le monde entier du jour au lendemain. Certes, parfois le contenu en question n'est qu'une vidéo vachement débile, mais parfois ce qui est partagé est d'une importance sociale capitale. Même les médias les plus puissants et les plus établis ne peuvent plus se passer de *journalisme citoyen*. Effectivement, on voit souvent des reportages professionnels sur les reportages amateurs, et tout d'un coup cela devient du méta-journalisme ! C'est la nouvelle normalité, il faut alors qu'on s'y fasse.

Pour mieux illustrer l'impact du journalisme citoyen, prenons comme exemple le *Printemps arabe* qui éclate d'abord en Tunisie à la fin de 2010 et au début de 2011. Comment comprendre le rôle des nouveaux médias dans cette affaire internationale ? Commençons par le fait que le niveau de vie au Moyen-Orient était anormalement bas à l'époque, et les conditions sociales pour une révolution étaient déjà en place. Or, le plus gros défi dans un contexte révolutionnaire est la mobilisation des gens et cela reste bien difficile quand les médias traditionnels sont trop influencés ou carrément contrôlés par l'État. Comment faire naître une révolution sans une véritable liberté de la presse ? Dans ce cas, et puisqu'on est dans l'ère numérique, on change de plateforme et on s'organise sur internet ! Les premières images et vidéos des manifestations en Tunisie commencent à circuler sur Twitter grâce à des téléphones portables sur place. Les manifestants tunisiens s'organisent sur Facebook et partagent des révélations les plus accablantes de leur président corrompu sur WikiLeaks. Les efforts gouvernementaux de bloquer ces services sont trop peu et arrivent trop tard, et la transition tunisienne vers la démocratie est devenue imparable.

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

Dans l'ancien paradigme des médias, la diffusion des informations se faisait par les parties les plus puissantes : qui contrôle le médium contrôle le message. On ne peut faire autrement sous une dictature que de s'informer par les médias nationaux. Rappelons donc ici que c'est le modèle descendant qui garantit la communication verticale de l'État aux citoyens opprimés. Pour qu'une révolution prenne forme, il est nécessaire qu'il y ait une communication horizontale entre de très nombreuses personnes. Ce sont justement les nouveaux médias qui permettent une telle communication, et cette leçon a été vite apprise par les pays voisins de la Tunisie. Petit à petit, le monde arabe s'est mis à exploiter les outils numériques pour s'organiser et pour renverser des régimes politiques. Somme toute, plusieurs pays se sont impliqués à divers degrés dans les efforts révolutionnaires de 2011 : La Tunisie, la Jordanie, l'Égypte, le Yémen, la Libye, le Maroc et la Syrie.

On affirme cependant que le succès des révoltes dans ces pays s'explique par d'autres facteurs. Certains critiques doutent de l'ampleur de l'importance des nouveaux médias dans le *Printemps arabe* et il serait peut-être injuste de tirer des conclusions trop hâtives à ce sujet. C'est une vérité historique que les révolutions du passé ne comptaient pas sur l'omniprésence des téléphones portables. On pourrait justement se poser la question si le rôle joué par les nouveaux médias n'a été que facilitateur au lieu d'être le facteur décisif ou déterminant du succès. Il est vrai qu'on ne saura peut-être jamais combien cette révolution s'est accélérée par les réseaux sociaux ou par le journalisme citoyen. Ce qui est certain, c'est que ceux qui cherchent à se libérer devront prendre compte de nouvelles

D. Nickolai

méthodes pour galvaniser les gens et les amener à s'engager contre l'oppression. Évidemment, une révolution ne se fait pas toute seule et personne ne nie le besoin de rassembler les forces par tous les moyens possibles. On voit dans les nouveaux médias une démarche possible et efficace pour éliminer une source majeure de friction dans la communication fluide entre citoyens. Les détracteurs ignorent les outils modernes de la communication à leurs risques et périls.

Dans son livre *Arabesques*, l'auteur algérien Ahmed Bensaada va même jusqu'à dire que les révoltes arabes ont bénéficié du soutien direct des États-Unis et de ses entreprises de haute technologie. Parfois taxé de conspirationniste, Bensaada note qu'il y avait à l'époque des initiatives américaines discrètes pour former et financer les militants les plus prometteurs pour qu'ils puissent être en mesure d'exploiter de nouvelles technologies de la communication. Cet auteur suggère ensuite qu'il serait naïf de croire qu'il s'agit des mouvements spontanés dans ce coin du monde. A-t-il raison, ou promeut-il les théories du complot ? Quel était le rôle véritable des États-Unis dans cette affaire ? C'est difficile de déterminer la vérité, car les « preuves » de Bensaada reposent en grande partie sur les fuites non vérifiées de WikiLeaks. On ne peut exclure que ce soit vrai, mais en même temps, la prudence est de rigueur. Quoi qu'il en soit, c'est désormais certain : de nos jours, il est de plus en plus évident que la chute de régimes commence en ligne. Par conséquent, les renversements politiques ne seraient possibles que par les services numériques tels que Facebook et Twitter qui, par ailleurs, comptent des milliers de journalistes citoyens.

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

Avant de conclure cette leçon, ne peignons pas une image trop optimiste de cette situation en pleine évolution, car comme nous le verrons plus tard, ce sont récemment les régimes autocratiques qui se servent de nouveaux médias pour diffuser de fausses informations. On voit de nombreuses tentatives audacieuses de combattre le feu par le feu, et c'est malheureusement la démocratie informée qui risque de brûler. Soyons réalistes, les nouveaux médias n'apportent pas que des bienfaits ! Ils nous exposent également (et de plus en plus) à des campagnes de désinformation et de propagande, et cela est un enjeu qui devrait nous concerner tous.

D. Nickolai

Tableau 3 : Exemples du journalisme citoyen dans l'ère numérique

L'événement	Nouveaux Médias	Résultats
Le printemps arabe	Twitter, YouTube, Facebook	Coups d'état ; départs de chefs de l'État ; changements de gouvernement, de constitution ; de nouvelles élections ; guerres civiles
L'affaire Walter Scott (dans laquelle un homme noir pas armé a été tué par un policier blanc)	Filmé sur un smartphone par un passant et ensuite partagé sur les réseaux sociaux en 2015	Le renvoi du policier ; son emprisonnement ; des caméras corporelles obligatoires pour tous les policiers de la ville
#balanceTonPorc #moiAussi	Propagé par des mots-dièse (mots-clic, hashtags)	Libération de la parole des femmes ; Plaintes pour agression sexuelle et viol augmentent nettement en 2017 ; l'effet domino après la dénonciation de Harvey Weinstein

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

I. Quelques questions de compréhension

Qu'est-ce qui permet au journalisme citoyen d'avoir un tel impact sur le monde ?

- a) Un nouveau désir de se faire entendre dans la sphère publique
- b) Une réduction des obstacles de participer au journalisme amateur
- c) Une méfiance envers les médias traditionnels et nationaux

Les médias contrôlés par un régime autocratique ont tendance à favoriser :

- d) La communication verticale
- e) La communication horizontale
- f) Toute circulation fluide des informations

Les nouveaux médias sont actuellement utilisés à mauvais escient pour diffuser :

- g) De la propagande
- h) Des cris de guerre
- i) Du journalisme citoyen

II. Quelques questions de réflexion

Quel serait l'avantage ou l'intérêt du journalisme citoyen dans un pays déjà libre et démocratique ?

D. Nickolai

Connaissez-vous un exemple d'une histoire importante qui est sortie au grand jour grâce au journalisme citoyen ? Qu'est-ce qui s'est passé ?

III. Tâches pour aller plus loin

Les réseaux sociaux et médias francophones utilisaient de préférence le mot-dièse *#balanceTonPorc* au lieu de *#moiAussi*. Croyez-vous que la formulation française exige une intervention différente ou plus radicale ? Pourquoi ou pourquoi pas ?

Recherchez : Qui est Neda Agha-Soltan ? Pourquoi est-elle souvent évoquée dans cette conversation sur les nouveaux médias, et de quoi est-elle devenue un symbole ?

IV. Stylistique - le doute

Vous avez sans doute des doutes sur l'expression du doute en français ! Notez que le mode utilisé pour exprimer le doute est très souvent le subjonctif :

Nous doutons que les nouveaux médias **soient** une solution miracle aux problèmes du pays.

Il est douteux que Snapchat **ait joué** un rôle important dans cette affaire.

En ce qui concerne la négation du doute, la subordonnée est, en règle générale, suivie par l'indicatif.

On ne doute pas que le printemps arabe **fait** partie de cette histoire.

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

Il n'est pas douteux que les révolutions **ont commencé** en 2011.

Il est hors de doute que les réseaux sociaux **ont permis** une communication fluide entre citoyens.

On voit cependant des exceptions lorsque la négation est faible, ou lorsque la chose en question est peu probable.

Nous ne doutons pas que cette affaire **soit** un peu compliquée, pourtant...

Attention : la formulation « se douter que » veut dire « soupçonner/croire savoir que » et la subordonnée est suivie par l'indicatif (il y a effectivement dans ce cas moins de doute !)

Je me doute que le journalisme citoyen **est** important.
(Il me semble probable que le journalisme citoyen **est** important.)

Examinons maintenant le sens de **s'en douter**

Je m'en doutais bien → Je le savais !

Je ne m'en doutais pas → Je n'aurais pas imaginé

Bon usage : on trouve parfois l'emploi du subjonctif dans les phrases qui expriment la certitude. Bien qu'on puisse considérer cela comme une faute, il est assez commun de tomber sur une phrase comme « il n'y a pas de doute que la Tunisie **ait** joué un rôle important »

D. Nickolai

À vous ! En gardant le thème du cours à l'esprit, essayez de formuler trois phrases originales avec des structures de **doute**.

a)

b)

c)

V. Glossaire/Définitions

Dans cette leçon on a vu quelques nouveaux termes. Profitez des nouveaux médias, comme le site Wiktionary.org, pour trouver de bonnes définitions en ligne pour les termes suivants :

un mot-dièse	« une série de caractères alphanumériques, précédée du signe #, et qui sert à référencer le contenu des micro-messages » -Wiktionary.org
le journalisme citoyen	?
le méta-journalisme	?
la propagande	?

VI. Notes et suggestions de lecture

USA Today - édition internationale (le 4 mai 2011) : Citation du professeur Chow-White

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=3a>
- ❑ <https://www.pressreader.com/usa/usa-today-international-edition/20110504/282746288335024>

The Conversation : Journalisme et les réseaux sociaux

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=3b>
- ❑ <https://theconversation.com/how-investigative-journalists-are-using-social-media-to-uncover-the-truth-66393>

Open Edition : Comment l'usage de Twitter a changé les pratiques journalistiques

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=3c>
- ❑ <https://journals.openedition.org/communication/8660>

Arabesques : Enquête sur le rôle des États-Unis dans les révoltes arabes (2015)

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=3d>
- ❑ <https://www.amazon.fr/Arabesque-Enquête-Etats-Unis-révoltes-arabes/dp/2930827025>

Le Monde : Balance ton porc : la parole se libère sur Twitter

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=3e>
- ❑ https://www.lemonde.fr/pixels/article/2017/10/15/balance-ton-porc-la-parole-se-libere-sur-twitter_5201151_4408996.html

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

Leçon 4 : Les élections démocratiques libres et transparentes

« Puisque l'opinion du peuple constitue le fondement de notre gouvernement, notre objectif principal devrait être de l'informer ; et si je devais choisir entre un gouvernement sans journaux ou des journaux sans gouvernement, je retiendrais sans hésiter la seconde solution. »

*-Thomas Jefferson (francophile et président américain),
Paris, France, 1787*

Dans la leçon précédente, nous avons évoqué les efforts de certains régimes de saper la démocratie pour rester au pouvoir. Toutefois, il convient de noter que les problèmes et l'abus de nouvelles technologies et de nouveaux médias ne sont pas limités aux démocraties instables ou à celles en transition. Même les pays les plus libres et les plus démocratiques du monde ne font pas d'exception à cet égard. On constate que les informations régionales sont vulnérables aux régimes lointains, et les campagnes de désinformation deviennent de plus en plus sophistiquées. Ceux qui en tombent victime ne se doutent même pas de la vraie source des

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

infos qui apparaissent sans explication sur leurs écrans et leurs réseaux sociaux. On voit, on clique, on accepte, on *like*, on partage, et cela se propage comme prévu par son auteur. Examinons maintenant deux questions importantes liées à cette situation : d'où vient cette tendance à tout croire et comment peut-on lutter contre ces initiatives louches des puissances étrangères ?

Notons d'abord que la diffusion de propagande est souvent utilisée pour faire circuler ou faire accepter certaines idées idéologiques, politiques ou sociales. La propagande pourrait être également utile pour mobiliser ou intimider les peuples sous occupation. Lors du siège de Paris, en 1870, on a vu l'utilisation de ballons français comme méthode de diffusion. On a lancé des tracts sur les lignes ennemies avec le message suivant en allemand : *Paris défie l'ennemi. France, précipite-toi tout entière. Mort aux envahisseurs !* Cinquante ans plus tard, c'étaient les avions qui faisaient tomber des tracts sur Vienne pendant la Première Guerre mondiale. Même stratégie de diffusion pour les guerres suivantes en Allemagne, au Japon, en Corée, au Viêt Nam, en Afghanistan et en Irak. Bien que cela puisse nous sembler anachronique ou bizarre d'être persuadé par une carte postale qui tombe du ciel, le principe n'a pas trop changé depuis 150 ans. Ce qui a changé le plus, c'est sans doute la vitesse et le faible coût de transmettre de la propagande aux quatre coins du globe. De nos jours, on cible beaucoup mieux pour beaucoup moins cher, et trop souvent on ne se pose même pas les questions de provenance ou de crédibilité des contenus partagés sur les plateformes numériques.

D. Nickolai

Pour mieux illustrer l'ampleur et la pertinence du problème, il suffit d'examiner ce qui s'est produit lors des élections américaines en 2016. Les États-Unis ont découvert, beaucoup trop tard pour certains, que les agents russes ont acheté de milliers de publicités politiques sur Facebook et Twitter. Leur objectif était de polariser le pays et d'influencer les élections en faveur de Donald Trump. Plus remarquable encore, les Russes se sont très bien renseignés dessus – on visait les usagers de Facebook qui avaient indiqué une préférence pour Fox News en leur montrant des contenus sur des sujets très sensibles aux États-Unis, comme la brutalité policière, l'immigration illégale et l'avortement. Il y avait même un message de *l'armée de Jésus* qui insistait que Hillary Clinton et Satan travaillaient ensemble ! Il s'avère que cette campagne publicitaire a connu un énorme succès, parce qu'il n'existait pas de mécanisme à l'époque pour empêcher ou même identifier cette sorte d'influence étrangère. D'ailleurs, qui aurait pu soupçonner que les Russes cherchaient à semer la discorde chez les Ricains en 2016 ? La guerre froide est terminée depuis très longtemps ! En outre, on ne change pas le dénouement d'une élection en achetant des *likes*, n'est-ce pas ? En tout cas, c'était la défense originale de Facebook qui cherchait à minimiser son rôle dans cette affaire controversée. Toutefois, il s'agit sans doute d'un problème nettement plus important que ce qu'on en dit. Peu après, Facebook a embauché 3000 employés pour examiner et réviser les contenus discutables sur sa plateforme.

Comment en sommes-nous arrivés à la situation actuelle ? On sait tous que les articles et les médias partagés sur les réseaux sociaux ne se prêtent pas toujours à une analyse approfondie ou objective. Les gens sont souvent crédules et prêts à croire n'importe quel *post* qui

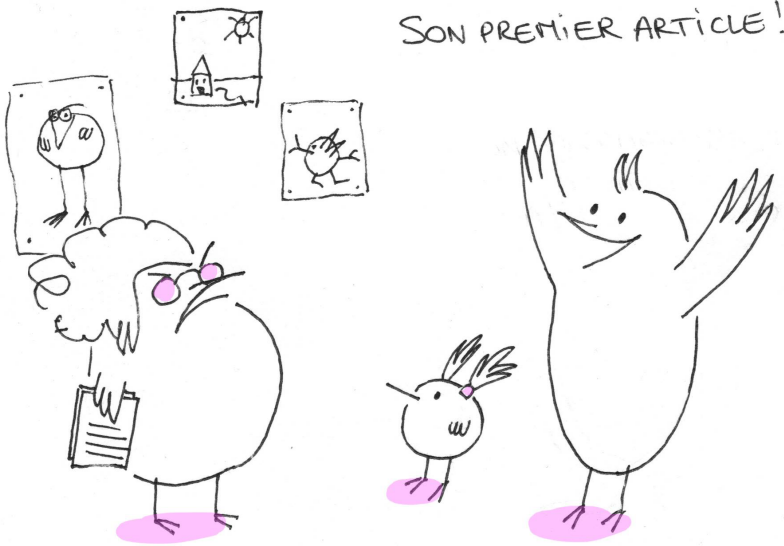
Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

soit partagé par leurs proches. Malheureusement, on ne prend pas le temps de s'interroger sur les faits. Or, pourquoi en est-il ainsi ? Notons que certains font confiance aux nouveaux médias puisqu'ils ont l'habitude de faire confiance aux médias traditionnels. Pourtant, cette façon de raisonner est naïve et dangereuse – la santé d'une démocratie compte sur le fait que ses citoyens soient bien informés. Si on a tendance à accepter la version des faits des journaux traditionnels, c'est sans doute parce qu'il y a très souvent des conséquences considérables quand leur crédibilité est mise en cause. Ceux qui déforment la vérité risquent de perdre leur public et leurs annonceurs, car c'est la crédibilité qui permet la poursuite des opérations médiatiques. La malhonnêteté, même légère, conduit à des problèmes financiers pour les grands organismes de presse. Presque tous les revenus proviennent de la publicité, et la presse traditionnelle ne peut survivre autrement dans ce paradigme auquel nous sommes tous habitués.

De toute évidence, le revers de la médaille, c'est que les lecteurs et téléspectateurs des médias dominants ne sont pas *tous* prêts à croire n'importe quelle histoire. Alors qu'il est vrai que la malhonnêteté journalistique entraîne de nombreuses conséquences pour les médias traditionnels, cela n'empêche guère la mise en cause constante de l'impartialité de la presse, surtout par un certain président américain. Certes, il existe de bonnes raisons de croire qu'une ligne éditoriale dépend d'une certaine idéologie conservatrice ou libérale. Tout cela est parfaitement documenté en ligne et les cas les plus flagrants sont bien connus. Mais, s'agit-il d'une tempête dans un verre d'eau ou est-ce qu'un grave problème auquel il faudra vite trouver une solution ? Y a-t-il vraiment une épidémie internationale de médias partiaux ?

D. Nickolai

VOTRE FILLE M'A REMIS UNE RÉDACTION
BOURRÉE D'ERREURS, DE MENSONGES
ET D'AFFABULATIONS.



LÉO PAJON  LesZozos

On est sans doute nombreux à en avoir ras-le-bol des allégations incessantes de *fake news* ! Ces fausses nouvelles, ou *l'infox*, s'expliquent par le désir débridé de certains d'obtenir un avantage social, économique ou politique. Il y a également des médias qui accordent un traitement de faveur aux annonceurs importants pour ne pas les perdre. Or, s'il y a une confiance excessive aux nouveaux médias, c'est probablement dû en partie à ce phénomène. Il y a effectivement des gens qui s'appuient trop sur les nouvelles

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

plateformes de l'information parce qu'ils se méfient des organes de presse traditionnels. Bien que ce soit vrai que la prudence s'impose en consommant les infos, et il ne faut surtout pas accepter immédiatement tout ce qu'on lit dans la presse, on doit cependant reconnaître que l'impartialité des nouveaux médias ne pose pas moins de problèmes ! Notons ici que le succès de nos jours, sur ces plateformes numériques, se mesure par le nombre de clics quotidien ! Ce sont justement les clics qui font du fric ! On n'échappe donc pas au problème de crédibilité en changeant de paradigme.

Alors, que faire ? Si on est convaincu de l'importance des infos objectives pour qu'une démocratie demeure saine, il faudra qu'on reste vigilant en permanence. Avant de *liker* ou de partager des articles (ou des mèmes de l'armée de Jésus !), il vaut mieux prendre quelques minutes de vérifier et de confirmer l'impartialité de la source en question. On ne fait que commencer à comprendre l'ampleur du problème dont nous traitons dans cette leçon, mais nous reconnaissons depuis très longtemps l'importance des informations de qualité pour notre futur et bien-être collectifs. La crédibilité des médias, d'hier ou d'aujourd'hui, reste indispensable au fonctionnement optimal de tout système de gouvernement. Thomas Jefferson nous rappelle à juste titre que l'opinion publique se forme en fonction de ce que nous lisons (en ligne comme ailleurs) et une nation mal informée n'est pas viable à long terme. Restons alors tous et toutes sur le qui-vive, car l'enjeu n'est autre que la santé de notre démocratie.

