

Le rôle d'Internet : Le web participe-t-il à la démocratie ?

Niveau : 3^e	Programme : l'opinion publique et les médias : le rôle d'internet	Compétences S OCLE COMMUN C5.1/C5.2/C5.3/ C5.4
Capacité : Je suis capable de	Porter un regard critique et exercer un jugement ● croiser différents documents en confrontant les informations ou les points de vue. ● distinguer le fait du point de vue, comprendre l'intention de l'auteur ou de l'émetteur. Raisonner et argumenter, développer une activité intellectuelle autonome	
Pré requis :		

● Vidéo le début d'internet:

<http://fresques.ina.fr/jalons/fiche-media/InaEdu01139/les-debuts-d-internet-en-france.html>

1-Comment sont les débuts d'internet selon le reportage ?

.....
.....

● Vidéo : Internet et le e-commerce :

<http://fresques.ina.fr/jalons/fiche-media/InaEdu01822/l-essor-de-l-e-commerce.html>

2-Comment s'explique le boom du e-commerce ? Quelles sont les conséquences ? (voir texte ci-contre aussi).

.....
.....
.....

● Vidéo et téléchargement :

<http://fresques.ina.fr/jalons/fiche-media/InaEdu04690/la-lutte-contre-le-telechargement-illegal-sur-internet.html>

3-Que pensez-vous du téléchargement illégal ? Justifie ta réponse.

.....
.....
.....
.....
.....

● Vidéo : <http://www.youtube.com/watch?v=8687vuLsbnc>

4-Rechercher des informations sur le printemps arabe 2011.

.....
.....

5-Que pensez-vous du rôle d'internet dans cette révolution ?

.....
.....
.....

"C'est tout à fait terrible comme nouvelle", a réagi quant à elle la présidente du Medef, Laurence Parisot, sur BFM. "La crise que nous traversons n'est pas seulement une crise économique [...] c'est bien un nouveau modèle qui est en train de naître et beaucoup de secteurs sont effectivement touchés", a-t-elle ajouté. En effet, Virgin, qui a tenté de se diversifier dans les contenus numériques avec un site de téléchargement de musique, vidéos et livres, n'est pas la seule victime de l'effondrement des marchés "physiques" du disque et du DVD, et de la concurrence des grands acteurs du Web, comme Amazon ou Apple.

Sur un créneau voisin, celui de la distribution de produits high-tech, Surcouf a été mis en liquidation judiciaire à l'automne. Source : le journal Le Monde, http://www.lemonde.fr/economie/article/2013/01/04/les-magasins-virgin-en-cessation-de-paiements_1812777_3234.html.

Dans l'organisation de cette cyber-contestation et la transmission des informations, Twitter qui n'était que partiellement censuré en Tunisie a joué un grand rôle. Chaque jour, des comptes Twitter comme @nawaat relayaient l'actualité des manifestations en vidéos. De même, le hashtag #SidiBouزيد - du nom de la ville où les premiers mouvements de protestation ont éclaté - permettait aux internautes de suivre en direct l'actualité de la situation en Tunisie. En outre, le puissant effet viral de Twitter grâce au système de Retweet assure une diffusion rapide et massive de l'information.

Les réseaux sociaux ont joué un rôle inédit en donnant à la parole du peuple une visibilité nouvelle : la réalité des confrontations n'était plus censurée par la bienséance journalistique d'un Occident diplomatique.

En représailles contre le blocage du site Wikileaks et la politique répressive menée sur Internet par le gouvernement tunisien, le collectif Anonymous a hacké

certains sites officiels - le site du président Ben Ali et ceux des ministères - et a bloqué leur accès pendant plusieurs jours. Il s'agissait de l'opération Tunisia.

Le célèbre groupe de hackers a également mis en place des sites, un compte Twitter et des sujets sur des forums de discussion afin d'informer les Tunisiens sur les méthodes pour contourner la censure.

«Vous avez unilatéralement déclaré la guerre à la liberté d'expression, à la démocratie et à votre propre peuple. Anonymous a entendu le cri de liberté du peuple tunisien. Anonymous est disposé à aider le peuple tunisien dans cette lutte contre l'oppression».

Extrait de la lettre des Anonymous au gouvernement tunisien.

Source :
<http://juliemirande.com/le-role-des-reseaux-sociaux-dans-la-revolution-arabe/>

Site :
<http://blog.monde-diplo.net/2011-02-15-La-revolution-arabe-fille-de-l-Internet>

Aide : Voir les informations proposées par Jalons ; voir les deux documents pour les questions 4 et 5

L'opinion publique et les médias.

Un média est un moyen de diffusion pour communiquer des informations vers les individus. Les médias sont aujourd'hui dans la plupart des pays, la presse écrite (les journaux), la radio, la télévision et le web.

En principe les médias sont libres et facilitent par la pluralité des opinions et le respect de la liberté et des libertés, la démocratie. Ils permettent aux individus **d'exercer au mieux leur citoyenneté.**

Mais **les médias jouent aussi un rôle sur la formation de l'opinion publique** dans la démocratie. Pour rester fiable, les média doivent respecter la charte de déontologie de Munich de 1971. Celle-ci exige comme devoir le respect de la vie privée des personnes ou encore de publier des informations vérifiées par plusieurs sources, interdit le plagiat ou la diffamation et respecter la vérité.

Depuis le début des années 70 **internet** un système d'interconnexion de machines constitue un réseau sur l'ensemble de la planète avec une vitesse d'exécution quasi instantanée. Il permet un transfert de données, d'informations multiples par des services variés comme le courrier électronique, la messagerie instantanée et le world wide web (trois applications parmi d'autres d'internet).