D. Nickolai

I. Quelques questions de compréhension

Ce sont les pays et nations _____ où on vise à compromettre la démocratie informée

- a) les moins stables
- b) les plus stables
- c) de toute sorte

D'où vient la tendance chez certains à faire confiance aux nouveaux médias ?

- d) La tradition du journalisme responsable
- e) L'adhésion à un parti politique
- f) La sophistication de nouvelles plateformes numériques

La liberté de la presse et l'opinion informée des citoyens permettent _____

- g) l'impartialité de la presse
- h) les élections libres et transparentes
- i) les conditions propices à une démocratie saine

II. Quelques questions de réflexion

Quel serait l'intérêt de mettre en cause la crédibilité de la presse lors d'une campagne électorale ou au cours d'une présidence ?

Quelle est la responsabilité des plateformes numériques, comme Facebook, sur lesquelles les fausses nouvelles sont diffusées et partagées ?

III. Tâches pour aller plus loin

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

Recherchez : Pourquoi le journaliste américain Brian Williams a-t-il été suspendu sans salaire en 2015 ? Que pensez-vous du fait qu'il travaille de nouveau chez NBC ?

Recherchez : François Bugingo était une figure médiatique assez importante au Québec. Pourquoi a-t-il rendu sa carte de presse en 2015 ? Quelles étaient les répercussions de cette affaire internationale ?

Recherchez : Quels sont les sites ou services actuels qui demandent des comptes aux médias malhonnêtes ? Quels outils sont à votre disposition pour juger la qualité des contenus partagés en ligne ?

Recherchez : Au cours de l'été 2019, les plus grandes plateformes numériques (Facebook, YouTube, Twitter) ont toutes agi contre une campagne de propagande chinoise sur les réseaux sociaux. Faites des recherches pour mieux comprendre la crise hongkongaise en notant les différences de l'incident américain en 2016.

D. Nickolai

IV. Stylistique — ressentir, se sentir, éprouver

Pour ceux qui apprennent le français, il est facile de confondre tous les verbes associés aux *sentiments*. Dans cette leçon on verra des exemples concrets en contexte qui vous aideront à mettre les choses au clair !

Notons d'abord que le verbe « **se sentir** » est suivi soit par un adjectif soit par un adverbe :

Les électeurs américains **se sentent trahis** par la société britannique *Cambridge Analytica*.

De toute évidence, Facebook **ne se sent pas mal** pour ce qui s'est passé sur sa plateforme.

À ne pas confondre avec le verbe **sentir** :

l'odorat : ça **sent** bon dans ce restau / beurk! ça **sent** le poisson / tu **sens** bon !

le toucher : pour reconnaître un vrai billet de 20 €, il faut **sentir** toutes les parties en relief

Il y a également le verbe « **ressentir** » qui est suivi par un substantif :

L'ancien président **ressent de la culpabilité** pour la crise humanitaire après la guerre.

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

Son parti politique **ressent de la colère** envers les réseaux sociaux.

Le journaliste **ressent une grande fierté** en regardant son reportage sur les manifestants.

Le verbe « **éprouver** » est comme « **ressentir** », mais il est plus fort et plus profond, et il s'agit d'un registre plus soutenu. Prenons comme exemple la tristesse :

Puisqu'elle avait très peu de *like* sur sa photo de profil, elle **ressentait de la tristesse**.

La YouTubeuse **éprouvait de la tristesse** après la fin soudaine et tragique de sa carrière.

Dans le deuxième exemple, on note que la YouTubeuse est *mise à l'épreuve*, et qu'il s'agit d'un problème beaucoup plus grave que l'histoire de la photo de profil. Notez que les deux verbes restent assez proches.

À vous !

a) Encercler le verbe correct dans les phrases suivantes :

Les téléspectateurs [**sentent / se sentent**] déçus par l'inaction du réseau de télévision.

D. Nickolai

On [**a ressenti / s'est senti**] une grande nostalgie en relisant notre ancien blog.

La vlogueuse [**ressent / se sent**] de la joie en regardant ses vues et revenus pour le mois.

Les deux victimes ont [**ressenti / éprouvé**] une dépression majeure après l'incident.

b) En gardant le thème du cours à l'esprit, essayez de formuler trois phrases originales avec les verbes se sentir, ressentir et éprouver.

- i)
- ii)
- iii)

V. Glossaire/Définitions

Dans cette leçon on a vu quelques nouveaux termes. Profitez des nouveaux médias, comme le site Wiktionary.org, pour trouver de bonnes définitions en ligne pour les termes suivants :

l'infox	?
l'impartialité de la presse	?
les médias dominants	?
les campagnes de désinformation	?

VI. Notes et suggestions de lecture

Wilhelm, A. G. (2002). Democracy in the digital age: Challenges to political life in cyberspace. Routledge. Citation du président Jefferson.

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=4a>
- ❑ <https://www.amazon.com/Democracy-Digital-Age-Challenges-Cyberspace/dp/0415924359>

Tam tam info group : L'impartialité journalistique en question au Niger

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=4b>
- ❑ <http://www.tamtaminfo.com/limpartialite-journalistique-en-question/>

Barrons : La technologie n'est pas toute puissante

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=4c>
- ❑ <https://www.barrons.com/articles/facebook-tesla-realize-technology-cant-solve-everything-1494018925>

Le LabEx EHNE : De la propagande au front au front de la propagande

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=4d>
- ❑ <https://ehne.fr/article/guerres-et-traces-de-guerre/fronts-de-guerre/de-la-propagande-au-front-au-front-de-propagande>

D. Nickolai

France 24 : Les réseaux sociaux et l'élection américaine

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=4e>
 - ❑ <https://www.france24.com/fr/20171102-facebook-publicite-reseaux-sociaux-trump-russie-election-americaine-clinton>

Radio Canada : Brian Williams suspendu six mois

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=4f>
 - ❑ <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/706341/brian-williams-presentateur-nbc-suspendu-six-mois-mensonges-guerre-irak>

La Presse : Bugging et des reportages inventés de toutes pièces

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=4g>
 - ❑ <https://www.lapresse.ca/arts/medias/201505/22/01-4871868-francois-bugingo-des-reportages-inventes-de-toutes-pieces.php>

NPR : Des centaines de chaînes de propagande chinoise désactivée par YouTube

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=4h>
 - ❑ <https://www.npr.org/2019/08/23/753626357/youtube-channels-suspended-for-coordinated-influence-campaign-against-hong-kong>

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

Leçon 5 : Sommes-nous tous accros aux nouveaux médias ?

« Les géants des réseaux sociaux doivent arrêter de prétendre qu'ils sont les dieux geek amicaux créant un monde meilleur pour tous, et doivent enfin admettre qu'ils sont juste des producteurs de tabac en t-shirts, vendant un produit addictif à nos enfants. Parce que, soyons honnêtes, vérifier vos likes, c'est la nouvelle cigarette. »

-Bill Maher, humoriste, animateur de télévision, lors d'une émission diffusée en mai 2017

Le temps est venu de plonger dans le monde des nouveaux comportements des usagers des nouveaux médias. Commençons par le premier geste de la journée : que fait-on tôt le matin, avant même de quitter le lit ? Naturellement, on tend le bras pour attraper notre smartphone, d'abord pour désactiver le réveil, et ensuite pour faire un petit tour rapidos sur les réseaux sociaux. Il y a également le besoin (ressenti) de confirmer qu'on n'a pas d'appels ou de textos reçus pendant la nuit. Cette première consultation matinale fait sans

D. Nickolai

doute partie de notre *FOMO*, ou la peur constante de manquer quelque chose d'important. Lors d'une journée typique, les jeunes (16 - 30 ans) passent environ 3,2 heures par jour sur leur smartphone, et arrivent à déverrouiller ces appareils entre 50 et 90 fois par jour. On accorde donc beaucoup d'importance à rester connecté pendant la journée, et cette connexion reste peu interrompue jusqu'à nos dernières heures de veille. Or, ce désir de rester branché en toute circonstance, est-il un véritable problème ? Y a-t-il de quoi s'inquiéter en ce qui concerne les nouveaux comportements dans l'ère numérique ? Dans cette leçon nous allons examiner ce que ça veut dire d'être *accros* et pourquoi cette question devrait nous concerner.

Certains déplorent le fait qu'on soit absorbé par ces petits écrans lumineux qui exigent une attention permanente. Lors des réunions pros, des repas amicaux, des rencards foirés, la présence lourde des smartphones se fait sentir par tous. Mais, qu'est-ce qui explique cette connexion permanente ? Pourquoi et comment en sommes-nous venus là ? Et plus important encore, sommes-nous vraiment *accros* à la technologie, ou s'agit-il simplement d'une belle distraction ? Pour s'interroger sur la question de notre dépendance sur ces appareils, définissons maintenant le terme *addiction*. Il s'agit surtout d'une conduite régulière et irrépessible qui, malgré des efforts de la personne, finit par créer de graves problèmes dans sa vie. On a affaire donc à un comportement compulsif qui mène à des répercussions négatives. Avec cette définition à l'esprit, il est peu étonnant d'apprendre que les psychologues étudient actuellement la *cyberdépendance* qui engendre souvent des conséquences néfastes. Pour certains, il s'agit d'une véritable addiction où l'emploi

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

compulsif de la technologie devient un comportement complètement hors contrôle.



Avant d'aborder la question du *pourquoi*, commençons par les conséquences des nouveaux comportements liés à la technologie. En effet, quels genres de problèmes pourraient vraiment survenir, et qu'est-ce qui pourrait mal tourner ? Commençons par le danger immédiat de se déplacer lorsqu'on est distrait en voiture ou au moment de traverser la rue à pied. De toute évidence, cela pourrait

D. Nickolai

nous coûter la vie. Ce n'est pas par hasard que le nombre de morts sur les routes en France est en augmentation ces dernières années. Cela coïncide parfaitement avec l'arrivée des petits écrans de poche. Le fait que les conducteurs soient plus distraits que jamais est la raison pour laquelle on voit de nouvelles lois sur la distraction au volant. En France, ce comportement est strictement interdit depuis 2015, et on risque de payer des amendes considérables et de perdre des points du permis de conduire. Il y a même le cas récent, en 2018, du conducteur français condamné à trois ans de prison pour avoir tué un cycliste de 16 ans. Il a renversé mortellement le jeune alors qu'il envoyait des textos au volant. En effet, quelle que soit la tâche, si elle exige notre attention et prudence, il vaut mieux laisser nos écrans hors de portée.

Bien sûr, ce n'est pas toujours une question de vie ou de mort. Dans notre quête de rester connectés plus que jamais au monde et à notre cercle d'amis, beaucoup d'entre nous finissent avec une sorte de déconnexion. Si nos écrans arrivent à attirer notre attention, c'est très souvent au détriment de ce qu'on fait déjà et avec qui on le fait. Cette inattention, qui peut être gênante entre amis, est encore plus insupportable dans les relations amoureuses. D'après des études américaines, plus de 46 % des gens croient que leur partenaire fait plus d'attention à son écran qu'à son couple. On voit dans ces cas que le portable devient l'ennemi du couple, car il provoque des disputes et mène au mécontentement de la relation. Un manque ou même une réduction d'attention envers son couple risque de mettre fin à la connexion qu'on estime la plus importante, celle avec notre conjoint.

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

Intéressons-nous maintenant au *pourquoi* de cette dépendance. On peut établir d'importantes comparaisons entre les drogues et les comportements dont on parle. Le psychiatre addictologue Laurent Karila explique qu'on constate chez certains internautes des symptômes de *sevrage* quand l'accès au web est réduit. Il y a donc un « manque » ressenti, comme si c'était une véritable drogue toxicomanogène. Quant au plaisir ressenti, notons qu'il y a visiblement des effets non virtuels à se connecter sur les réseaux sociaux. Notre cerveau reçoit une nano-dose de dopamine pour chaque LOL, chaque pouce en haut et chaque même drôle partagé sur ces pages dites « sociales ». Ce neurotransmetteur provoque une réaction de plaisir qui n'est pas forcément anodine. On parle souvent de la « boucle de gratification » numérique dans laquelle on ne voit pas l'heure passer et tout plaisir reçu est soumis à la loi des *rendements décroissants*. Les internautes s'enlisent dans un cycle qui devient de moins en moins satisfaisant, et duquel ils ont du mal à s'échapper.

Confrontés à l'appel constant des nouveaux médias, avouons ici qu'il s'agit d'un combat inégal et on est mal équipés pour y faire face. Les plateformes numériques sont prêtes à tout pour garder notre attention. Dans un premier temps, il y a ces fameuses pastilles de notification rouges qui s'affichent à la moindre occasion. Même dans les moments exceptionnels où le portable n'est pas déjà à la main, ces alertes font vibrer ou sonner l'appareil pour attirer notre attention précieuse. En outre, le choix de présenter un certain contenu à un certain moment à un certain individu n'est pas fait au hasard. Au contraire, ce sont des algorithmes sophistiqués qui sont conçus à partir des données comportementales qui cherchent à maximiser

D. Nickolai

notre engagement. D'où vient l'importance de « Big Data » qui sert à mesurer quels changements sont les plus prometteurs pour augmenter le temps passé en ligne.

Comme note à juste titre Manuel Diaz, « L'attention va être la nouvelle monnaie de notre économie. » Cette observation semble être déjà le cas. Prenons comme exemple Twitter, qui compte presque 4000 employés en 2018. C'est bel et bien notre *attention* qui paye tous ces salaires, et pas les abonnements payants. L'objectif principal des plateformes modernes se résume ainsi : prolonger le temps passé sur le site pour afficher un max de publicités pour faire le plus d'argent possible. En plus, une plateforme comme Facebook nous *étudie*, en nous traitant comme des cochons d'Inde pour mieux comprendre l'engagement des contenus affichés. Si un réseau social fournit le bon contenu au bon moment, on passera un peu plus de temps sur le site, et chaque minute de plus est rentable.

Dans cette leçon nous avons exploré l'idée que les nouveaux médias ont modifié nos comportements quotidiens. Bien qu'on soit nombreux à ne pas comprendre l'ampleur de ces changements, il est de plus en plus évident que nous avons affaire à un nouveau monde plein de nouveaux défis et soucis. Il semble prudent de faire appel à la modération, en prenant les nouveaux médias comme on prend une bouteille de vin. On se bourre la face au risque de subir de grosses conséquences !

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

Tableau 4 : Les Français branchés en quelques chiffres

81 %	des Français utilisent leur smartphone pendant les repas en famille ou entre amis
59 %	des conducteurs français utilisent leur smartphone au volant
66 %	des piétons français consultent leur smartphone en marchant en ville
43 %	des jeunes français disent que l'usage excessif du téléphone provoque des conflits

I. Quelques questions de compréhension

Une véritable addiction consiste en _____ .

- a) un désir irrésistible hors contrôle qui reste presque impossible à gérer
- b) un comportement compulsif qui persiste en dépit des conséquences négatives
- c) une sévère diminution de la qualité de vie et des conséquences sociales lourdes

Les dangers associés à l'emploi excessif des smartphones concernent _____ .

- d) tout le monde vivant dans une société de plus en plus distraite
- e) les chauffeurs et piétons qui se déplacent dans les grandes villes
- f) les amis et couples qui veulent garder de forts liens d'amitié

D. Nickolai

Pourquoi est-ce qu'on a tant de difficulté à se déconnecter des plateformes numériques modernes ?

- g) notre attention est soigneusement captée, manipulée, et vendue
- h) le simple désir et plaisir de rester branché en tout temps
- i) on s'ennuie plus que jamais et c'est amusant de se connecter

II. Quelques questions de réflexion

Dans quelle mesure les nouveaux médias sont-ils responsables de vos habitudes ?

Pensez-vous que nous soyons plus connectés plus que jamais aux autres, ou s'agit-il plutôt d'une déconnexion de la société ?

Croyez-vous que les nouveaux comportements soulignés dans cette leçon soient malsains ? Pourquoi, ou pourquoi pas ?

III. Tâches pour aller plus loin

Quelles sortes d'expériences ont été réalisées par les grandes plateformes pour quantifier l'engagement des usagers ? Est-ce que ces expériences vous semblent éthiques ou pas ?

Dans la presse anglophone, on parle de « technoférence » dans nos vies et dans nos relations. Faites des recherches sur internet pour examiner en quoi consiste ce phénomène.

IV. Stylistique - Ramène-moi à l'ère pré-numérique !

Pour ceux qui apprennent le français, il est facile de confondre les verbes suivants : *amener*, *emmener*, *apporter*, *emporter*. Dans cette leçon on verra des exemples concrets en contexte qui vous aideront à mettre les choses au clair !

Notons d'abord que « amener » et « emmener » sont utilisés principalement pour les gens, les animaux, et les voitures. Les verbes « apporter » et « emporter » sont principalement employés pour parler des objets portables.

Les gens, les animaux, les véhicules	amener / emmener ramener / remmener (pour un retour)
Les objets inanimés qu'on peut porter	apporter / emporter rapporter / remporter (pour un retour)

En plus, il faut faire attention à OÙ vous êtes car la destination est importante pour établir le contexte. Voici quelques exemples :

- J'apporte mon ordi au cybercafé → (objet / pas encore arrivé au cybercafé)
- J'amène mon chien au cybercafé → (animal / pas encore arrivé au cybercafé)
- J'emporte mon ordi puisqu'il est finalement réparé → (objet / on quitte le cybercafé)
- J'emmène mon chien au parc → (animal / on quitte le cybercafé pour aller au parc)

D. Nickolai

À vous ! - Voici un exemple légèrement modifié de la Bescherelle canadienne. Pouvez-vous faire le bon choix des verbes ?

Un écolier a envoyé le texto suivant : « Mamie, mon bus est coincé dans le trafic, merci d' (apporter, emmener, amener) maintenant Adrien à l'aréna, je lui (apporte, amène, emporte) là-bas son sac d'équipement. »

Vous hésitez ? Consultez le texte original à <http://bescherelle.ca/emmener-et-emporter>

Le bon usage ! Notez que même les francophones natifs sont nombreux à confondre tous ces verbes, ne vous désespérez pas alors si vous avez du mal à suivre le bon usage souligné dans cette leçon !

V. Glossaire / Définitions

Dans cette leçon on a vu quelques nouveaux termes. Profitez des nouveaux médias, comme le site Wiktionary.org, pour trouver de bonnes définitions en ligne pour les termes suivants :

l'addiction	?
la cyberdépendance	?
le sevrage	?
la dopamine	?
une boucle de gratification	?

VI. Notes et suggestions de lecture

Huffington Post : Citation de Bill Maher sur les réseaux sociaux

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=5a>
- ❑ https://www.huffpost.com/entry/bill-maher-social-media-drug-dealers_n_5916a78ce4b0031e737dd975

Le Figaro : On passe l'équivalent d'une journée par semaine sur notre smartphone

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=5b>
- ❑ <http://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/2015/11/30/32001-20151130ARTFIG00268-les-16-30-ans-passent-l-equivalent-d-une-journee-par-semaine-sur-leur-smartphone.php>

Usbek et Rica : On sera bientôt sur nos smartphones 8 h par jour

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=5c>
- ❑ <https://usbeketrica.com/article/on-approche-du-moment-ou-on-sera-sur-nos-smartphones-8-heures-par-jour>

Télérama : Accros aux smartphones

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=5d>
- ❑ https://www.telerama.fr/medias/accros-aux-smartphones-six-lanceurs-dalerte-a-ecouter-de-toute-urgence_n5910961.php

La Radio-télévision belge de la Fédération Wallonie-Bruxelles : Accros aux portables

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=5e>
- ❑ https://www.rtb.be/lapremiere/article/detail_sommes-nous-tous-accros-a-nos-smartphones?id=9821851

D. Nickolai

Cally Romain : Surconsommation et addiction

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=5f>
- ❑ <https://www.fichier-pdf.fr/2014/05/09/cally-romain-internet-marketing-surconsommation-addictions/cally-romain-internet-marketing-surconsommation-addictions.pdf>

Le Monde : Les notifications en question

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=5g>
- ❑ <http://internetactu.blog.lemonde.fr/2018/03/10/les-notifications-en-questions/>

The Conversation : Dopamine et ce qu'on ne vous dit pas sur les réseaux sociaux

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=5h>
- ❑ <http://theconversation.com/ce-quon-ne-vous-dit-pas-sur-les-reseaux-sociaux-87351>

Association Prévention Routière : La distraction au volant

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=5i>
- ❑ <http://jamaisseulsurlaroute.fr/la-distraction-au-volant/>

Automobile Club : Distraction et inattention au volant

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=5j>
- ❑ <https://www.automobile-club.org/actualites/securite-routiere/distraction-et-inattention-au-volant>

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

Tonight Montauban : Cycliste tué dans le midi

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=5k>
 - ❑ <http://tonight-montauban.fr/tarn-et-garonne-prison-ferme-pour-avoir-tue-un-cycliste-alors-quil-envoyait-des-sms-au-volant>

Psychology Today : Technoférence

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=5l>
 - ❑ <https://www.psychologytoday.com/us/blog/the-squeaky-wheel/201501/how-cellphone-use-can-disconnect-your-relationship>

New York Times : Technoférence

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=5m>
 - ❑ <https://www.nytimes.com/2016/10/30/style/smartphones-iphone-marriage-husbands-wives-technology.html>

Santé Magazine : Quand les smartphones détruisent le couple

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=5n>
 - ❑ <https://www.santemagazine.fr/actualites/actualites-psycho-sexo/quand-les-smartphones-detruisent-le-couple-190552>

Statista : Nombre d'employés de Twitter

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=5o>
 - ❑ <https://www.statista.com/statistics/272140/employees-of-twitter/>

Spread Family : Manuel Diaz

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=5p>

D. Nickolai

- ❑ <https://www.spreadfamily.fr/le-blog/keynote-manuel-diaz-digitalises/>

Services Mobiles : Chiffres sur le marché mobile

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=5q>
- ❑ <https://www.servicesmobiles.fr/20-chiffres-sur-le-marche-mobile-a-connaître-en-2018-38749/>

La Chaîne Info : Tous les chiffres du tableau 4

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=5r>
- ❑ <https://www.lci.fr/societe/journees-sans-telephone-portable-10-chiffres-qui-prouvent-que-nous-sommes-accros-a-notre-smartphone-2024614.html>

France TV Info : Contrôler le temps passé sur écran

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=5s>
- ❑ https://www.francetvinfo.fr/replay-radio/nouveau-monde/nouveau-monde-liphone-permet-desormais-de-controler-le-temps-passe-sur-ecran_2922361.html

Le Figaro : Amener versus emmener

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=5t>
- ❑ <http://www.lefigaro.fr/langue-francaise/expressions-francaises/2018/02/13/37003-20180213ARTFIG00012-amener-emmener-apporter-ne-faites-plus-la-faute.php>

La Bescherelle : Emmener et emporter

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=5u>
- ❑ <http://bescherelle.ca/emmener-et-emporter/>

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

Leçon 6 : Les bouquins imprimés dans l'ère numérique

« Pour cette question, j'avoue que je suis un peu ringard – quand je meurs je voudrais laisser à mes enfants une salle pleine de livres, pas un objet en plastique auquel il faudra deviner le mot de passe. »

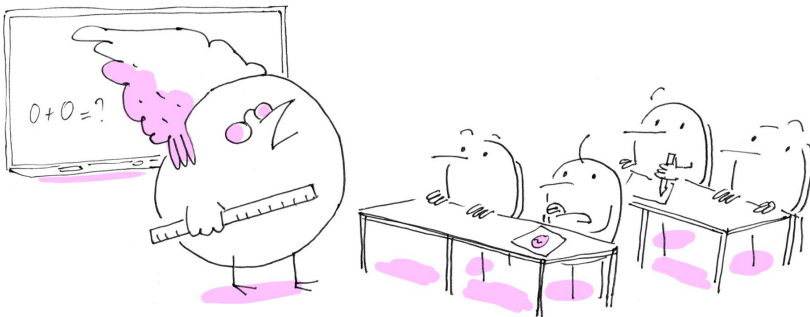
-Lev Grossman, auteur américain de la trilogie « Les Magiciens », 2014

A un moment donné, vous vous êtes peut-être posé la question suivante : à quoi ça sert de lire un livre imprimé ? En effet, au premier regard, les avantages ne sont pas forcément évidents. Même si vous avez une forte prédilection pour le papier et l'encre, pour une raison quelconque, comment pourriez-vous justifier cette préférence médiévale dans l'ère numérique ? Les livres sont lourds, leur production et livraison coûtent cher, et ce n'est pas possible d'effectuer une simple recherche de mots-clés comme on le fait facilement sur des liseuses modernes. En outre, n'oublions pas qu'on fait tomber de millions d'arbres chaque mois pour produire des bouquins et des magazines ! Pour ceux et celles qui aiment lire, la production d'un Kindle a moins d'impact écologique qu'une

D. Nickolai

quantité élevée de livres en papier. Les écrans de poche sont donc plus pratiques, plus rapides et plus verts en ce qui concerne l'empreinte carbone (en tout cas, cela est vrai pour les lecteurs voraces). Cependant, les livres imprimés demeurent sacrés aux yeux de certains, et ceci n'est pas tout à fait sans fondement. Dans cette leçon nous allons examiner le rôle et l'intérêt des livres physiques dans un monde de plus en plus virtuel.

VOTRE CAPACITÉ DE CONCENTRATION
ET DE TRAVAIL ÉTANT DE PLUS EN PLUS
FAIBLE, NOUS ÉTUDIERONS CETTE ANNÉE
MACBETH DANS SA VERSION CONSOLE.



LÉO PAJON  Les Zoizos

Un thème récurrent au cœur des dernières leçons est celui de notre attention, qui reste, malgré les efforts des grandes plateformes, une ressource épuisable. Mais si on a du mal à se concentrer, est-ce que c'est vraiment la faute aux nouveaux médias ? Même en lisant un

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

livre traditionnel qui n'affiche pas les alertes constantes, l'esprit risque de vagabonder aux autres pensées. On connaît tous cette expérience inquiétante qui consiste à tourner les pages d'un bouquin sans absorber leur contenu. Rien de plus normal qu'on fasse un petit tour en arrière pour relire un petit paragraphe ou même des pages entières. Avouons alors que la distraction fait partie de la condition humaine et on y est tous susceptibles. Certes, d'un point de vue évolutionnaire, une concentration non brisée risque d'avoir de mauvaises conséquences. Il est donc parfois vital de tourner notre attention à ce qui bouge dans l'herbe ! Pourtant, on a visiblement besoin de se concentrer pour apprendre et pour acquérir de nouvelles compétences et aptitudes. A cet égard, il serait logique d'essayer de minimiser autant que possible les distractions qui ne mettent pas la vie en danger. Or, si les êtres humains sont facilement distraits, même en lisant un roman captivant en papier, par quel miracle va-t-on arriver à se concentrer sur un appareil connecté au cloud ?

Il serait injuste de continuer sans souligner la différence entre un appareil « multitâche » comme un iPad et une liseuse simple comme un Kindle de base. Ce dernier a été conçu justement pour respecter et conserver autant que possible l'expérience traditionnelle de la lecture. Dans ce cas, il s'agit d'un appareil *monotâche*, juste comme un livre imprimé. D'après certains chercheurs, le problème principal des appareils connectés est que leurs usagers sous-estiment le coût cognitif de passer d'une tâche à l'autre. Alors que cela peut nous sembler raisonnable et bien efficace de gérer deux choses au même temps, les conséquences sont en fait assez lourdes. Les études américaines montrent que les efforts d'augmenter notre productivité (en faisant plusieurs choses simultanément) ne finissent que par

D. Nickolai

augmenter les erreurs et le temps nécessaire pour accomplir toutes les tâches en question. Pour ceux qui cherchent à rester efficaces, productifs, tout en minimisant les erreurs, il vaut mieux se débrancher d'internet. Il s'avère que l'interruption constante est l'ennemi de la concentration et de l'apprentissage. Un des avantages notables d'un livre traditionnel est le manque des notifications nuisibles qui s'affichent inlassablement et qui brisent notre attention précieuse.

Certains diront qu'une liseuse non connectée leur permet d'atteindre un état de flux ininterrompu lors de la lecture. Alors que cela est sans doute vrai, il semble que les livres traditionnels aient d'autres avantages qui ne sont pas encore bien compris par les chercheurs. Quand les deux formats sont comparés, plusieurs études ont montré des gains de compréhension pour ceux qui lisent le même texte sur papier. Il est possible que ce phénomène soit dû au fait que la mémoire est facilitée par l'orientation spatiale et la nature physique des livres. Le philosophe et écrivain suisse Alain de Botton résume son expérience avec son Kindle ainsi : « Je suis un apostat récent des livres numériques. Je me suis rendu compte que je ne pouvais pas me souvenir à long terme de ce que j'ai lu sur mon Kindle. C'était comme si je ne l'ai jamais lu. » Il semble que cette observation, qui reste purement anecdotique, explique un peu les particularités des livres physiques, qui ont beaucoup moins en commun avec leurs homologues numériques que l'on croyait.

Le patrologue Jean-Claude Larchet, pour sa part, explique que « beaucoup de lecteurs classiques ont noté combien l'existence physique du livre, la possibilité de le voir en entier, de le sentir et de

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

le toucher, joue un rôle important non seulement dans le rapport du livre, mais dans le rapport au texte et la nature de la lecture. » Cet auteur avance l'idée que le caractère physique d'un bouquin permet au lecteur de mieux saisir son contenu, puisque le texte est plus réel, et moins virtuel. Effectivement, on voit chez plusieurs auteurs et lecteurs une forte préférence pour les livres physiques, et cette tendance n'est pas limitée aux gens d'âge moyen ou avancé. Une étude qui est sortie en 2018 a examiné la notion de « propriété numérique », une autre idée qui mérite notre attention. Il s'avère que les jeunes (de la génération Y) accordent plus de valeur aux objets réels, comme des bouquins physiques. D'après l'étude, le sentiment de propriété est plus faible pour tout ce qui est numérique. On a moins de contrôle sur un objet virtuel, et ces cyberobjets ne nous définissent pas au même titre qu'un objet physique. Si l'objet en question n'arrive pas à renforcer ou peindre un peu notre identité ou suggérer qui nous sommes, cela ne nous aidera pas à établir notre caractère unique dans une société hétérogène. Une chemise stylée physique, par exemple, évoque un sentiment de propriété et d'identité plus fort que le même vêtement mis sur un avatar, d'où vient son importance, et peut-être l'importance des livres physiques au XXI^e siècle. On ne peut qu'émettre des hypothèses à ce stade, mais il est clair que les livres physiques ont quelque chose de plus concret et de plus réel pour certains lecteurs.

Les détracteurs des nouveaux médias ajouteraient à cette discussion que les textes numériques que nous lisons risquent de s'évaporer du jour au lendemain. Cela peut sembler farfelu, mais en 2009 Amazon a soudainement supprimé à distance de milliers d'exemplaires de livres numériques. La grande ironie de cette affaire est qu'il

D. Nickolai

s'agissait des ouvrages de l'auteur futuriste George Orwell ! Impossible de ne pas évoquer l'idée dystopienne/orwellienne que « Big Brother vous regarde ! » D'ailleurs, cet effacement en masse inattendu n'est pas un cas isolé, car ce problème continue aujourd'hui chez d'autres entreprises. Figurez-vous que dix ans plus tard en 2019, c'est Microsoft qui décide de supprimer tous les livres jamais vendus sur sa plateforme. On aura du mal à se concentrer sur un texte qui disparaît tout bonnement dans la nature. Un argument favorable de plus au livre traditionnel, c'est que les décisions commerciales ne détruisent pas nos collections soigneusement assemblées de bouquins physiques ! Pour ça il faut des bons vieux moyens, comme une catastrophe naturelle, au lieu d'une virtuelle.

Certes, ce débat continuera dans les années qui viennent, mais pour l'instant, il y a de bonnes raisons de soupçonner que la lecture traditionnelle restera le *médium* de choix pour un grand nombre de lecteurs. Si on s'interroge sur la question de l'impact ou de l'importance des livres imprimés, on finira sans doute peu satisfait. Notons qu'il y a des avantages considérables pour les deux formats, et les préférences des lecteurs modernes sont bien partagées. La question au cœur du débat, s'il y en a un, c'est de déterminer ce qu'on va privilégier dans l'ère numérique : la concentration, l'apprentissage, l'environnement, le côté pratique, la nostalgie, la commodité, l'expression personnelle ? On laisse cette question au lecteur de ce bouquin (qui a heureusement choisi un texte imprimé !)

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

I. Quelques questions de compréhension

Pour les vrais écolos, il vaut mieux

- a) continuer d'acheter des bouquins physiques
- b) acheter une liseuse numérique au lieu d'une flopée de livres imprimés
- c) éviter à tout prix la lecture facultative

Les études actuelles sur la lecture suggèrent que la compréhension....

- d) baisse lorsqu'on lit un texte sur une liseuse
- e) est facilitée par la nature physique des livres
- f) reste pareille pour les formats (numériques et traditionnels)

Pour annoncer au monde qui nous sommes, et pour montrer à tous notre goût sophistiqué, il n'y a rien comme un bon objet

_____ !

- g) virtuel
- h) physique
- i) symbolique

II. Questions de réflexion

Quant au choix du format du texte (imprimé ou numérique), quels sont les facteurs les plus déterminants/importants pour vous ?

Avez-vous tendance à oublier ce que vous lisez ? Croyez-vous que le format joue un rôle déterminant en ce qui concerne la remémoration ou la compréhension ?

D. Nickolai

Pour les appareils multitâches, comme un ordi ou un smartphone, il existe une vaste gamme d'applications qui cherchent à minimiser le problème de l'attention partagée. Que pensez-vous de ces softwares ?

III. Tâches pour aller plus loin

Qu'est-ce que c'est que la *consommation ostentatoire*, et quel est le rapport avec la notion de *propriété numérique/physique* ?

Le professeur Cal Newport de l'Université de Georgetown a publié un livre sur la question du *minimalisme numérique*. Faites des recherches pour explorer un peu cette notion – dans quelle mesure le minimalisme numérique est-il la cause de (ou la solution à) notre inattention ?

On dirait que la France et les Français maintiennent un rapport hors pair avec les librairies traditionnelles qui restent sous protection de l'État. Faites des recherches pour mieux comprendre cette protection (en quoi consiste-t-elle) et formulez une hypothèse qui explique ce phénomène unique dans le monde.

IV. Stylistique - quand, lors de, lorsque, pendant.

Dans un premier temps, « quand » est tout simplement un mot interrogatif qui sert à formuler des questions genre « Quand va-t-on dîner ce soir ? » ou bien « Quand va-t-on interdire les portables au volant ? » Le mot « quand » est également utilisé pour exprimer « chaque fois que », comme on voit dans cet exemple : « Quand je m'ennuie, je sors mon téléphone ».

« Lorsque » pourrait remplacer « quand » si le sens est « au moment que », comme dans les exemples suivants :

- Je lisais un bouquin imprimé (quand / lorsque) mon iPhone a vibré dans ma poche.
- (Lorsque / quand) j'ai supprimé toutes mes applis sociales, je me suis senti plus libre que jamais.
- Les écoliers se concentreront mieux l'année prochaine (lorsque / quand) leurs écrans seront interdits dans les salles de classe.

« Lorsque » est parfois utilisé pour exprimer « alors que », comme on voit dans cet exemple :

- J'ai choisi un livre numérique lorsqu'il a fallu acheter un bouquin physique.

Quant aux prépositions « lors de » et « pendant », c'est une question de nuance et de précision. Examinons maintenant deux phrases qui se ressemblent :

D. Nickolai

- Sophie était complètement absorbée par sa liseuse pendant le trajet à Nice.
 - pendant le trajet *entier*
- Sophie était souvent absorbée par sa liseuse lors du trajet à Nice.
 - à un certain moment du trajet
 - pas pendant tout le trajet

À vous !

- Les ouvriers chinois de Foxconn ont travaillé (quand / lors de / lorsque / pendant) tout le week-end pour ne pas manquer la date limite d'Apple.
- (Quand / Lors de / Lorsque / Pendant) sortira le nouvel épisode du podcast québécois *Distorsion* ?
- Anne-Marie a tendance à se perdre (quand / lors de / lorsque / pendant) la lecture, même quand le texte est intéressant.

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

V. Glossaire / Définitions

Dans cette leçon on a vu quelques nouveaux termes. Profitez des nouveaux médias, comme le site Wiktionary.org, pour trouver de bonnes définitions en ligne pour les termes suivants :

l'attention partagée	?
une liseuse	?
un appareil monotâche	?
la propriété numérique	?
la consommation ostentatoire	?
le minimalisme numérique	?

VI. Notes et suggestions de lecture

Huffington Post : Citation de Lev Grossman sur les liseuses

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=6a>
- ❑ https://www.huffpost.com/entry/lev-grossman-interview_n_5635745

Eco Guide : Le choix écologique d'une liseuse

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=6b>
- ❑ <https://theecoguide.org/books-vs-ebooks-protect-environment-simple-decision>

D. Nickolai

New York Times : Le coût cognitif de passer d'une tâche à l'autre

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=6c>
- ❑ <https://www.nytimes.com/2013/05/05/opinion/sunday/a-focus-on-distraction.html>

Science Direct : Les appareils multitâches à la fac et l'apprentissage

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=6d>
- ❑ <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0360131512002254>

Chronicle : Le problème des ordinateurs non connectés à la fac

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=6e>
- ❑ <https://chroniclevitae.com/news/697-the-surprising-secret-to-better-student-recall>

Chronicle : Les livres imprimés - comment gagner du crédit supplémentaire

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=6f>
- ❑ https://www.chronicle.com/article/And-for-Extra-Credit-Read-a/246357?fbclid=IwAR3cEJHMMumarjg4qaw67b-ZESp-spisUhQiRFkK2EVLJwe7_iSbBkStv60

New York Times : Le mythe du multitâche

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=6g>
- ❑ <https://www.nytimes.com/2019/01/13/smarter-living/how-to-actually-truly-focus-on-what-youre-doing.html>

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

Telegraph : Les écrivains préfèrent les livres traditionnels

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=6h>
 - ❑ <https://www.telegraph.co.uk/culture/books/10193467/Authors-stand-up-for-traditional-books-over-e-books.html>

Huffington Post : Entretien avec des écrivains sur des liseuses

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=6i>
 - ❑ https://www.huffpost.com/entry/print-ebooks-interviews_n_5696229

Gizmodo : On supprime à distance nos livres !

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=6j>
 - ❑ <https://gizmodo.com/ebooks-purchased-from-microsoft-will-be-deleted-this-mo-1836005672>

Journal of Publishing Culture : L'état de flux lors de la lecture; le choix du format

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=6k>
 - ❑ <https://journalpublishingculture.weebly.com/uploads/1/6/8/4/16842954/howell.pdf>

Electronic Markets : La propriété numérique

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=6l>
 - ❑ <https://link.springer.com/article/10.1007%2Fs12525-018-0293-6>

Futurity : La propriété numérique

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=6m>
 - ❑ <https://www.futurity.org/books-e-books-reading-1767092-2/>

D. Nickolai

Journal of the Association of Consumer Research : Les portables hors de portée !

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=6n>
- ❑ <https://www.journals.uchicago.edu/doi/full/10.1086/691462?fbclid=IwAR0-mde6yvYaCJ7XS9hhHeMEzdy6VR40bwqHdhiYbCzCsexJBxqrzYx-MZ4&>

Productivyou : Cal Newport et le minimalisme numérique - comment reprendre contrôle

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=6o>
- ❑ <https://productivyou.com/minimalisme-digital-reprendre-controle/?cn-reloaded=1>

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

Leçon 7 : Le matraquage médiatique qui nous bourre le crâne

« La technologie du ciblage individuel sera si performante qu'il sera vraiment dur pour les gens de regarder ou de consommer quelque chose qui n'a pas été d'une manière ou d'une autre taillé pour eux. »

-Eric Schmidt, PDG de Google, Wall Street Journal, 2010

Imaginons maintenant qu'une idée ou pensée vous vient à l'esprit et que vous voulez vite confirmer qu'elle colle bien à la réalité. Rien de plus simple que de trouver la réponse à la question, car on a tous des appareils omniscients dans la poche. Il suffit de demander à la déesse Siri ou de taper dans Google pour voir que nos idées sont correctes et bien fondées, sinon scientifiquement valables. Tout d'un coup, on a cette réassurance qui nous permet de penser : « Je savais que j'avais raison ! Comme je suis intelligent ! » Pas de succès immédiat ? Pas de souci. Si on est assez motivé pour trouver des « preuves » en ligne, on pourrait sauter la première page des résultats pour enfin dénicher un site ou un blog d'une qualité douteuse qui soutient nos idées. Cherchez, vous trouverez. Et voilà, mission

D. Nickolai

accomplie, on partage la découverte tout de suite sur les réseaux sociaux. Là, vous voyez bien où on voudrait en venir pour cette leçon. Grâce aux nouveaux médias, toutes les hypothèses sont permises, même les plus dangereuses. Les idées et les croyances les plus farfelues sont justifiées, encouragées et cultivées quelque part sur le web et cela ne peut que nous mener droit au désastre.