L'origine d'**internet** dans les années 60 est d'abord militaire pour permettre le travail entre ordinateur en cas d'attaque notamment nucléaire. Le développement du **web** (protocole permettant de lier des pages entre elle avec des textes, des **liens hypertexte**, des images...) marque la naissance d'internet pour le grand public. Les médias traditionnels, les particuliers et les acteurs économique utilisent à partir de 1991 de plus en plus le web (26 sites web en 1992, plus de 312 millions de sites en 2013).

Les inventeurs du web Tim Berners Lee et Robert Cailliau voyaient dans le web un moyen d'apporter des informations et de faciliter la collaboration. Il est dans un premier temps surtout un moyen d'information privée ou commerciale où l'utilisateur cherche une information. Depuis les années 2000 le web 2.0 fait son apparition par une plus grande simplicité et une interactivité permettant à chacun de collaborer sous différente forme au web. L'internaute peut interagir à travers par exemple les blogs ou les wikis et les réseaux sociaux (Tweeter ou Facebook par exemple). **Cela réclame pour le lecteur une analyse des informations, une confrontation et une mise en perspective de l'information, une éducation à l'information.**

Le printemps arabe en 2011 où les populations de plusieurs pays (Tunisie, Egypte, Libye, Yémen, Syrie) ont **contesté les pouvoirs autoritaires** en place ont montré l'usage du web et notamment **des réseaux sociaux.** Ils ont **facilité l'amplification du mouvement** en coordonnant les manifestations, en rassemblant des gens qui avaient les mêmes opinions. **Mais tout cela n'aurait pas été possible sans la volonté des hommes de se heurter physiquement aux dictatures en place. Les gouvernements ont essayé de censurer internet et le web.**

Ce printemps arabe montre le rôle des réseaux sociaux. Plus largement, il pose aussi la question du rôle des médias traditionnels obligés d'utiliser le web. Il interroge sur la fiabilité de l'information, la nécessité de l'analyse face à l'instantanéité des informations.

Le web est investi par les acteurs économiques et les acteurs de l'information qui n'ont pas forcément les mêmes intérêts que l'individu (voir la question des téléchargements, l'internet libre face au E-commerce) **et la mise en place d'un système économique numérique dont les conséquences sociales sont multiples** montrant par exemple **l'importance de l'économie du savoir et donc le rôle de l'éducation et l'interrogation que nous devons avoir sur l'information proposée.**

Sitographie :

<http://www.intelligence-strategique.eu/2013/internet-et-le-printemps-arabe-vers-une-nouvelle-perception-de-lespace-cybernetique/> à propos d'internet et du printemps arabe.

Rapport d'information sur le E-commerce, Sénat : http://www.senat.fr/rap/r11-272/r11-272_mono.html

Documents annexes:

Envol du commerce électronique

La croissance annuelle du secteur, de 28 % en moyenne de 2006 à 2010, s'établirait encore à 20 % en 2011. Le ralentissement paraît inexorable à mesure que les volumes augmentent et que s'approfondit une crise qui, toutefois, n'entame pas forcément le différentiel de croissance entre commerce électronique et autres commerces. Les acteurs de la distribution prévoient une expansion rapide de la part de l'e-commerce dans le commerce de détail : de moins de 5 % en 2010 à 24 % en 2020.

Erosion des parts de la grande distribution et besoin de proximité

La résilience du commerce de proximité se confirme. Son rebond est attendu. En contrepoint, la part de marché des grandes surfaces d'alimentation générale (GSA) décroît depuis 2004. Celle des hypermarchés a reculé de 35 % à 32 %, de 1999 et 2009. Le chiffre d'affaires des grandes surfaces spécialisées (« high tech », électroménager, vêtements, bricolage...), après avoir rogné celui des GSA, est maintenant aspiré par l'e-commerce qui devrait bientôt, avec le succès prévisible des « drives »^{1(*)}, mordre significativement sur l'activité de ces mêmes GSA.

Toutes ces évolutions sont cohérentes avec le rejet d'une consommation chronophage et énergivore ainsi qu'un besoin prosaïque d'économies. Déjà, les grandes enseignes adoptent des **stratégies « multi-canal »** de distribution, physique et électronique, et diversifient leurs gammes et leurs surfaces de vente afin de s'adresser, partout, à tous les consommateurs. La coordination de ces canaux de vente implique une « **électronisation** » **du commerce.**

Extraits Sénat.

Les devoirs essentiels du journaliste dans la recherche, la rédaction et le commentaire des événements sont :

1. Respecter la vérité, quelles qu'en puissent être les conséquences pour lui-même, et ce, en raison du droit que le public a de connaître la vérité .
2. Défendre la liberté de l'information, du commentaire et de la critique.
3. Publier seulement les informations dont l'origine est connue ou, dans le cas contraire, les accompagner des réserves nécessaires ; ne pas supprimer les informations essentielles et ne pas altérer les textes et documents.
4. Ne pas user de méthodes déloyales pour obtenir des informations, des photographies et des documents .
5. S'obliger à respecter la vie privée des personnes.
6. Rectifier toute information publiée qui se révèle inexacte.
7. Garder le secret professionnel et ne pas divulguer la source des informations obtenues confidentiellement.
8. S'interdire le plagiat, la calomnie, la diffamation et les accusations sans fondement, ainsi que de recevoir un quelconque avantage en raison de la publication ou de la suppression d'une information.

Déclaration de Munich des droits et des devoirs du journaliste, 23 et 24 novembre 1971