Ce qu'on appelle une *caisse de résonance* (ou une *chambre d'écho*) médiatique sert à amplifier les valeurs et les croyances de ceux qui y participent. Cela exclut les points de vue différents, puisqu'on ne fait que répéter les mêmes idées qui correspondent à ce qu'on croit déjà. Aucun débat sérieux n'est possible sur les prémisses des idées, et en plus, des corrections ou des renseignements contradictoires n'ont aucune place dans ces systèmes fermés. Certes, cette sorte de bulle impénétrable remonte bien avant l'apparition des réseaux sociaux numériques. Ça fait presque 25 ans que Rupert Murdoch a fondé sa fameuse chaîne d'information conservatrice (qui demeure tristement loin d'être *juste et équilibrée* comme suggère son slogan risible). Les critiques de cette chaîne la voient comme un des meilleurs exemples d'une caisse de résonance médiatique qui précède l'ère numérique. Paul Weyrich, un stratège républicain, a observé que la réélection de George W. Bush en 2004 était due en grande partie à *Fox News*. Selon Weyrich, la chaîne conservatrice permettait à son parti politique de communiquer directement un message et d'établir des liens sans précédent avec des téléspectateurs conservateurs. Pour lui, c'était plus facile que jamais de diffuser un message ciblé à une certaine population. Mort en 2008, il n'a pourtant jamais vu le vrai potentiel de la technologie d'influencer une élection moderne.

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

UN ARTICLE QUE JE N'AI PAS LU,
RELAYÉ PAR UNE VAGUE CONNAISSANCE,
FAIT ÉTAT D'UNE RUMEUR
À PROPOS DE FAKE NEWS !!!

PARTAGE !



LÉO PAJON [P]: Les Zoizos

Les notions les plus anciennes et les moins scientifiques se sont propagées pendant des siècles sans aucun besoin de la toile. Bien qu'on ait calculé la circonférence de la Terre dans l'antiquité, il y a encore des gens qui insistent que la Terre est plate. Malgré les preuves accablantes du contraire, les idées les plus ridicules persistent. Ça fait 50 ans qu'il y a des rumeurs collectives sur le programme *Apollo 11* dans lequel les astronautes ricains ont touché (ou pas touché) le sol lunaire. Rappelons de nouveau que quoi qu'on pense, on n'est jamais le seul à le penser. La nature humaine étant ce qu'elle est, les gens sont constamment à la recherche des

D. Nickolai

communautés auxquelles ils veulent appartenir et dans lesquelles leurs idées sont appréciées. Qu'est-ce qui a changé, alors ? Bref, le plus grand changement est sans doute la facilité d'identifier des gens qui partagent nos idées. En trois clics, on trouve des centaines de milliers de gens qui croient que la Terre est bien plate et qui seraient super contents d'accueillir au club de nouveaux « libres penseurs ». Évidemment, il y a toujours eu des communautés qui ne remettent pas en question leurs idéologies et qui cherchent des substituts aux médias dominants ou officiels. De nos jours, on consomme les infos qui nous plaisent et on écoute les journalistes qui partagent notre vision du monde. Bien que cela ne soit pas un nouveau phénomène, il convient de signaler que les « faits alternatifs » se sont multipliés ces dernières années grâce aux nouveaux médias.

Bon, il serait trop facile de jeter l'éponge en se disant « les goûts et les couleurs, ça ne se discute pas ». Autant de têtes, autant d'avis. Il serait donc inutile d'essayer de convaincre quelqu'un du fait qu'il est coincé dans une caisse de résonance médiatique. D'ailleurs, qu'est-ce qu'on risque à laisser ces gens paumés propager leurs croyances et leurs idées infondées ? Il devrait être clair pourtant que des conséquences graves suivront les pires de ces idées. Prenons comme exemple une seule étude de 1998 qui a souligné un lien entre les vaccins et l'autisme. On a tous entendu parler de cet article qui a été retiré et ensuite démenti par des dizaines d'études scientifiques. C'était clairement de la mauvaise science, mais les corrections sont arrivées trop tard – on a semé le doute et on vit aujourd'hui avec ses fruits. Ce qui est particulièrement préoccupant et néfaste chez les chambres d'écho, c'est qu'on n'a pas besoin de beaucoup d'évidence pour en créer une. La graine la plus petite risque de devenir l'arbre le

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

plus grand. Alors, bien que l'absence de lien entre vaccin et autisme ait été confirmée scientifiquement plusieurs fois, on continue à voir les cas de rougeole augmenter en France et ailleurs. Une maladie qui a été presque éliminée dans le monde a vu 136 000 morts en 2018.

Le piège n'est toutefois pas facile à éviter lorsqu'on passe beaucoup de temps sur les grandes plateformes numériques. Lors de son TED Talk en 2011, Eli Pariser a tiré la sonnette d'alarme pour dénoncer ce qu'il a nommé des « bulles de filtre ». Comme il l'explique lors de sa présentation : « votre bulle de filtres est votre propre, personnel, unique univers d'information dans lequel vous vivez en ligne ». Le problème, selon Pariser, c'est que le contenu de cette bulle n'est pas décidé par nous – ou plus précisément, c'est décidé par nous avec nos clics les plus impulsifs. Si on a tendance à aimer les *posts* de nos amis conservateurs plus que ceux de nos amis libéraux, ces derniers vont disparaître de notre flux d'informations personnalisés. Si on clique plus sur les histoires sensationnelles (des pièges à clics), il y aura moins d'histoires légitimes et raisonnées qui s'afficheront. En effet, on finit bientôt entouré par un régime d'information non équilibré. Pariser compare cela à la malbouffe médiatique. Il conclut sa présentation ainsi : « Nous avons besoin que la technologie nous fasse connaître de nouvelles idées et de nouvelles personnes, de différentes perspectives. Cela ne sera pas possible si les algorithmes nous laissent isolés dans un réseau fait d'une personne ». La présentation de Pariser était un peu en avance sur son temps, car il y avait très peu de gens à l'époque qui voyaient clairement le danger de la situation. Mais, en 2020, il est clair comme de l'eau de roche que Pariser a lancé un appel prophétique.

D. Nickolai

Plus d'un siècle a passé depuis la présentation du célèbre credo des journalistes de Walter Williams, fondateur de la première école de journalisme au monde à l'Université du Missouri. Ce court document commence ainsi : « Je crois que la presse est investie d'une mission au service du public ; que tous ceux qui travaillent pour elle sont, sous leur responsabilité pleine et entière, des éducateurs de l'opinion ; que s'ils se fixaient le moindre objectif, ils trahiraient de ce fait la confiance dont ils sont les dépositaires ». Williams voyait que le journalisme était déjà en crise en 1914. Les chambres d'écho médiatiques et la presse impartiale menaient une guerre de l'information et Williams ne supportait plus l'attaque. Malheureusement, cent ans plus tard, on voit très peu d'efforts chez les grandes plateformes numériques de se conformer à ce code de déontologie professionnelle. Aux yeux de certains, ce n'est même pas leur taff, car ils ne font que fournir des outils numériques de partage – ce n'est pas comme si les contenus sont créés par les plateformes, c'est juste une question de diffusion. Cela étant dit, tant que nous continuons à laisser la rédaction des infos aux algorithmes qui cherchent seulement à maximiser notre engagement en ligne, nous finissons par faire du mal, à nous-mêmes et aux autres.

Nous sommes tous susceptibles d'accepter les idées et les informations qui nous semblent raisonnables et qui se conforment à notre compréhension du monde et à nos expériences personnelles. Bien que les psychologues aient beaucoup étudié ce phénomène (dénommé le biais de confirmation d'hypothèse), on n'arrive pas encore à atténuer ses effets pervers chez les nouveaux médias. Cela nous fait plaisir d'avoir raison, de consommer de la malbouffe médiatique, de trouver une communauté qui partage nos valeurs, de

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

nous sentir supérieurs et plus malins que les autres. Tout cela est rendu possible et amplifié par les plateformes qui personnalisent nos infos et qui nous laissent piégés dans des bulles de filtres. Si notre fil d'actualité existait en chair et en os, on saurait tout de suite qu'il s'agit d'un faux ami flagorneur : « *J'aime ce que tu aimes. Quelle coïncidence ! Ce sont tes opinions les plus importantes. Voilà une histoire qui te plaira. Mangeons encore ces bonbons au lieu de cette salade mixte que tu as choisie.* » Il est bien dommage que notre ami numérique ne soit pas plus facile à reconnaître pour ce qu'il est et pour le rôle qu'il joue dans notre vie. La première étape est sans doute d'avouer que cette relation est malsaine. Il semble que les voix de Pariser et de Williams soient plus pertinentes que jamais. Si les géants médiatiques refusent de modifier leurs systèmes dans l'intérêt de notre démocratie et de notre avenir, ce sera à nous de faire éclater leurs bulles.

D. Nickolai

I. Quelques questions de compréhension

Cette leçon suggère qu'il est possible de _____ prouver en ligne.

- a) rien
- b) presque tout
- c) tout

Les théories du complot sont _____ par les nouveaux médias.

- d) démenties
- e) amplifiées
- f) mises à la marge

Si on choisissait mieux notre cercle d'amis en ligne, on _____ le problème des algorithmes.

- g) résoudrait
- h) minimiserait
- i) ne changerait pas

II. Questions de réflexion

Est-ce que vous connaissez quelqu'un qui vit complètement dans sa bulle de filtres ? Qu'est-ce qu'on risque en signalant la nature du piège à nos connaissances ?

Qui est plus responsable pour les infos qui s'affichent sur nos écrans – nous, ou les grandes plateformes qui favorisent et diffusent ces contenus ? Expliquez.

III. Tâches pour aller plus loin

Il existe des équipes chez Facebook qui travaillent constamment pour identifier et signaler les théories du complot partagées sur la plateforme. Croyez-vous que ces gens soient plus ou moins susceptibles à croire les histoires les moins probables ? Faites des recherches en ligne pour informer et justifier votre réponse.

Dans son livre *The Digital Plenitude*, Jay David Bolter décrit le concept psychologique de « flux » (*flow* en anglais) numérique qui nous pousse d'un contenu au prochain contenu dans une chaîne ininterrompue. Essayez de trouver un de ces exemples en ligne qui illustre ce phénomène.

Les caisses de résonance médiatiques les plus alarmantes aboutissent parfois à des conséquences graves et inattendues. En 2019 des milliers de flics américains ont été publiquement dénoncés pour leurs commentaires racistes et islamophobes sur Facebook par le projet *Plain View*. Or, vaut-il mieux protéger ces espaces numériques au nom de la liberté de parole, ou devrait-on activement censurer les voix les plus intolérantes et haineuses ? (Comme celle d'Alex Jones d'Infowars, qui a été banni par toutes les grandes plateformes en 2018.) Qu'en pensez-vous ?

D. Nickolai

IV. Stylistique - Par ailleurs, d'ailleurs, ailleurs

Pour ceux qui apprennent le français, il est facile de confondre **par ailleurs**, **d'ailleurs**, et **ailleurs**. Voici quelques exemples concrets en contexte qui vous aideront à mettre les choses au clair !

*Par ailleurs : en plus, en outre, d'un autre côté, d'autre part ;
signale parfois une opposition*

- Les nouveaux médias ne présentent pas les mêmes contenus à tous les usagers. **Par ailleurs**, les grandes plateformes cachent activement des contenus qui nous feraient découvrir de nouvelles perspectives.
- Les algorithmes actuels ne sont pas en mesure de déterminer nos régimes médiatiques idéaux. **Par ailleurs**, les grandes plateformes ne voient pas l'intérêt d'un régime médiatique équilibré qui ne serait pas rentable.
- On a tous raison de se méfier des sondages louches sur Facebook, même **si par ailleurs** les risques sont souvent exagérés.

D'ailleurs : à propos, en fait ; apporte parfois une précision, explication ou preuve

- J'ai toujours détesté les alertes sur mon smartphone. C'est **d'ailleurs** pour ça que je n'utilise plus Twitter.

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

- Lydia a enfin décidé de passer moins de temps sur les réseaux sociaux. Elle a **d'ailleurs** déjà supprimé ses comptes les plus chronophages.
- La distraction au volant constitue une menace pour la sécurité publique. On a **d'ailleurs** une nouvelle loi qui sera implantée et mise en vigueur l'année prochaine.

Ailleurs : dans un autre lieu

- Bien que les réseaux sociaux chinois soient sous surveillance par le gouvernement, de tels programmes existent **ailleurs** dans le monde.

À vous ! - Recherche en ligne : Essayez de trouver une phrase en contexte pour **par ailleurs**, **d'ailleurs** et **ailleurs**. Faites vos recherches sur les différents types de sites web en utilisant deux ou trois mots du glossaire en bas.

par ailleurs

d'ailleurs

ailleurs

D. Nickolai

V. Glossaire / Définitions

Dans cette leçon on a vu quelques nouveaux termes. Profitez des nouveaux médias, comme le site Wiktionary.org, pour trouver de bonnes définitions en ligne pour les termes suivants :

le matraquage médiatique	?
une caisse de résonance	?
les faits alternatifs	?
les bulles de filtres	?
les pièges à clics	?
le biais de confirmation	?
un fil d'actualité	?

VI. Notes et suggestions de lecture

Wall Street Journal : Citation d'Eric Schmidt sur le ciblage individuel

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=7a>
- ❑ <https://www.wsj.com/articles/SB10001424052748704901104575423294099527212>

L'Atelier BNP Paribas : Les médias sociaux et les caisses de résonance

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=7b>
- ❑ <https://atelier.bnpparibas/life-work/article/les-medias-sociaux-caisse-resonance-polemiques>

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

The Atlantic : Pourquoi les nouveaux médias exacerbent-ils le discours politique actuel ?

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=7c>
- ❑ <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2019/05/why-social-media-ruining-political-discourse/589108>

REFSICOM : L'innovation technologique et crise d'identité professionnelle des journalistes

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=7d>
- ❑ <http://www.refsicom.org/337>

The Guardian : La mort d'un bastion du conservatisme

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=7e>
- ❑ <https://www.theguardian.com/commentisfree/cifamerica/2008/dec/19/paul-weyrich-dead-american-conservatism>

Le Figaro : Le lien entre vaccin et autisme

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=7f>
- ❑ <http://sante.lefigaro.fr/article/une-vaste-etude-dement-une-nouvelle-fois-le-lien-entre-vaccin-et-autisme/>

YouTube : Ted Talk d'Eli Pariser

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=7g>
- ❑ <https://www.youtube.com/watch?v=B8ofWfx525s>

D. Nickolai

Olivier Quelier : Walter Williams et le credo des journalistes

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=7h>
- ❑ <https://grandeursrvitude.wordpress.com/2015/11/18/walter-williams-le-credo-des-journalistes/>

NBC News : Les policiers de Philadelphie et le projet Plain View

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=7i>
- ❑ <https://www.nbcnews.com/news/us-news/13-philadelphia-police-officers-who-made-racist-offensive-facebook-posts-n1031341>

STLToday : Les policiers de Saint-Louis impliqués par le projet Plain View

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=7j>
- ❑ https://www.stltoday.com/news/local/crime-and-courts/police-investigate-racist-and-anti-muslim-facebook-posts-linked-to/article_806d495b-c22b-5e61-bb03-3187a6abb11c.html

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

Leçon 8 : Faire le buzz soi-même sur YouTube

« J'étais une bestiole inadaptée à l'ère actuelle, et grâce au web j'ai pu afficher cette solitude et me rendre compte qu'elle parlait aux gens... et ça, c'est fabuleux ...en tant qu'actrice, par exemple, toutes les démarches (traditionnelles) m'apparaissaient absolument incompréhensibles et impossibles... mais là, je pouvais moi-même faire une petite vidéo et être vue directement sans passer par l'intermédiaire de personne, qui il aurait fallu que je convainque, je ne sais pas comment...»

-Ina Mihalache (Solange te parle), « Poétubeuse », lors de l'émission « Des clics et des claques » d'Europe 1, diffusée en 2012

Il n'y a pas si longtemps, les artistes comptaient plus sur les impresarios que sur leurs talents créatifs pour gagner leurs vies. Pour les musiciens, il n'y avait pas de succès possible sans la bonne maison disque. Écrivain ? Il fallait d'abord passer par une des grandes maisons d'édition traditionnelles pour publier. Comédienne, cinéaste, poète, humoriste ? Désolé, dans ce cas il fallait un sacré

D. Nickolai

niveau de talent et de *marketing* pour vous faire connaître. Cela ne se faisait pas tout seul. En effet, pour que quelqu'un fasse le buzz avant l'ère numérique, tout le processus restait bien contrôlé par très peu de gens. En outre, et de toute évidence, ces « décideurs » restaient peu disposés à prendre de grands risques pour des inconnus. Alors, quelle belle évolution au début du nouveau millénaire de voir les médias émergents en train de démocratiser l'accès au public. Dans ce nouveau paradigme, on se trouve dans une véritable méritocratie qui récompense les artistes en fonction de la popularité et de la qualité de leurs contenus et ouvrages. N'importe qui peut enfin diffuser, vendre et partager son art avec le monde entier sans passer par l'intermédiaire des gardiens au marché mondial des médias.

Afin de mieux comprendre ce monde dans lequel on publie à compte d'auteur, il serait bien d'examiner la plateforme YouTube qui a été lancée en 2005 aux États-Unis. C'est grâce à YouTube que les « créateurs » peuvent diffuser et ensuite *monétiser* leurs créations. De nos jours, il n'y a plus de véritable barrière à l'entrée, car il faut très peu de matos pour s'y mettre. Même l'ordi le moins puissant peut éditer des courts métrages si on est suffisamment patient. Effectivement, il y a des YouTubers qui se filment juste avec leurs smartphones (souvent dotés des *perches à selfie*). Plus besoin alors d'avoir recours à un studio vidéo sophistiqué pour diffuser en direct ou à la demande. Ce n'est pas tant les ressources financières de l'artiste qui sont importantes que la fiabilité et la performance de la plateforme. Le choix de cette dernière demeure incontestablement le géant américain YouTube. Ce qui est intéressant à noter dans cette histoire est que la version française de YouTube est sortie en 2007,

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

deux ans après la création de DailyMotion (entreprise française, vue souvent comme le petit frère de YouTube). Pour rappel, Google aurait pu facilement acheter DailyMotion à l'époque au lieu de YouTube en 2006, mais le destin en a décidé autrement. En effet, on parle beaucoup plus de YouTubeurs que de *DailyMotionneurs*, malgré le fait que les YouTubeurs français les plus célèbres ont tous commencé leur carrière sur Dailymotion.

Quant aux chaînes YouTube francophones, les trois les plus populaires (celles qui comptent le plus d'abonnés) sont toutes animées par de jeunes humoristes français. Commençons par le YouTubeur le plus connu en France, Norman Thavaud, qui diffuse des vidéos marrantes sur sa chaîne *normanfaitdesvideos* depuis janvier 2011. Peu après son arrivée sur le site, il a filmé un sketch sur « les bilingues » dans lequel il se plaint des vantards qui vous rappellent constamment qu'ils maîtrisent une deuxième langue. Norman constate d'un ton sardonique que « Les mecs qui sont bilingues, ceux qui parlent bien anglais, en général, ils se la racontent pas trop... *(suivi d'une petite pause classique à la Norman... et puis... il crie...)* FAUX ! » En fait, cette dernière déclaration de « FAUX » est vite devenue une caractéristique clé dans presque toutes ses vidéos. Pour une raison quelconque, cette vidéo sur les bilingues a atteint un million de vues en quelques semaines. Quelques années plus tard, Norman est ensuite devenu tellement connu et populaire qu'il n'a même pas besoin de faire du marketing dès qu'il décide de monter sur scène DLVV (IRL) – toutes les places se vendent sans promo de sa part. Sa notoriété lui permet de passer des nouveaux médias aux médias classiques sans le moindre effort. Il est donc

D. Nickolai

facile de comprendre pourquoi Norman représente le succès pour tant de gens : il vit de son art et selon ses propres conditions.

Tableau 5 : Les chaînes francophones YouTube les plus populaires en juillet 2019

Rang	Humoriste	Millions d'abonnés	Milliards de vues	Depuis
1	Squeezie	13,3	6,4	2011
2	Cyprien	13,2	2,2	2007
3	Norman	11,6	2,2	2011

Il suffit de regarder très peu d'entretiens de YouTubeurs pour comprendre que leur rêve est que leurs vidéos apportent assez d'argent pour pouvoir en vivre. Mais, les plus grandes stars françaises refusent de parler de salaire lorsqu'on leur pose la question. La plateforme a expliqué par le passé qu'il s'agit d'un euro en France pour toutes les 1000 vues – mais même Norman a insisté lors d'une entrevue télévisée que ce chiffre est tout à fait FAUX. Il s'avère que les algorithmes qui évaluent la rentabilité des vidéos changent en permanence et il n'y a aucun YouTubeur (accompli) qui est en mesure d'anticiper son salaire mensuel (le salaire le plus commun pour les YouTubeurs reste à peu près 0,00 €). L'avis général des journalistes amateurs est que les plus grandes chaînes françaises touchent plus de 10 000 € brut par mois. Cela dit, il y a très peu de gens qui vivent entièrement (ou même un peu) de leur chaîne YouTube. Pour la plupart des artistes sur YouTube, c'est

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

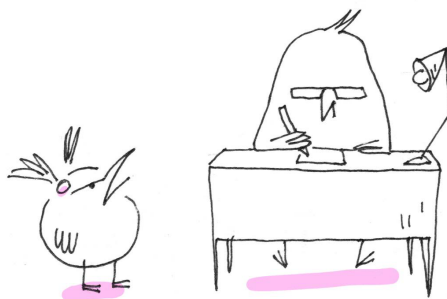
encore métro, boulot, vidéo, dodo, sans la possibilité de quitter son emploi principal.

PAPA ! J'APPRENS QUE VOUS UTILISEZ MON IMAGE
À DES FINS COMMERCIALES POUR VOS "BD"
SANS ME RÉMUNÉRER !

CHEZ LES FREELANCE, ÇA S'APPELLE
"OFFRIR GRATUITEMENT DE LA VISIBILITÉ."

VOUS L'EXPLIQUEREZ À MON AVOCAT !

FILE DANS TA CHAMBRE.



LÉO PAJON [P]: Les Zoizos

Pour certains créateurs, leurs vidéos YouTube ne sont qu'un point de départ vers l'ancien paradigme des médias classiques. Il est tout à fait possible de se faire connaître sur YouTube et d'ensuite passer à d'autres projets plus rentables. C'est visiblement le cas de la Canadienne et Youtubeuse Ina Mihalache, qui est connue partout dans le monde francophone pour son personnage *Solange* de sa série

D. Nickolai

web intitulée *Solange te parle*. Après un peu de succès en ligne, elle est passée ensuite aux médias dominants et traditionnels. D'abord la télévision (France 3), puis la radio (France Inter), et ensuite la presse (éditions Payot), et plus récemment elle est passée au cinéma avec son long-métrage *Solange et les Vivants*. Mais, selon Mihalache, le monde des médias classiques lui était autrefois inaccessible : « J'arrivais pas à séduire, ou à créer un réseau, ça faisait pas partie des capacités sociales que j'avais... et je n'avais pas envie de me nier pour y arriver... d'aller dans les soirées, de chercher des castings, des auditions, des agents.... je me suis dit que je vais rester comme je suis et je vais faire avec ce que je suis. » Mihalache avoue que tout son succès est dû aux nouveaux médias, et c'est YouTube qui lui a permis de lancer sa carrière internationale.

Dans la leçon précédente, Eli Pariser a noté que la technologie actuelle et nos bulles de filtres nous empêchent de découvrir de nouveaux contenus et de nouvelles personnes. Cela demeure tristement vrai, mais c'est ainsi depuis toujours puisqu'il y avait par le passé des gardiens en place qui n'auraient jamais fait la connaissance de quelqu'un comme Ina Mihalache. À cet égard, on pourrait y voir le signe que nous avons fait des progrès considérables à faire connaître de nouvelles voix. De nos jours on est beaucoup plus nombreux à juger ce qui est digne de notre attention – même si la question de rémunération reste bien compliquée.

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

I. Quelques questions de compréhension

Pour se faire connaître dans l'ancien paradigme, il fallait

_____.

- a) beaucoup de talent et de passion
- b) passer par des gardiens des médias
- c) être plus motivé que les autres

Les chaînes YouTube francophones les plus populaires diffusent

_____.

- d) des jeux vidéo
- e) des produits de beauté
- f) des sketches humoristiques

La plupart des YouTubeurs _____ rémunérés pour leurs vidéos.

- g) ne sont pas
- h) sont un peu
- i) sont bien

II. Questions de réflexion

Les anciens gardiens des médias ne s'intéressent guère aux marchés-niches, puisqu'ils veulent vendre au plus grand nombre de gens. Quelles sont les conséquences de cette démarche ? Qu'est-ce qu'on risque de perdre en se limitant aux contenus les plus rentables ?

D. Nickolai

Est-ce que vous suivez une chaîne YouTube (ou un podcast ou un blog) qui n'aurait jamais vu le jour dans l'ancien paradigme ?

Qu'est-ce que cela vous apporte et qu'est-ce que vous y apportez pour soutenir le projet ?

III. Tâches pour aller plus loin

Beaucoup de jeunes créateurs rêvent de vivre de leur chaîne YouTube, et ils cherchent à avoir assez d'abonnés pour tirer des revenus de la publicité, ou encore mieux, pour attirer l'attention des sponsors. Et ce ne sont pas les conseils qui manquent en ligne !

Faites des recherches pour mieux comprendre ces recommandations. Qu'est-ce qu'on suggère aux gens pour se faire un max de thune, et comment peut-on vivre de sa chaîne YouTube ? Quelle est la recette d'un bon contenu numérique ?

Bien que les YouTubeurs aient tendance à commencer leur carrière d'une façon indépendante et sans sponsor, il est de plus en plus commun de les voir vendre à la criée lors de leurs vidéos. Est-ce que cela nuit à la crédibilité, ou faut-il juste prendre ça avec un grain de sel, tout en sachant qu'il faut vendre pour vivre ? Y a-t-il peut-être un meilleur moyen de se faire payer de son art ?

IV. Stylistique : Les pléonasmes à éviter

Un pléonasme consiste en la répétition d'une idée déjà émise ou d'une notion déjà évoquée dans une phrase. Prenons comme exemple l'expression « prédire à l'avance » : là, on constate qu'il n'est pas nécessaire d'ajouter « à l'avance », puisqu'on ne peut pas « prédire en retard ». Parfois ces redondances apportent une précision à la phrase, mais plus souvent elles consistent en l'ajout des détails inutiles et risquent de rendre votre texte moins fort.

Dans les exemples suivants, *encerclez* les pléonasmes qui ne sont pas nécessaires au sens grammatical de la phrase.

- Les YouTubeurs français se sont tous réunis ensemble à Paris pour manifester contre les nouveaux frais de la plateforme.
- On a refait notre site web encore une fois afin de moderniser notre design.
- Tous ses abonnés ont voté à l'unanimité de relancer son podcast de nouveau.
- À la fin de son projet actuellement en cours, il aura enfin une deuxième chaîne Vimeo.
- Si on ne réserve pas nos billets d'avance, il ne sera pas possible d'assister l'année prochaine au festival *Burning Man*.
- Mathieu a partagé les documents sensibles sur WikiLeaks sous le faux prétexte qu'il est devenu un lanceur d'alerte courageux ciblé par l'État.

D. Nickolai

À vous !

Faites des recherches sur internet pour trouver de bons exemples de pléonasmes. Vous en trouverez beaucoup en faisant une simple recherche sur Google Images. Puis, en gardant le thème de cette leçon à l'esprit, essayez d'en formuler au moins un qui est original.

Les pléonasmes trouvés en ligne :

a)

b)

c)

Les nouveaux médias : un pléonisme original

d)

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

V. Glossaire / Définitions

Dans cette leçon on a vu quelques nouveaux termes. Profitez des nouveaux médias, comme le site Wiktionary.org, pour trouver de bonnes définitions en ligne pour les expressions et termes suivants :

faire le buzz	?
un impresario	?
une méritocratie	?
DLVV	?

VI. Notes et suggestions de lecture

Europe 1 : Citation de Ina Mihalache (le succès d'une jeune femme inadaptée)

- Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=8a>
- <https://www.youtube.com/watch?v=W8hByWZrAVY>

Clubic : Un an après... Dailymotion est-il toujours le «petit frère» de YouTube

- Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=8b>
- <https://www.clubic.com/pro/actualite-e-business/actualite-801514-an-rachat-dailymotion-vivendi.html>

D. Nickolai

YouTube : Norman fait des vidéos - Les Bilingues

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=8c>
- ❑ https://www.youtube.com/watch?v=_N4DMW5NWsE

Libération : Portrait de Norman Thavaud

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=8d>
- ❑ https://www.liberation.fr/ecrans/2011/10/25/tete-a-clics_770142

Canal+ : L'entretien de Norman Thavaud dans l'émission *Salut Les Terriens*

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=8e>
- ❑ <https://www.youtube.com/watch?v=0FD6krrD2Is>

L'ADN Groupe : Top 9 des Youtubeurs français les plus influents (et drôles)

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=8f>
- ❑ <https://www.ladn.eu/media-mutants/reseaux-sociaux/classement-youtubeurs-humour-influence/>

L'ADN Groupe : Peut-on encore devenir riche en lançant sa chaîne YouTube ?

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=8g>
- ❑ <https://www.ladn.eu/media-mutants/reseaux-sociaux/remuneration-youtube-peut-on-encore-devenir-riche-en-lancant-sa-chaine/>

Hotmart : Salaire d'un YouTubeur

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=8h>
- ❑ <https://blog.hotmart.com/fr/salaire-dun-youtubeur/>

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

Europe 1 : Solange invitée sur Europe 1 (deuxième citation d'Ina Mihalache)

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=8i>
- ❑ https://www.youtube.com/watch?v=_k3122IdzWE

YouTube : Antoine BM - Combien d'abonnés faut-il pour vivre de YouTube ?

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=8j>
- ❑ <https://www.youtube.com/watch?v=JgpBAMiBXhY>

Open Work : Va-t-on *ubériser* le secteur artistique ?

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=8k>
- ❑ <https://www.lemonde-apres.com/fr/blog/vlogueur-nouvelle-star-du-digital>

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

Leçon 9 : Comblons donc la fracture numérique

« Imaginez un monde dans lequel chaque personne, où qu'elle soit, dispose d'un libre accès à la somme de tout le savoir humain. C'est ça que nous faisons. »

-Jimmy Wales, fondateur de Wikipédia, Slashdot 2004

L'ancien paradigme des médias classiques favorisait un système dans lequel il y avait très peu de gardiens au marché du talent. Bien que cela pose problème pour de multiples raisons déjà évoquées dans la leçon précédente, la situation était historiquement encore pire quant au marché du savoir. Même l'alphabétisation de base, qu'on tient littéralement pour acquise, restait pendant des siècles un domaine exclusif à la noblesse et au clergé. Rappelons que le fait de lire et d'écrire implique la possibilité non seulement de comprendre le monde, mais de le transformer, de mettre en question le statu quo, tout en bouleversant l'équilibre du pouvoir. Ce sont en effet les moins éduqués qui risquent d'être les moins libres. Paulo Freire, philosophe et auteur brésilien, connu surtout pour son ouvrage *Pédagogie des opprimés* (1968), a compris que le savoir et l'alphabétisation seraient les forces motrices à l'éveil démocratique de son pays natal. Ses efforts subversifs d'alphabétiser les plus pauvres ont d'abord fait de

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

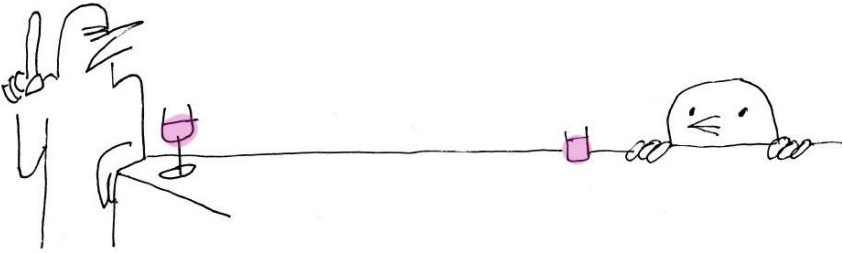
lui un ennemi de l'État. Il s'est exilé pendant dix ans avant de retourner beaucoup plus tard pour devenir le secrétaire de l'éducation à São Paulo. Freire éprouvait le besoin urgent de démocratiser le savoir et le partage de savoir, et c'est bien cette idée qui est au cœur de plusieurs initiatives modernes de fournir et de garantir un apport de connaissances à tous, partout dans le monde.

Le taux général d'alphabétisation des adultes est heureusement passé à 86 % en 2015. Bien que cela représente une grande réussite mondiale (le taux était 42 % en 1960), ce n'est qu'une première étape pour libérer le savoir. Il faut également penser à la nature et à la qualité des infos disponibles. Pour rappel, la maîtrise de l'information est l'arme la plus puissante dans n'importe quelle société. Examinons donc les nations dans lesquelles les connaissances sont réduites artificiellement par des régimes politiques. L'exemple le plus souvent évoqué est sans doute la Chine, où on parle par dérision de la *grande muraille pare-feu*. Impossible alors pour les Chinois de trouver des infos en ligne qui prônent l'indépendance de Taïwan : on ne trouvera que des sites partiels préapprouvés par le parti communiste. Or, notons que l'accès libre à la toile reste également un problème dans d'autres pays – ce n'est pas uniquement un problème chinois. L'organisation parisienne *Reporters sans frontières* (RSF) classe toutes les nations du monde par un score de « la liberté de la presse ». Il est peu étonnant de voir sur la liste les suspects habituels qui sont d'ailleurs les pires contrevenants : le Turkménistan, la Corée du Nord, la Chine, le Viêt Nam, le Soudan, la Syrie, le Djibouti, l'Arabie saoudite... pour n'en nommer que quelques-uns. La liste est bien longue, et parfois surprenante. RSF nous rappelle que « près de la

D. Nickolai

moitié de la population mondiale n'a toujours pas accès à une information libre », ce qui est, en l'occurrence, le fondement de toute véritable démocratie.

IL FAUT SAVOIR SE RECENTRER
SUR L'ESSENTIEL. DU PAIN.
LE SOURIRE D'UN ENFANT.
UNE BONNE CONNEXION Wi-Fi.



LÉO PAJON :LesZoizos

Certes, la situation actuelle est bien loin du rêve de Jimmy Wales, mais en même temps, il est tout à fait possible d'envisager un monde dans lequel la circulation libre des infos serait plus fluide. Si on remonte juste un peu dans le temps, on comprend que les progrès réalisés jusqu'à présent sont extrêmement prometteurs. Prenons l'exemple du Québec, une nation francophone carrément contrôlée par l'Église catholique jusqu'à la Révolution tranquille dans les années 1960. Si RSF avait existé pendant la *Grande Noirceur* (la période avant la révolution), le Québec se serait trouvé vers la fin de la liste de la liberté de la presse. René Lévesque, l'ancien ministre du Québec et voix marquante de la Révolution tranquille, a constaté

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

à l'époque : « La tâche des vrais démocrates est de voir à ce que le peuple soit de plus en plus au courant, instruit, renseigné sur ses propres intérêts. » Lévesque a compris que ce sont seulement les nations les plus autocrates qui cherchent à empêcher la circulation libre des infos. La liberté de l'information et la liberté des gens vont de pair. De nos jours, un libre accès au web à tous constitue donc un premier pas dans la bonne direction.

On constate partout dans le monde que, petit à petit, les sociétés se modernisent, même s'il y a encore du pain sur la planche. Par ailleurs, on voit de très nombreux efforts ambitieux à faire avancer la mission de fournir le savoir au plus grand nombre. Salman Khan a lancé sa fameuse académie numérique en 2006 justement pour proposer en ligne des leçons gratuites au service de l'approfondissement des connaissances. On trouve la description suivante sur la page d'accueil de la version française de Khan Academy : « Nous sommes une organisation à but non lucratif ayant pour mission de fournir un contenu éducatif, gratuit, dans le monde entier, accessible à toutes et tous et partout. » L'académie offre une vaste gamme de vidéos éducatives et des tutoriels qui sont suivis par des exercices personnalisés. Son but altruiste de fournir un enseignement de grande qualité à tous a même inspiré Bill et Melinda Gates de soutenir le projet ces dernières années à coups de millions de dollars américains.

L'objectif de démocratiser le savoir dans tous les pays du monde peut sembler à première vue irréalisable. Néanmoins, il existe de bonnes raisons de penser qu'on n'a jamais été si près de cette proposition. Les outils existent déjà, c'est surtout une question

D. Nickolai

d'accès. Les experts et journalistes dans ce domaine parlent souvent de la *fracture numérique*. Il y a ceux qui ont un accès libre à internet et ceux qui n'ont pas cet accès – d'où vient la fracture. Afin de la combler, il faut d'abord comprendre sa nature qui consiste en deux parties. Dans un premier temps, il y a la disparité technologique entre les pays les plus pauvres et les plus riches. Mais plus important encore, il y a également le problème des pays et médias contrôlés par des régimes autocrates et totalitaires. Par conséquent, il n'y a aucune raison pour qu'on ne puisse agir simultanément sur ces deux fronts. En effet, il y aura toujours une fracture du savoir tant qu'il y aura une fracture numérique. Pour réaliser les rêves de Wales et de Khan, la première étape est de promouvoir un libre accès au web entier et d'éliminer ceux qui se prennent pour des gardiens du savoir collectif humain.

I. Quelques questions de compréhension

Aux yeux des régimes totalitaires, l'alphabétisation des gens est souvent perçue comme _____.

- a) une grave menace
- b) une évolution inévitable
- c) un atout majeur

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

La liberté de la presse devient impossible lorsqu'il n'y a pas accès _____.

- d) aux nouveaux médias
- e) à la toile entière
- f) aux bibliothèques

La fracture numérique est due _____ d'une nation.

- g) à la situation économique
- h) à la situation politique
- i) aux situations économique et politique

II. Questions de réflexion

Croyez-vous qu'un libre accès au web ne soit qu'un rêve chimérique ? Expliquez.

Le slogan actuel du Washington Post est « La démocratie meurt dans les ténèbres ». Pourquoi une démocratie dépend-elle d'un accès libre aux infos ?

III. Tâches pour aller plus loin

Il existe maintenant des technologies qui permettent un contournement des pare-feux numériques imposés par des régimes politiques. Recherchez le rôle de ces outils pour mieux comprendre leur importance et leur prévalence en notant ce qu'on risque de les exploiter.

D. Nickolai

Quelles initiatives actuelles cherchent à combler la fracture numérique ? Faites des recherches pour trouver des exemples concrets.

IV. Stylistique - Les erreurs de référent

La cohérence d'un texte écrit est typiquement assurée par les référents anaphoriques. L'inattention à ces éléments amène souvent une confusion ou une ambiguïté.

Voici une erreur de syntaxe commune :

- Mon pote et moi, **nous** cherchons un nouveau studio pour **s'**enregistrer.

Dans cet exemple, il est important que les deux éléments en gras partagent les mêmes caractéristiques grammaticales. Voici la correction :

- Mon pote et moi, **nous** cherchons un nouveau studio pour **nous** enregistrer.

Pour éviter toute ambiguïté lorsque vous rédigez un texte écrit, assurez-vous qu'un pronom a toujours un antécédent clair. Voici un exemple d'une ambiguïté :

- La nouvelle plateforme est tombée en panne hier soir. **Ils** ont travaillé tout le week-end pour redémarrer le serveur.

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

Il vaut mieux être plus clair de qui nous parlons. Voici une correction possible :

- La nouvelle plateforme est tombée en panne hier soir. **Les programmeurs** ont travaillé tout le week-end pour redémarrer le serveur.

Faites attention également aux erreurs de genre et de nombre dans la reprise du pronom :

- On devrait remercier votre **équipe** d'avoir résolu si rapidement notre problème. En plus, **ils étaient** super **professionnels**.

Il vaut mieux dans ce cas respecter le fait que le mot « équipe » est du féminin singulier. Voici une correction possible :

- On devrait remercier votre **équipe** d'avoir résolu si rapidement notre problème. En plus, **elle était** super **professionnelle**.

L'antécédent d'un pronom de reprise doit être évident. Évitez à tout prix l'ambiguïté. Prenons comme exemple la phrase suivante :

- Jimmy Wales et Salman Khan travaillent tous les deux pour un meilleur avenir. Mais, ce qu'**il** fait le mieux, c'est d'enseigner à ses élèves.

D. Nickolai

Dans cet exemple, on constate qu'il y a une ambiguïté puisque l'antécédent du pronom de reprise n'est pas clair. S'agit-il de Wales ou de Khan ? Voici une correction possible :

- Jimmy Wales et Salman Khan travaillent tous les deux pour un meilleur avenir. Mais, ce que **Khan** fait le mieux, c'est d'enseigner à ses élèves.

À vous !

Formulez trois phrases qui contiennent des erreurs de référents et notez trois corrections possibles.

a)

b)

c)

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

V. Glossaire / Définitions

Dans cette leçon on a vu quelques nouveaux termes. Profitez des nouveaux médias, comme le site Wiktionary.org, pour trouver de bonnes définitions en ligne pour les expressions et termes suivants :

un libre accès au web	?
la grande muraille pare-feu	?
la Grande Noirceur	?
la Révolution tranquille	?
la fracture numérique	?

VI. Notes et suggestions de lecture

Slashdot : Citation de Jimmy Wales et la mission de Wikipédia

- Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=9a>
- <https://slashdot.org/story/04/07/28/1351230/wikipedia-founder-jimmy-wales-responds>

Pedagogy and Theater of the Oppressed : Courte biographie de Paulo Freire

- Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=9b>
- <https://ptoweb.org/aboutpto/a-brief-biography-of-paulo-freire/>

Our World in Data : Taux général de l'alphabétisation des adultes partout dans le monde

- Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=9c>
- <https://ourworldindata.org/literacy>

D. Nickolai

Bloc Québécois : Citation de René Lévesque sur les vrais démocrates

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=9d>
 - ❑ <https://www.blocquebecois.org/2015/12/communique-le-bloc-quebecois-mobilise-pour-la-promotion-de-lindependance/>

Les reporters sans frontières : Les données du classement de la liberté de la presse 2019

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=9e>
 - ❑ <https://rsf.org/fr/donnees-classement?sort=desc&order=Score%20global#institut>

Khan Academy : Soutien financier du Gates Foundation

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=9f>
 - ❑ <https://www.khanacademy.org/about/our-supporters>

Le Point : Une solution du ciel pour combler la fracture numérique en Afrique

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=9g>
 - ❑ https://www.lepoint.fr/economie/rwanda-combler-la-fracture-numerique-par-satellite-06-03-2019-2298540_28.php

Europe 1 : Nouveau slogan du Washington Post sur la démocratie

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=9h>
 - ❑ <https://www.europe1.fr/medias-tele/le-washington-post-a-desormais-un-slogan-la-democratie-meurt-dans-les-tenebres-2985896>

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

Leçon 10 : Le droit à l'oubli numérique, ce n'est pas pour tous

« C'est une situation inédite : nos productions, textes, photos, ainsi que les traces laissées sans même le savoir, nous poursuivent à l'infini. Il faut organiser une prescription ! »

-Nathalie Kosciusko-Morizet, Secrétaire d'Etat chargée de l'Economie Numérique, 2009

De nos jours, tout persiste, et les traces laissées sur internet sont pour la plupart insupprimables. Même si on maintient un peu de contrôle sur un blog ou un compte perso, on ne peut rien contre le stockage automatique et massif des services comme *Archive.org*. Grâce à cet archivage de la toile entière, on peut facilement trouver les sites les plus anciens, supprimés il y a deux décennies par leurs auteurs. Il existe également des sites pirates ou louches qui emmagasinent et reproduisent tous nos Tweets, même ceux qu'on a effacés il y a longtemps. Il suffit d'explorer un peu ces services qui portent des noms comme *Twitur*, *Twitock*, et *Twipu* pour comprendre l'ampleur du problème. Figurez-vous qu'un même idiot posté entre amis par un ado en 2010 (et supprimé en 2011) pourrait lui coûter toute sa


D. Nickolai

carrière en 2020. Voici le monde dans lequel nous vivons. Faire disparaître un contenu totalement d'internet est devenu presque impossible. Lorsqu'on publie un commentaire ou une photo en ligne, on en perd complètement le contrôle. Certes, il n'est pas nécessaire que les choses soient ainsi pour toujours – il y a notamment des efforts européens actuels pour protéger le droit à *l'oubli numérique*.

TU NE FAIS PLUS
DE SELFIE?

CHACUN A DROIT À SON
QUART D'HEURE D'ANONYMAT.



LÉO PAJON  LesZoizos

Il est facile de comprendre le besoin ressenti de disparaître du web, tout en effaçant des infos désagréables qui nuisent à notre réputation personnelle ou professionnelle. Peu importe qui vous êtes, on fait malheureusement tous des bêtises dans la vie, même si certains en font plus que d'autres. Les moins chanceux parmi nous doivent faire face publiquement aux incidents regrettables lorsqu'ils sont documentés et partagés en ligne. Examinons maintenant la question

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

au cœur de cette leçon : est-ce qu'on a vraiment le *droit* d'être oublié ? D'exiger le retrait inconditionnel des infos accablantes du web ? De *nettoyer en notre faveur* les résultats fournis par les moteurs de recherche ? Pour apporter de la lumière à cette question, il convient de prendre en compte son contexte historique. De façon peut-être surprenante, l'Union européenne pensait déjà à la protection des données personnelles en 1995. Or, étant donné l'importance du respect de la vie privée et familiale dans la *Convention européenne des droits de l'homme* (1950), on peut comprendre l'initiative de moderniser et de mettre à jour le traité au début de l'ère numérique. Cette nouvelle directive sur la protection des données personnelles prévoit que la collection et le traitement des données personnelles ne sont pas permis sans le consentement de l'individu concerné.

Pour rappel, Google n'existait pas encore en 1995, et il a fallu attendre de nombreuses années avant que quelqu'un tombe victime des résultats peu flatteurs d'un moteur de recherche. Pourtant, c'est grâce à cette directive avant-gardiste que la Cour de justice européenne a pu avancer le « droit à l'oubli » vingt ans plus tard. Votée en 2014 par le Parlement européen, cette législation rend responsables les plateformes des données personnelles traitées sur leurs sites. Il revient par conséquent aux plateformes de fournir des outils pour demander le retrait ou le déréférencement des infos personnelles des citoyens européens concernés. La notion de déréférencement est importante car ce sont les moteurs de recherche qui nous permettent de découvrir et dénicher les détails personnels les plus gênants. Alors, même s'il est devenu impossible de supprimer un certain contenu en ligne pour une raison quelconque, on peut compliquer ou empêcher sa découverte en ciblant les

D. Nickolai

moteurs de recherche. Quant à Google Europe, il y a maintenant une procédure en place et un formulaire simple pour demander la suppression des infos personnelles des résultats affichés. Alors, il semble qu'au moins les Européens aient désormais un moyen et le droit d'être oubliés ! Dans la pratique cependant, rien n'est jamais si simple.

Google traite les demandes de suppression cas par cas, et les critères de déréférencement sont multiples. Par exemple, cette procédure ne concerne ni les personnalités publiques ni les infos qui présentent un intérêt public. Impossible, par conséquent, pour un leader mondial d'exiger le retrait des infos intimes ou accablantes. En outre, et à part les critères pour déréférencer un contenu, il faut également comprendre que ces demandes concernent uniquement l'Union européenne. Même si un citoyen français reçoit une réponse positive à sa demande de déréférencement, son succès sera limité aux versions européennes de Google. Alors, on a peut-être le droit à l'oubli sur Google.fr, mais pas sur Google.ca ni sur Google.com. En effet, les progrès sont lents, et ceux qui cherchent à faire disparaître un contenu du web doivent souvent redoubler leurs efforts en s'en remettant au secteur privé. Pour rappel, là où il y a un besoin rentable non satisfait, il y a des entreprises qui sautent sur l'occasion.

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

Tableau 6 : Les employeurs américains et les réseaux sociaux
(Harris Poll de 2018)

70 %	des employeurs fréquentent des réseaux sociaux pour <i>checker</i> les profils des recrues potentielles
48 %	des employeurs font des tours sur les réseaux sociaux pour voir ce que font leurs employés actuels
34 %	des employeurs ont réprimandé ou ont viré un employé à cause des contenus découverts en ligne

De nos jours, notre e-réputation est plus importante que jamais. Rien de plus troublant que de taper son nom dans Google et de tomber sur un contenu humiliant, surtout lorsqu'on cherche du travail. Alors, coûte que coûte, il vaut la peine d'essayer d'établir une solide réputation irréprochable en ligne. Heureusement, aux grands maux, les grands remèdes ! Lorsqu'il semble qu'il n'y ait plus aucun recours, il y a toujours quelqu'un prêt à présenter ses services. Bien que cela risque de coûter cher, on peut faire appel aux nettoyeurs professionnels du web. Selon le site *nettoyeursdunet.com*, il faut compter entre 100 € et 200 € par heure pour les services d'un nettoyeur professionnel. On pourrait donc dépenser de milliers d'euros pour faire disparaître les contenus les plus problématiques. Or, il se peut que l'autre scénario (une vie au chômage ou passée à Pôle Emploi) coûterait encore plus cher pour certains.

Parmi les sociétés françaises d'e-réputation, il y a notamment l'*Agence CSV* qui propose une vaste gamme de services dans ce

D. Nickolai

domaine : supprimer des articles de presse, faire disparaître des avis négatifs ou dénigrants, effacer des contenus diffamatoires, et vous apporter « une solution immédiate pour toute atteinte à la vie privée ». Certes, ce sont de belles promesses de marketing, mais la prudence s'impose de nouveau : si ça semble être trop beau pour être vrai, ça l'est probablement. Même si la Cour de justice de l'Union européenne garantit un droit fondamental à l'oubli numérique, cela reste un droit gravement limité, et son application n'est pas garantie, ni en Europe ni ailleurs. Pour l'instant, les meilleurs espoirs demeurent dans les efforts des usagers de minimiser les contenus gênants, par tous les moyens possibles, et de penser longtemps avant de poster un contenu discutable sur la toile. Comme dans d'autres domaines de la vie, en ce qui concerne notre e-réputation, il vaut certainement mieux prévenir que guérir !

I. Quelques questions de compréhension

Quand on supprime un contenu gênant en ligne, on

_____.

- a) ne peut plus en tomber victime
- b) en reprend le contrôle
- c) y reste vulnérable

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

Le droit légal à l'oubli numérique appartient à

_____.

- d) tout le monde
- e) tous les Européens
- f) certains Européens

Afin de faire disparaître un contenu du web, _____
de le déréférencer des moteurs de recherche en faisant une
demande en ligne.

- g) il suffit
- h) il suffit parfois
- i) il ne suffit guère

II. Questions de réflexion

Est-il raisonnable de prendre en compte de vieilles données
personnelles des gens dans des décisions d'embauche et de
recrutement ? Pourquoi ou pourquoi pas ?

Croyez-vous que les efforts de la Cour de la justice soient futiles ou
purement symboliques ? S'agit-il d'une première étape, ou
seulement d'une tentative inutile ?

D. Nickolai

III. Tâches pour aller plus loin

Bien que les efforts actuels de garantir le droit à l'oubli restent limités, il y a de nouvelles initiatives hors Europe dans l'Amérique du Sud. Faites des recherches pour comprendre les différences des tentatives européennes de celles d'Argentine.

Justin Trudeau, le premier ministre du Canada, s'est excusé en septembre 2019 d'avoir arboré un *brownface* au cours d'une soirée en 2001. Il s'est peint le visage et le corps en brun pour un déguisement d'Aladdin. Le magazine Time a diffusé la photo qui a été partagée partout dans le monde grâce aux nouveaux médias. Faites des recherches pour trouver l'explication de Trudeau. Existe-t-il un chemin vers la rédemption pour un tel acte ?

IV. Stylistique - La bonne place du pronom relatif

On peut améliorer la qualité d'une phrase en supprimant toute équivoque qui est due au mauvais placement du pronom relatif. Prenons comme exemple la phrase suivante, liée à cette leçon :

- Ma patronne a trouvé un contenu humiliant sur ma page Facebook qui me gêne énormément.

Bien que le sens de la phrase soit communiqué, on pourrait croire que c'est la page Facebook qui est gênante, et pas le contenu qui s'y trouve. On pourrait formuler la phrase ainsi, pour éliminer toute équivoque :

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

- Ma patronne a trouvé un contenu humiliant qui me gêne énormément sur ma page Facebook.

À vous ! Récrivez les phrases suivantes afin d'éliminer tout malentendu et de lever toute ambiguïté due au placement du pronom relatif.

- Il y a un argument en faveur du droit à l'oubli dans ce document qui est mal construit.
- Certains pays exigent des protections légales pour leurs citoyens qui ne sont pas réalisables dans la pratique.
- Les changements des lois qui sont liés aux droits fondamentaux sont plus compliqués que jamais.
- La Cour de la justice européenne imposera de nouvelles règles aux entreprises de haute technologie qui devront être respectées.

D. Nickolai

V. Glossaire / Définitions

Dans cette leçon on a vu quelques nouveaux termes. Profitez des nouveaux médias, comme le site Wiktionary.org, pour trouver de bonnes définitions en ligne pour les expressions et termes suivants :

le droit à l'oubli numérique	?
un moteur de recherche	?
le déréférencement	?
l'e-réputation	?
les nettoyeurs du net	?

VI. Notes et suggestions de lecture

Le Figaro : Citation de Nathalie Kosciusko-Morizet

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=10a>
- ❑ <http://www.lefigaro.fr/web/2009/11/13/01022-20091113ARTFIG00012-vers-l-instauration-d-un-droit-a-l-oubli-numerique-.php>

Next Impact : La justice européenne reconnaît un droit à l'effacement

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=10b>
- ❑ <https://www.nextinpact.com/news/87498-face-a-google-justice-europeenne-reconnait-droit-a-l-effacement.htm>

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

Comment ça marche : Formulaire Google droit à l'oubli

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=10c>
 - ❑ <https://droit-finances.commentcamarche.com/faq/39882-formulaire-google-droit-a-l-oubli-adresse-et-mode-d-emploi>

Career Builder : Les employeurs vous guettent en ligne (Tableau 6)

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=10d>
 - ❑ <http://press.careerbuilder.com/2018-08-09-More-Than-Half-of-Employers-Have-Found-Content-on-Social-Media-That-Caused-Them-NOT-to-Hire-a-Candidate-According-to-Recent-CareerBuilder-Survey>

Nettoyeurs du net : Les Tarifs des nettoyeurs

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=10e>
 - ❑ <http://nettoyeursdunet.com/e-reputation-les-tarifs-des-nettoyeurs-du-web/>

Agence CSV : Nos services

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=10f>
 - ❑ <http://www.vous-etes-au-top.com/e-nettoyeurs>

CNET France : Comment effacer ses traces sur internet

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=10g>
 - ❑ <https://www.cnetfrance.fr/news/comment-effacer-ses-traces-sur-internet-39845848.htm>

D. Nickolai

Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés : Effacer des infos personnelles

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=10h>
- ❑ <https://www.cnil.fr/fr/effacer-des-informations-me-concernant-sur-un-moteur-de-recherche>

La Presse : Le premier ministre en brownface

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=10i>
- ❑ <https://www.lapresse.ca/elections-federales/201909/19/01-5241893-dautres-images-de-trudeau-maquille-sortiront-disent-les-liberaux.php>

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

Leçon 11 : La magie du son et la réussite des podcasts

« Le son épuré induit un échange très doux, qui permet la découverte de personnages pour lesquels on développe naturellement de l'empathie, avec une parole qui s'écoute vraiment, sans être perturbée par l'image. »

-Catherine, 44 ans, fanatique des podcasts de France Culture

Le chanteur américain Bruce Woolley croyait voir clairement en 1978 comment les choses tournaient et a déclaré dans son tube classique que « la vidéo a tué la star de la radio ». On ne pouvait croire autrement à cette époque, vu le nombre croissant de téléviseurs dans les foyers et l'arrivée révolutionnaire du magnétoscope. (N'oublions pas la techno-panique de la deuxième leçon qui a suivi cette invention meurtrière !) Peu après la sortie de cette chanson à succès de *The Buggles*, on a vu apparaître une nouvelle sorte de chaîne de télé : *MTV*. Pour rappel, le concept même d'une chaîne musicale n'existait pas encore, et MTV a créé toute une industrie en diffusant son premier vidéoclip en 1981. La chanson qui a lancé la chaîne légendaire ? Bien sûr que c'était celle de Woolley, ce qui a sans doute laissé perplexes ses fans dans une ironie superbe

D. Nickolai

et prophétique. La vidéo est ensuite vite devenue le médium par excellence des maisons disques, et la radio semblait déjà démodée et moins pertinente aux yeux de certains artistes. Impossible alors d'imaginer un monde 40 ans plus tard dans lequel la radio demeure mondialement le médium de choix des auditeurs.

Comment comprendre la popularité de la radio dans l'ère numérique ? Précisons d'abord que ce qu'on appelle de nos jours la *radio* n'est pas, à proprement parler, limité à l'invention de Guglielmo Marconi. Prenons comme exemple *National Public Radio* (NPR), un des principaux réseaux de *radiodiffusion* aux États-Unis. Bien que les émissions de NPR soient diffusées à la radio terrestre en direct à des millions d'auditeurs, les nouvelles technologies permettent de nouveaux modes de consommation des programmes les plus populaires. Il y a notamment la possibilité d'écouter *sur demande* n'importe où grâce aux smartphones modernes. Certes, dans ce cas il ne s'agit pas de la *radio*, au sens strict du terme, mais qu'est-ce que c'est alors ? Steve Jobs, visionnaire et ancien PDG d'Apple, a expliqué en 2005 que les *podcasts* représentent la nouvelle génération de radio. Ce nouveau paradigme permet aux auditeurs d'écouter ce qu'ils veulent quand bon leur semble. Il suffit d'examiner la liste des podcasts les plus téléchargés chez Apple pour comprendre que les émissions des grands organes de presse sont très bien représentées. Quant aux podcasts proposés par les radios traditionnelles, ce sont surtout des *replays* d'émissions de radio, disponibles à la demande. On peut par exemple écouter *Morning Edition* de NPR ou *La Matinale* d'Europe 1 à 20 h du soir, grâce aux podcasts, et expliquer sincèrement aux proches qu'on écoute la radio.

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

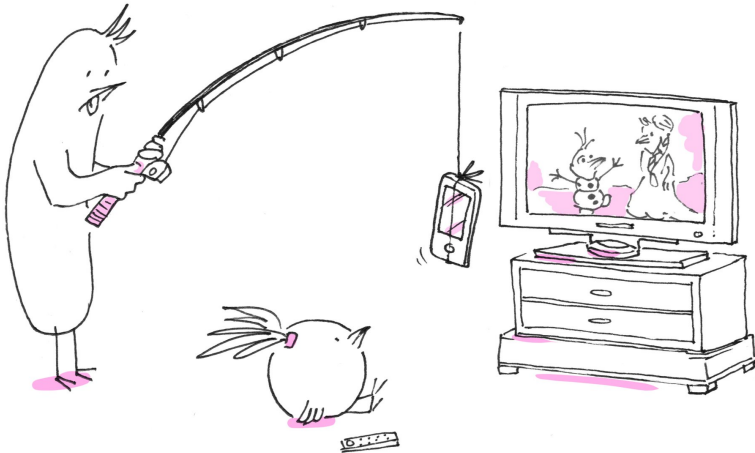
On a tendance, donc, à confondre des termes lorsqu'on parle de la radio et des podcasts. On écoute parfois la radio à l'antenne (FM), parfois la radio de *ratrapage* en podcast, ou très souvent, on écoute tout simplement un podcast *natif* qui n'a jamais été radiodiffusé. En effet, le grand nombre de podcasts dispos en ligne s'explique par le fait qu'on n'est plus obligé de passer d'abord à la radio traditionnelle. Plus besoin, donc, de demander la permission aux anciens gardiens des médias. On a recours directement à la diffusion de masse numérique gratuite grâce à Apple depuis 15 ans. Voici encore l'avantage principal des nouveaux médias et du *modèle ascendant* souligné dans la première leçon. Il existe un nombre hallucinant de podcasts natifs qui proposent des contenus sonores originaux. Ces derniers dépassent largement ceux qui sont proposés par des radios traditionnelles. D'après les chiffres d'Apple, on a affaire à 30 000 000 d'épisodes de podcast actuellement disponibles en plus de 100 langues différentes.

Que dirait Woolley, face à cette nouvelle réalité ? Si on revient au sentiment exprimé dans la chanson de *The Buggles*, on comprend que le souci du chanteur ne concerne pas les créations purement *sonores*. Examinons un peu les paroles pour y apporter de la lumière. La chanson commence ainsi : « Je t'ai *entendu* sur mon *sans fil* en 1952 ; j'étais étendu au lit avec l'intention de *t'écouter*. » Là, on comprend tout de suite que son regard nostalgique s'oppose à la *télévision*, et ce qu'il apprécie le plus de la radio correspond bien à l'écoute moderne *sans fil* d'une émission *audio*. Woolley ajoute encore de l'évidence à cette interprétation : « Les images sont arrivées et t'ont brisé le cœur ». Le cœur brisé résulte visiblement

D. Nickolai

d'une perte importante aux yeux de Woolley. La star de la radio ne pourrait pas concurrencer aux images captivantes de la star de la vidéo. Or, vu la popularité de nos jours de la diffusion numérique des contenus sans vidéo, on pourrait tirer la conclusion que le pauvre Bruce Woolley s'inquiétait pour rien. Il était historiquement toutefois en très bonne compagnie, comme nous l'avons vu dans des leçons précédentes. On n'a jamais arrêté de faire de fausses prédictions sombres sur l'avenir ni sur le rôle joué par de *nouvelles technologies*.

QUAND IL FAUT QU'ELLE DÉCROCHE DE LA TÉLÉ.



LÉO PASON f: Les Zoizos

Même avec nos petits écrans qui sont capables de nous amuser pendant des heures avec des vidéoclips en haute définition, on

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

constate une très grande prédilection pour l'écoute. Regardez autour de vous si vous en doutez encore. Au parc, dans le métro, au travail, au gymnase, on voit partout ces fameux petits écouteurs intra-auriculaires. Par ailleurs, les *earpods* blancs d'Apple (ou des contrefaçons dix fois moins chères) font partie maintenant du paysage culturel international. De toute évidence, les gens sont à l'écoute en France et ailleurs. Il convient maintenant de s'interroger du pourquoi. Pour cette question, on laisse la parole à Charlotte Pudlowski, animatrice du célèbre podcast français *Transfert* de Slate.fr qui explique : « Et le son, on sait que c'est quelque chose qui crée un lien très intime avec les gens, et d'ailleurs, en France, la radio, c'est le médium dans lequel les gens ont le plus confiance. » D'après Pudlowski, c'est la narration à voix qui permet un rapport hors pair dans lequel l'art traditionnel du récit est mis en valeur. Elle voit donc dans les podcasts un moyen puissant de raconter des histoires et de renforcer la confiance que les auditeurs ont dans les médias. Elle précise : « On est dans un moment, notamment sur internet, où les gens éprouvent une énorme défiance vis-à-vis des médias, vis-à-vis des institutions, vis-à-vis des cadres générales. » Pudlowski estime que la radio, le son et les podcasts rétablissent la confiance avec l'auditeur en créant un lien intime qui n'a pas d'équivalent dans d'autres médias.

Selon Woolley et Pudlowski, il y a clairement quelque chose de magique dans le son. En écoutant, on laisse aller son imagination et en même temps on se sent moins manipulé par ce qu'on entend. Il y a, pour une raison quelconque, un lien émotif plus fort qui émerge lors d'une écoute des médias purement sonores. Cela permet une appréciation plus importante des auditeurs, tout en établissant un

D. Nickolai

niveau de confiance qui n'existe pas dans les médias visuels. Les « nouvelles technologies » dont Woolley avait peur permettent de nos jours une sorte de renaissance de la radio. La magie de la radio n'a pas disparu, mais comme toute technologie, elle évolue.

I. Quelques questions de compréhension

Les médias visuels _____ les médias sonores.

- a) ont remplacé
- b) ont été remplacés par
- c) coexistent avec

Les podcasts représentent _____ .

- d) la fin de la radio
- e) la nouvelle génération de la radio
- f) le début de l'ère numérique

Selon la leçon, les gens ont tendance à faire confiance

_____ .

- g) aux médias sonores
- h) aux médias visuels
- i) à la presse écrite

II. Quelques questions de réflexion

Pensez-vous qu'il y ait quelque chose de magique dans le son ? D'après vous, qu'est-ce que c'est ? Qu'est-ce qui explique cette magie ?

La popularité des podcasts est due en partie aux raisons soulignées dans cette leçon. Mais à part les aspects affectifs des auditeurs, quelles sont les raisons pratiques pour une telle prédilection pour l'écoute ?

III. Tâche pour aller plus loin

Faites des recherches sur « Fleet Street » à Londres pour mieux comprendre le contexte de la chanson. Qu'est-ce qui s'est passé en Angleterre qui a poussé Bruce Woolley à écrire son tube ?

IV. Stylistique - Soyons précis : évitons les mots passe-partout

La richesse d'un texte provient des mots précis et adéquats, alors que la faiblesse d'un texte découle souvent des mots répétitifs, insipides ou incolores. Par exemple, il vaut mieux éviter, autant que possible, les verbes comme : *avoir, dire, donner, être, faire et trouver*. Dès que vous constatez une abondance de tels verbes dans votre texte, c'est le moment de l'enrichir ! C'est d'ailleurs une bonne idée de consulter un dictionnaire ou une liste des synonymes pour ne pas dépendre des mêmes mots lorsque vous vous exprimez ou lorsque vous rédigez un texte.

D. Nickolai

Au lieu de dire :

Europe 1 a des dizaines de podcasts disponibles sur demande depuis 2018.

Reformulez la phrase ainsi :

Europe 1 propose des dizaines de podcasts disponibles sur demande depuis 2018.

Comparez les exemples suivants et encerclez le verbe plus riche ou précis :

Un français sur dix (affirme / dit) qu'il écoute au moins trois podcasts chaque mois.

Mon cousin a (fait / réalisé) un nouvel épisode de son podcast sur les licornes.

Les journalistes de *La Presse* et de *Radio-Canada* ont (eu / remporté) plusieurs prix lors du gala des Grands Prix du journalisme en 2019.

La chanteuse a décidé de ne rien (entreprendre / faire) avant de signer son nouveau contrat.

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

À vous !

En gardant le thème de cette leçon, écrivez une phrase à l'aide d'un verbe « incolore » (*avoir, dire, donner, être, faire*) et puis reformulez la phrase pour la rendre plus riche.

modèle (avoir)

- a) Dans les circonstances, il est normal que cet artiste ait de la peine.
- b) Dans les circonstances, il est normal que cet artiste ressente de la peine.

à vous - (dire)

- a) ...
- b) ...

à vous - (faire)

- a) ...
- b) ...

D. Nickolai

V. Glossaire/Définitions

Dans cette leçon on a vu quelques nouveaux termes. Profitez des nouveaux médias, comme le site Wiktionary.org, pour trouver de bonnes définitions en ligne pour les expressions et termes suivants :

sur demande	?
la radio de rattrapage	?
un podcast natif	?

VI. Notes bibliographiques et suggestions de lecture

Marie Claire : Citation de Catherine, fanatique des podcasts de France Culture

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=11a>
- ❑ <https://www.marieclaire.fr/podcasts-les-bulles-d-intimite-a-emporter,1248718.asp>

News Trotteur : La vidéo n'a pas tué la star de la radio

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=11b>
- ❑ <https://newstrotteur.fr/2019/06/16/la-video-a-t-elle-tue-la-star-de-la-radio-comme-promis-il-y-a-40-ans-alan-cross-analyses-newstrotteur/>

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

Forbes : Steve Jobs et la nouvelle génération de radio

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=11c>
- ❑ <https://www.forbes.com/sites/montymunford/2018/08/16/steve-jobs-was-right-when-he-said-podcasts-were-the-future-of-audio/#5abb40e02025>

Podmust : C'est quoi un podcast ?

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=11d>
- ❑ <https://podmust.com/podcast-definition-histoire/>

Charlotte Pudlowski : Le podcast permet de raconter des histoires autrement

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=11e>
- ❑ <https://www.youtube.com/watch?v=wmTORXsPmP8>

Inside Hook : Entretien avec Bruce Woolley

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=11f>
- ❑ <https://www.insidehook.com/article/music/video-killed-the-radio-star>

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

Leçon 12 : Les coûts exceptionnels des médias gratuits

« En France, l'industrie du journalisme repose sur une base essentiellement fausse, c'est-à-dire plus particulièrement sur les abonnements que sur les annonces. Il serait désirable que ce fût le contraire qui eût lieu. »

-Émile de Girardin, 1838, dans une déclaration prophétique bien avant l'ère numérique

En étudiant les nouveaux médias, on finit par comprendre qu'il n'y a rien de nouveau là-dedans. La presse de nos jours affronte les mêmes problèmes que la presse du dix-neuvième siècle. En effet, le gros défi des organes de presse demeure bien le même depuis belle lurette : comment minimiser le prix d'un abonnement au journal (ou au site) pour atteindre un public le plus large possible ? Émile de Girardin, journaliste, homme politique et fondateur de *La Presse* (1836), voyait une solution innovatrice dans la publicité. Il s'est rendu compte assez tôt dans sa carrière qu'il pouvait publier son journal à moitié prix grâce aux annonces. Or, pour mieux contextualiser l'importance de son modèle d'affaires avant-gardiste, il faut comprendre que la presse française se composait pendant

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

longtemps principalement de *journaux de partis*. Ces journaux étaient affiliés ou parfois même établis par des partis *politiques*. Pas facile alors de trouver une presse vraiment indépendante ou même d'éviter une presse ouvertement partielle à l'époque. Étant donné ce triste état du journalisme français, il est peu étonnant que quelqu'un comme Girardin se pose la question clé : n'y a-t-il pas un meilleur moyen de financer un journal ?

Certes, la publicité dans les journaux existait déjà, mais c'est Girardin qui a changé les règles du jeu en s'opposant au modèle dominant des journaux de partis. En adoptant son nouveau modèle commercial, Girardin a irréversiblement bouleversé les pratiques journalistiques ainsi bien que la profession. Le reste appartient à l'histoire : la publicité et la presse vont de pair et les deux sont devenues indissociables. Les annonces permettent des prix raisonnables tout en donnant de la crédibilité aux journaux. Quelle belle évolution, donc, d'échapper à la pression éditoriale des partis politiques ! Les journaux pouvaient enfin publier des infos plus objectives (en principe) sans s'inquiéter du soutien financier des mécènes partiaux. Mais, là, avec le recul, on observe que cette évolution est un bel exemple de la loi des conséquences imprévues. On s'est vite habitué aux annonces et aux prix abordables des journaux, et on s'est appuyé sur le modèle de Girardin cent ans plus tard pour financer la radio et ensuite les chaînes de télévision. Au moment de financer les médias numériques, il n'y avait qu'une solution viable sur la table : *la publicité*. Pour rappel, il n'y avait pas de moyen de payer quoi que ce soit en ligne au début de l'ère numérique, et les gens restaient réticents pendant longtemps lorsque confrontés à l'idée de payer par carte bancaire sur internet.

D. Nickolai

Le rôle des annonces dans les médias est devenu si important que les organes de presse ne peuvent plus s'en passer sans beaucoup de difficulté. La réussite ou l'échec des médias modernes s'explique surtout par la rentabilité des publicités affichées aux lecteurs. Il s'avère que les abonnements représentent très peu des revenus des médias numériques. Selon un sondage qui est sorti en 2018, seulement 9 % des Français paient pour lire des journaux en ligne. Le faible nombre d'abonnés payants est certainement dû en grande partie à la quantité accablante de contenu gratuit qui se trouve en ligne. Grâce à la publicité, on peut très facilement se tenir au courant des actualités sans dépenser un centime.

Tableau 7 : % des lecteurs qui ont payé pour de l'information en ligne en 2018.

aux États-Unis	16 %
en Belgique	11 %
en Suisse	11 %
au Canada	9 %
en France	9 %

Alors, quelle est l'importance de tout cela ? Qu'est-ce que cela nous coûte de consommer gratuitement les infos sur internet ? Quelles sont les conséquences néfastes d'un tel système de financement ? Hélas, les problèmes sont multiples. Commençons par le fait que la publicité est devenue nécessaire, mais pas suffisante pour assurer la survie des journaux. Prenons l'exemple récent du *Groupe Capitales Médias* qui publie six quotidiens importants au Québec. Confrontés

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

à 26 millions de dollars canadiens de dette, ces six journaux sont entrés en procédure de faillite en 2019. Le gouvernement canadien a généreusement accordé un prêt d'urgence à GCM pour éviter la fermeture immédiate des quotidiens. Le soutien de l'État ainsi bien que des mesures fiscales radicales ont permis à GCM de survivre pour l'instant. Lors de la saga de GCM, le premier ministre canadien Justin Trudeau s'est exprimé ainsi : « Nous sommes très préoccupés par le sort des médias à travers le pays. Une presse libre et forte est essentielle au bon fonctionnement de notre société. »

C'EST ATROGE ! SELON CET ARTICLE,
LA PRESSE RISQUE DE MOURIR !

POURQUOI ?

JE NE SAIS PAS, IL FAUT PAYER
POUR LIRE LA SUITE ...

AH LES MÉRDIAS !



LÉO PASON [F]: Les Zoizos

D. Nickolai

Gilles Vandal, ancien professeur de l'Université de Sherbrooke, explique qu'il s'agit d'une véritable crise de la presse. Dans une chronique pour *Le Soleil* (un des journaux de GCM), Vandal note que 23 % des journaux américains ont disparu depuis 2003 et les abonnements ont chuté de 40 %. Par ailleurs, les journaux régionaux et nationaux continuent à disparaître à une vitesse inquiétante. Vandal nous rappelle qu'on a malheureusement tendance à sous-estimer le rôle de surveillance joué par la presse. Sans une presse forte, il note que « cela devient plus facile pour des personnes corrompues de tirer avantage du système économique et politique. » De toute évidence, la presse gratuite ne permet pas une presse saine et libre. Sans les abonnements payants, l'avenir de la presse reste en danger mortel. En outre, le cycle du déclin de la presse est maintenant bien compris : on perd des abonnés aux sites gratuits, la maison touche moins d'argent, la qualité des reportages baisse en conséquence, et on finit par avoir moins d'abonnés, ce qui garantit la fin du journal. Dans les meilleurs des cas, comme celui du Canada, l'État prête de l'argent aux journaux en faillite, mais là on risque de recréer un monde plein de journaux de partis et de médias nationaux.

La sociologue des médias Monique Dagnaud résume le paradoxe de la presse ainsi : « jamais elle n'a été autant lue, jamais elle n'a autant souffert économiquement ». Les internautes s'intéressent plus que jamais aux infos et aux journaux, mais ils sont pourtant de moins en moins nombreux à s'abonner pour les sauver. Dans l'ère numérique, il semble que la culture de la gratuité soit devenue irrésistible. Or, à un moment donné, il faut reconnaître que cela coûte trop cher de ne rien payer pour les infos qu'on consomme. Par ailleurs, on ne fait que gratter la surface du problème auquel on fait face. À part la

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

disparition des journaux, le modèle économique actuel de la presse invite d'autres problèmes déjà traités dans ce cours : la monétisation de notre attention, le matraquage médiatique, la presse à sensation, les pièges à clics et les campagnes de désinformation et de propagande, pour n'en nommer que quelques exemples.

Girardin n'appréciait pas le modèle économique dominant des journaux de son époque. Il croyait sincèrement qu'on pouvait faire mieux en s'appuyant sur la pub. Il se plaignait avec verve que l'existence des journaux était « soumise au *despotisme étroit* de l'abonné. » La presse moderne est pourtant à la recherche de despotes (clients) pour financer ses entreprises. Bref, on reste bien loin d'un système idéal pour maintenir la qualité des infos publiées dans la presse. En attendant une solution viable à cette crise médiatique, il serait bien de se rappeler que ce qu'on ne nourrit pas n'a aucune chance de survie à long terme. Si rien ne change aux modèles de financement actuel, les internautes finiront par comprendre un jour ou l'autre que c'est bien trop cher la gratuité.

I. Quelques questions de compréhension

Émile de Girardin cherchait surtout _____ pour financer son journal.

- a) des partis politiques
- b) des annonceurs
- c) des abonnés

D. Nickolai

Selon Girardin, des journaux subventionnés par la publicité ne mènent pas à _____ .

- d) des prix abordables
- e) la crédibilité journalistique
- f) des infos partielles

La réticence des lecteurs à payer pour de l'information en ligne s'explique par _____ .

- g) un manque d'intérêt aux actualités
- h) la piètre qualité des médias modernes
- i) la culture numérique de la gratuité

II. Quelques questions de réflexion

Les annonces sur internet sont très souvent intrusives et peuvent rendre difficile la lecture de certaines pages. Il existe des outils numériques pour bloquer ces publicités mais qui privent les sites de leurs revenus. Dans ce cas, s'agit-il de vol ? Est-ce que cela vous semble contraire à l'éthique, moralement contestable ou inapproprié de contourner les annonces qui financent ces sites ?

Le financement des chaînes de télévision publique en France vient principalement de la *redevance audiovisuelle* (138 € par an en 2020). Cette taxe, qui date de 1933, concerne uniquement les postes de télévision, et aucune redevance n'est à payer quand on regarde la télévision sur internet. Pensez-vous qu'une redevance

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

internet soit une solution aux problèmes liés au financement des médias numériques ?

III. Tâches pour aller plus loin

Le succès du quotidien *La Presse* s'explique surtout par sa nature abordable, mais Girardin s'est penché également sur la formule du *roman-feuilleton* pour augmenter son lectorat. Faites des recherches pour découvrir en quoi consiste un *roman-feuilleton* et pour voir lesquels des grands écrivains français figurent dans les pages de *la Presse* du dix-neuvième siècle.

Un des arguments en faveur du modèle d'Émile de Girardin était la possibilité de fournir aux lecteurs des informations plus objectives et plus fiables. La publicité ne garantit pas pourtant l'absence de fausses nouvelles -- faites des recherches pour comprendre comment le journal de Girardin en est tombé victime. Qu'est-ce qui s'est passé et quel fut le sort ultime du quotidien ?

IV. Stylistique - L'accord du participe passé conjugué avec « avoir ».

N'oubliez pas que le participe passé s'accorde avec le COD (complément d'objet direct) lorsque celui-ci se trouve devant un verbe conjugué avec l'auxiliaire *avoir*. Dans cette leçon on verra des exemples en contexte qui vous aideront à mettre les choses au clair.

D. Nickolai

Comparez :

- Les Français ont **payé** à contrecœur la redevance audiovisuelle.

« la redevance » suit le participe passé

- La redevance que les Français ont **payée** reste vitale au financement des médias publics télévisés.

« la redevance » précède le participe passé

Dans la deuxième phrase, on constate que le participe passé « payée » s'accorde au féminin et au singulier avec « la redevance ».

Comparez également ces exemples trouvés sur Twitter :

- Google a **indiqué** que les publicités perturbatrices sont strictement interdites.

« publicités » s'accorde seulement aux adjectifs *perturbatrices* et *interdites*

- Près de 600 applications ont été **supprimées** du Google Play Store puisque les développeurs abusaient de publicités invasives.

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

« supprimées » s'accorde au féminin et au pluriel puisque
« les applications » précèdent le participe passé.

À vous ! - Encerclez le bon choix dans les phrases suivantes.

« Plus de 500 000 conversations privées sur WhatsApp ont été (indexé / indexés / indexée / indexées) par les moteurs de recherche et sont accessibles en quelques clics depuis Google, Bing et Yahoo. » - *phonandroid.com*

« Le marché de la publicité en ligne continue d'afficher une santé au beau fixe selon le dernier Observatoire de l'e-pub, dont les résultats ont été (dévoilé / dévoilés / dévoilée / dévoilées) le 30 janvier. »

-<https://www.e-marketing.fr>

V. Glossaire/Définitions

Dans cette leçon on a vu quelques nouveaux termes. Profitez des nouveaux médias, comme le site Wiktionary.org, pour trouver de bonnes définitions en ligne pour les expressions et termes suivants :

un journal de parti	?
un mécène	?
la culture de la gratuité	?
la redevance audiovisuelle	?
un roman-feuilleton	?

D. Nickolai

VI. Notes bibliographiques et suggestions de lecture

Emile de Girardin : Les Droits de la Pensée : Questions de Presse, 1830-1864

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=12a>
- ❑ <https://www.amazon.fr/Droits-Pensee-Questions-1830-1864-Classic/dp/1334851794>

ACE Project : Les partis politiques qui ont établi leur propre organe de presse

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=12b>
- ❑ <https://aceproject.org/main/francais/pc/pcd01a04.htm>

The Atlantic : Les journaux de partis au 19e siècle

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=12c>
- ❑ <https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2018/12/post-advertising-future-media/578917>

Le Monde : On continue à pivoter vers des modèles payants

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=12d>
- ❑ https://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2019/01/10/en-2019-la-conversion-des-medias-a-l-abonnement-payant-se-poursuit_5407021_3236.html

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

Reuters : Tableau 7 : % des lecteurs qui ont payé pour de l'information en ligne en 2018.

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=12e>
 - ❑ https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_0.pdf

Sputnik France : Au Canada, des médias traditionnels menacés d'extinction

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=12f>
 - ❑ <https://fr.sputniknews.com/international/201908201041957346-au-canada-des-medias-traditionnels-menaces-dextinction/>

Le Devoir : La décision GCM (6 journaux sauvés de la faillite)

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=12g>
 - ❑ <https://www.ledevoir.com/culture/medias/569668/decision-gcm>

Journal de Québec : Citation de Trudeau sur GCM

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=12h>
 - ❑ <https://www.journaldequebec.com/2019/08/20/seule-ment-la-pointe-de-liceberg>

Le Soleil : Gilles Vandal et la crise de la presse écrite

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=12i>
 - ❑ <https://www.lesoleil.com/chroniques/gilles-vandal/la-crise-de-la-presse-ecrite-americaine-43282ee1194b060fa0c06b25b95586f0>

D. Nickolai

Monique Dagnaud : Citation sur le paradoxe de la presse

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=12j>
- ❑ <https://www.amazon.fr/Génération-réseaux-sociaux-dérision-subversion/dp/2724612833>

Tout sur mes finances : La redevance

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=12k>
- ❑ <https://www.toutsurmesfinances.com/impots/contribution-a-l-audiovisuel-public-tout-savoir-sur-l-ex-redevance-tv.html>

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

Leçon 13 : BONUS - La culture du *like*

« Selon leurs propres aveux, même les créateurs de fameux Like n’avaient pas prédit une telle emprise sur nos habitudes numériques et regrettent d’une certaine façon la création de cette culture d’approbation continue. »

- Sébastien Lévesque, co-animateur du podcast québécois Distorsion, décembre 2019

Avis au lecteur : Ce chapitre bonus reproduit la transcription intégrale de l’épisode *La culture du like* du podcast québécois *Distorsion*. L’auteur tient à remercier ici Seb et Emile qui ont autorisé cette reproduction pour les besoins de ce cours.

Bonsoir chers Distordus ! Ici, Seb ! Dans cette *mini-Disto*, je me suis intéressé à un des côtés sombres de Facebook – la culture du *Like*, les *j’aime*. Il y a un peu plus de quinze ans maintenant, le 4 février 2004, *The Facebook* est lancé pour les étudiants de Harvard. Son cofondateur Mark Zuckerberg s’est entouré de ses amis Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz et Chris Hughes avec qui il étudiait à l’université de Harvard pour créer le plus gros réseau social jusqu’à

D. Nickolai

maintenant sur la planète. Si les membres de Facebook habitaient tous au même endroit, il serait le pays le plus peuplé de la planète devant la Chine et l'Inde. Il y a plus de 2,45 milliards d'humains qui s'y connectent chaque mois. Le succès a été immédiat auprès des élèves de l'université car il faut se rappeler que Facebook n'était qu'à la base un bottin en ligne d'étudiants universitaires, et que les inscriptions n'étaient ouvertes qu'à eux à l'époque.

Les choses ont bien changé depuis car l'accès s'est graduellement ouvert à d'autres universités puis ensuite aux écoles secondaires pour enfin devenir grand public. Mark Zuckerberg est toujours l'actionnaire majoritaire et le président directeur général (PDG) de Facebook. Sa fortune personnelle est estimée à 74,1 milliards de dollars américains en 2019. Il est donc placé huitième sur la fameuse liste des milliardaires du monde de Forbes. Facebook fait beaucoup la manchette depuis toujours. Sa croissance monstre et son emprise quotidienne dans la vie de plus de deux milliards de personnes dans le monde poussent les législations de plusieurs pays à se questionner sur ces impacts variés sur la société.

Mais aujourd'hui je ne veux pas vous parler de données personnelles vendues à des entreprises ou d'ingérence dans la démocratie, mais plutôt de la fameuse culture du *Like*. Cette culture que l'on entretient tous à notre façon, pratiquement personne n'y échappe. Qui n'aime pas recevoir de mention « *j'aime* » lorsqu'il met à jour sa photo de profil ou lorsqu'il partage une anecdote, ou un moment de vie, même un article sur le web qui lui semble intéressant ? C'est normal, c'est humain, c'est biochimique.

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

Cette charge de dopamine qui est sécrétée dans notre cerveau à chaque fois qu'on entend ou aperçoit une notification nous rend accros. Normal, c'est une récompense pour notre cerveau, et nous par réflexe rendu quasi pavlovien, on va voir qui a aimé ou commenté notre publication. On n'y pense même plus. La culture du *Like* est omniprésente depuis de maintenant dix ans, à débuté quelque part dans les bureaux de Facebook en 2009 soit cinq ans après le lancement du site. Personne n'aurait pu prévoir qu'un petit bout de code aurait autant d'impact dans la société.

OH, VOUS SAVEZ... JE NE PRÊTE PAS
ATTENTION AUX RÉSEAUX SOCIAUX.

VOUS AVEZ QUAND MÊME
13450 ABONNÉS!

13457.



LÉO PAJON  LesZoizos

D. Nickolai

Selon leurs propres aveux, même les créateurs de fameux *Like* n'avaient pas prédit une telle emprise sur nos habitudes numériques et regrettent d'une certaine façon la création de cette culture d'approbation continue. En fait, le bouton *Like*, qui a passé par différents noms à l'interne chez Facebook comme le *bomb* bouton ou le *awesome* bouton ou même le *love* bouton qui étaient considérés comme trop « cheesy » à l'époque, est finalement devenu ce qu'il est aujourd'hui : le *Like* bouton. C'est une idée qui est née de la collaboration de plusieurs programmeurs qui travaillaient chez Facebook à l'époque.

Parmi lesquels figurent Leah Pearlman et Justin Rosenstein. Pour vous mettre en contexte, Leah Pearlman était une ingénieure réputée qui a fait de grandes choses autant lors de son passage en carrière chez Microsoft que chez Facebook. Je dis *était* car en 2010 elle a complètement quitté le milieu de l'informatique pour devenir une artiste de *comic books*. Méchant changement de carrière ! Et Justin Rosenstein, lui, a travaillé auparavant chez Google et suite à son passage, chez Facebook. Il a fondé le logiciel *Asana* qui est un logiciel de gestion projet très populaire aujourd'hui.

Les développeurs avaient émis l'hypothèse que les utilisateurs de Facebook étaient souvent trop occupés pour laisser des commentaires sur les publications de leurs amis, ou que c'était souvent les mêmes commentaires qui revenaient. Donc, ils voulaient aussi éviter la redondance. Ils se sont dit que, s'il suffisait de cliquer sur un simple bouton, ça allait être très facile pour les utilisateurs, et les amis pourraient se valider réciproquement de manière beaucoup plus fréquente, et beaucoup plus facilement. C'était très bien vu de

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

la part de ses ingénieurs— ça a marché— très bien marché— peut-être même un peu trop bien.

Du coup, le nombre de statuts a explosé de la part des utilisateurs. Le premier milliard de *Likes* sur Facebook est arrivé en 2012 un peu moins de 3 ans après son application. N'oubliez pas, qu'au départ, on ne pouvait pas *liker* des commentaires comme aujourd'hui mais seulement les statuts. Si l'implantation du petit pouce bleu a bien débloqué un océan de validation sociale et que tous les réseaux sociaux l'ont implanté, cela a aussi eu de troublants effets secondaires. Après avoir publié une photo ou un statut un peu provocateur ou de *vaguebooking*, nous sommes tous mis un peu collectivement à rafraîchir nerveusement notre page Facebook dans le but de voir le nombre de « *j'aime* » augmenter, car il n'y avait pas de notification à l'époque.

Puis, nous nous sommes demandé pourquoi les autres avaient plus de « *j'aime* » que nous. Cela nous a poussé à augmenter d'un cran nos comportements quotidiens en ligne, en tentant d'être plus drôle, plus caustique, plus glamour, plus extrême que les autres. Ici je généralise, mais vous comprenez ce que je vous dis. Maintenant le *Like* est devenu un geste anodin au quotidien pour la plupart d'entre nous. L'addiction aux notifications, cette dépendance, cette petite récompense qui se cumule au travers de la journée peut devenir maladif malheureusement pour certaines personnes et les pousser à aller trop loin.

Ici, j'ai sorti deux exemples assez fous qui se sont passées en 2016 aux États-Unis. En novembre 2016, Markeisha Tachelle Johnson, 24

D. Nickolai

ans, une jeune femme d'Asheville, une ville qui est située dans l'ouest de l'état de Caroline du Nord, aux États-Unis, a été accusée et inculpée de faux rapports de police après qu'elle ait publié sur son profil Facebook qu'elle avait été kidnappée. Elle a affirmé qu'elle se trouvait dans le coffre de la voiture d'un homme, que son téléphone est en train de mourir et que l'homme avait une arme à feu. Elle a terminé sa publication en disant, « s'il vous plaît, aidez-moi, ce n'est pas une blague. » La publication a été partagée 788 fois après 24 heures.

Une autre histoire de 2016, la presse surnomme le mauvais samaritain, un homme qui a été condamné à 30 jours de prison après avoir assisté sans réagir à un accident de voiture impliquant deux adolescents... et pour cause, puisqu'il était en train de filmer la scène. Originaire de l'Ohio aux États-Unis Paul Pilton a été témoin d'un accident de voiture causé par la perte de contrôle du véhicule par l'adolescent qui se trouvait au volant. La voiture est ensuite rentrée dans une maison, mais au lieu d'agir et de leur porter secours ou même d'appeler les secours, l'homme âgé de 41 ans est resté, le téléphone à la main, continuer à filmer...

Pire encore, il s'est approché du véhicule accidenté, a ouvert l'un des portiers pour filmer l'intérieur de la voiture avant de traiter les deux victimes de l'accident « d'idiots » : un comportement d'autant plus choquant, que l'un des deux adolescents est mort par la suite de ses blessures. Imaginez... Comme l'ont rapporté les autorités d'autres témoins sont alors intervenus pour aider les deux passagers accidentés, mais à aucun moment Paul Pilton ne les a aidés.

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

Contrairement à ce que l'on pourrait croire, ce dernier n'a toutefois pas été condamné pour non-assistance à une personne en danger, ni pour avoir publié sur Facebook la vidéo de l'accident.

C'est le fait d'avoir pénétré sur une scène de crime sans permission, pour avoir ouvert la portière de la voiture qui lui a valu un séjour en prison. Il n'existe pas un effet de peine prévu pour les comportements idiots. Il existe des tonnes d'exemples de gens partout dans le monde, sans parler de toutes les vidéos en direct sur Facebook de meurtres ou de tentatives de meurtre pour attirer l'attention et les *Likes*. C'était des exemples extrêmes que je vous démontre actuellement, mais ça démontre quand même jusqu'où certaines personnes peuvent aller simplement pour attirer l'attention.

En conclusion, l'objectif de cette mini *Disto* n'est pas de culpabiliser personne sur son utilisation des réseaux sociaux... je suis moi-même un grand utilisateur, mais plutôt de nous faire prendre conscience de ces réflexes qui sont devenus anodins et qui peuvent avoir de graves conséquences. Comme on vous le répète souvent à Distorsion, il est important d'avoir une bonne hygiène numérique et ça, même les entreprises commencent à le comprendre. Instagram a retiré à certains endroits dans le monde le cumul des *Likes*, le nombre de *Likes* que vous pouvez avoir sur une publication, pour éviter justement cette course folle au plus grand nombre de *Likes* et tous les troubles de comportement que ça peut avoir. En particulier sur nos adolescents qui sont plus sensibles sur leur estime d'eux-mêmes. Surtout qu'il est prouvé que le taux de suicide a augmenté chez les jeunes, entre autres, à cause de l'écosystème des réseaux sociaux et de cette fameuse culture du *Like*.

D. Nickolai

Pour terminer, si vous vous êtes toujours demandé pourquoi la couleur de Facebook est le bleu, ce n'est pas pour vous manipuler parce que le bleu est la couleur qui représente la confiance, mais plutôt parce que Zuckie, Mark Zuckerberg, est daltonien est que la couleur bleue est celle qu'il voit le mieux. C'est donc cette couleur qu'il a choisie pour représenter son site à l'époque. Pas plus scientifique que ça !

Sur ça, j'espère que vous avez aimé, je vous remercie de votre écoute, bonne nuit, et BYE ! »

*Distorsion : écoutez cet épisode du podcast :
<https://distorsionpodcast.com/episode/la-culture-du-like>*

I. Quelques questions de compréhension

En créant le bouton *Like*, les développeurs voulaient surtout augmenter _____ entre les utilisateurs de Facebook.

- a) les commentaires
- b) les interactions
- c) la redondance

Selon la leçon, l'intégration du bouton *Like* n'a pas abouti à beaucoup de _____.

- d) validation sociale
- e) troublants effets secondaires
- f) comptes fermés

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

Pour certains usagers des réseaux sociaux, Seb explique que *la culture du Like* les pousse à être plus _____.

- g) extrêmes
- h) timides
- i) prudents

II. Quelques questions de réflexion

Selon vous, est-ce qu'il y a une véritable *culture du Like* ? En quoi consiste-t-elle ?

Que ressentez-vous face à vos propres publications peu *likées*, peu populaires ?

III. Tâche pour aller plus loin

Leah Pearlman et Justin Rosenstein estiment que leur fameux bouton *Like* encourage une surutilisation des médias sociaux. En plus, ces anciens développeurs de Facebook cherchent à susciter une prise de conscience globale des problèmes liées à *l'économie de l'attention*. Faites des recherches pour identifier ce qu'ils disent exactement au sujet de leur « petit bout de code ». Qu'est-ce qu'ils veulent que les usagers de Facebook sachent en ce qui concerne les nouveaux médias ?

D. Nickolai

IV. Stylistique – Les répétitions : une faiblesse de style

Abordons maintenant la question de la répétition ! Notons d’abord qu’il y a plusieurs moyens linguistiques d’éviter cette faiblesse de style dans vos rédactions. Pour cette leçon, on examinera des techniques simples et efficaces de minimiser autant que possible la présence de la répétition dans vos textes.

Synonymes – des mots qui ont un sens identique ou voisin

- *réfléchir* est un synonyme du mot *penser*
- *persuader* est un synonyme du mot *convaincre*

Hyponymes - un terme plus précis, un mot plus spécifique

- *voiture* est un hyponyme du mot *véhicule*
- *chemise* est un hyponyme du mot *vêtement*

Hyperonymes - un mot moins précis, un terme plus générique

- *animal* est un hyperonyme pour les mots *vache, chien, chat, cheval, etc.*
- *bestiole* est un hyperonyme pour les mots *mouche, moustique, coccinelle, etc.*

L’anaphore grammaticale – Parfois il suffit de remplacer un mot par son pronom pour rendre un texte plus fort et moins répétitif.

Comparez ces deux phrases :

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

- Youssef passe des heures sur les réseaux sociaux. On dirait que Youssef est complètement accro.
 - Youssef passe des heures sur les réseaux sociaux et on dirait qu'il est complètement accro.

On peut ainsi combiner les deux phrases ou introduire une sous-phrasé relative pour remplacer le mot qui se répète. Dans ces exemples on se sert de la reprise pronominale :

- La culture du *Like* m'inquiète beaucoup et cette culture risque d'encourager les gens à mener une existence vide de sens.
 - La culture du *Like* m'inquiète beaucoup et elle risque d'encourager les gens à mener une existence vide de sens.
- Je pense que les nouveaux médias ont joué un rôle néfaste dans la société et que ces médias mettent notre démocratie en danger.
 - Je pense que les nouveaux médias ont joué un rôle néfaste dans la société et qu'ils mettent notre démocratie en danger.

Périphrases – l'emploi de plusieurs mots au lieu d'un seul mot ; cela permet d'éviter la répétition et pourrait également rendre un texte plus fort ou plus poétique :

- La ville lumière (Paris)
- Le nouveau monde (l'Amérique)
- Le 7^e art (le cinéma)

D. Nickolai

À vous ! – Transformez les phrases suivantes pour éliminer la présence des répétitions.

Si les usagers de Facebook habitaient tous au même pays, il serait le pays le plus peuplé de la planète.

Les programmeurs regrettent la création de cette culture d'approbation continue regrettable.

Les usagers étaient souvent trop occupés pour laisser des commentaires sur les publications de leurs amis, ou que c'était souvent les mêmes commentaires qui revenaient.

V. Glossaire/Définitions

Dans cette leçon on a vu quelques nouveaux termes. Profitez des nouveaux médias, comme le site Wiktionary.org, pour trouver de bonnes définitions en ligne pour les expressions et termes suivants :

la culture du <i>Like</i>	?
faire la manchette	?
le vaguebooking	?
un mauvais samaritain	?
une bonne hygiène numérique	?

VI. Notes bibliographiques et suggestions de lecture

Le créateur du « j'aime » supprime ses applis une à une

- ❑ Permalien : <https://friendoufaux.com/biblio.php?id=13a>
- ❑ <http://www.slate.fr/story/152258/createur-facebook-supprime-applis>

D. Nickolai

A

Addiction, iii, 47, 48, 53, 56, 57,
58, 60, 151, 153
Amazon, 17, 65
Attention, 17, 48, 50, 51, 52, 54,
55, 62, 64, 65, 68, 71, 94, 96,
109, 141, 155, 157

B

Bensaada, Ahmed, 26
Blog, 3, 7, 8, 21, 44, 58, 59, 60, 75,
96, 100, 101, 113
Botton, Alain de, 64
Bulles de filtre, 79, 82

C

Caisse de résonance, 76, 78
Campagnes de désinformation, 27,
34, 44, 141
Carr, Nicholas, 12, 17, 20
Clinton, Hillary, 36
Comportement, 48, 50, 53, 154, 155
Consommation ostentatoire, 68, 71
Crédibilité, 35, 37, 39, 40, 96, 137,
142
Cyprien, 92

D

Dagnaud, Monique, 140, 148
Démocratie, 24, 27, 34, 37, 39, 40,
81, 104, 107, 112, 150, 159
Déréférencement, 115, 116, 122
Diaz, Manual, 52, 59
Distorsion, ii, 70, 149, 155, 156
Dopamine, 51, 56, 151

E

Économie collaborative, 13

F

Facebook, 2, 5, 23, 24, 26, 28, 36,
40, 41, 42, 52, 83, 84, 120, 121,
149, 150, 151, 152, 153, 154,
155, 156, 157, 160
Fausses nouvelles, 38, 44
Fox News, 36, 76
Fracture numérique, iii, 102, 106,
107, 108, 111, 112

G

Gany, Dominique, 1, 9
Gardiens des médias, 95, 127
Girardin, Émile, 136, 137, 141,
142, 143, 146
Google, 75, 91, 98, 115, 116, 117,
123, 144, 145, 152
Grossman, Lev, 61, 71

I

Impartialité, 37, 39, 40, 44, 45, 103,
137
Instagram, 155

J

Jefferson, Thomas, 34, 39, 45
Jobs, Steve, 126, 135
Journal, 5, 14, 34, 37, 137, 138,
140, 141, 142, 146, 147
Journal de parti, 145

Les nouveaux médias : Friend ou FAUX ?

Journalisme citoyen, iii, 23, 24, 25,
28, 29, 30, 31, 32

K

Khan Academy, 105, 106, 109, 110,
112
Kindle, 61, 63, 64

L

Liseuse, 63, 64, 67, 70, 71

M

Maher, Bill, 47, 57
Matraquage médiatique, iii, 75, 86,
141
Méritocratie, 90, 99
Méta-journalisme, 24, 32
Microsoft, 66, 152
Mihalache, Ina, 89, 93, 94, 99, 101
Modèle ascendant, 2, 127
Modèle descendant, 3, 6, 25
Mot-dièse, 30, 32
Multitâche, 63, 72

N

Néo-luddisme, 13, 18
Neutralité du net, 14
Newport, Cal, 68, 74
Norman, 91, 92, 100
Notification, 51, 151, 153

O

Oubli numérique, iii, 113, 114, 118,
119, 122

P

Pariser, Eli, 79, 87, 94
Participation productive, 2, 8
Pearlman, Leah, 152, 157
Podcast, ii, 7, 8, 70, 96, 97, 127,
129, 132, 134, 135, 149, 156
Presse, 1, 2, 4, 5, 11, 12, 17, 24, 37,
39, 40, 41, 44, 54, 80, 94, 103,
104, 107, 112, 118, 126, 130,
136, 137, 138, 139, 140, 141,
146, 147, 148, 154
Printemps arabe, 24, 25
Propagande, 27, 29, 32, 35, 41, 45,
46, 141
Propriété numérique, 65, 68, 71, 73
Pudlowski, Charlotte, 129, 135

R

Reporters sans frontières, 103, 104
Réseaux sociaux, iii, 2, 4, 5, 6, 7, 8,
25, 28, 30, 31, 33, 35, 36, 41, 43,
46, 47, 51, 52, 57, 58, 76, 85,
117, 149, 153, 155, 157, 159
Révolution, 1, 13, 14, 24, 25, 104
Rosenstein, Justin, 152, 157

S

Schmidt, Eric, 75, 86
Sevrage, 51, 56
Smartphone, 2, 23, 28, 47, 48, 53,
57, 59, 60, 68, 84, 90, 126
Solange, 89, 93, 101
Squeezie, 92

T

Technologie de rupture, 14, 16, 19
Technophobie, 16, 19
Textos, 47, 50

D. Nickolai

Trudeau, Justin, 120, 139, 147
Trump, Donald, 36
Twitter, 5, 7, 24, 26, 28, 33, 36, 41,
52, 59, 84, 144

V

Valenti, Jack, 11
Vandal, Gilles, 140, 147

W

Wales, Jimmy, 102, 104, 106, 109,
110, 111
Weyrich, Paul, 76
WikiLeaks, 24, 26, 97

Wikipédia, 2, 102, 111
Wikis, 2, 5, 7, 8, 18, 20
Williams, Walter, 80, 88
Woolley, Bruce, 125, 127, 129,
131, 135

Y

YouTube, iii, 5, 7, 15, 28, 41, 46,
87, 89, 90, 91, 92, 93, 95, 96, 99,
100, 101

Z

Zuckerberg, Mark, 149, 150, 156