

La place du citoyen dans un écosystème complexe

Michèle Archambault

Dans l'Antiquité le citoyen est celui qui prend part à la vie politique et religieuse de la cité. Aujourd'hui le citoyen est celui qui s'approprie les valeurs de la république par le respect de ses règles et la connaissance des droits et devoirs qui y sont attachés.

Le numérique, défini comme une culture par certains chercheurs comme Milad Doueïhi en ce sens qu'il remet en cause certains fondements juridiques et économiques de nos sociétés, nous place dans une situation de transition qui questionne les comportements à adopter en tant que citoyen. Ce changement de paradigme voit sa confirmation dans les évolutions du Web et notamment du Web2.0 qui permet à tout un chacun de produire, éditer et communiquer des contenus, des services mais également de opinions sans passer par un contrôle strict, de créer des communautés de pensée et de pratiques. Cette situation modifie profondément les usages et comportements et nécessite le développement de compétences spécifiques. Il s'agit, au-delà des compétences instrumentales nécessaires à la maîtrise des plateformes et outils, de travailler des compétences technoculturelles et psychosociales. C'est à ce prix que la cybercitoyenneté pourra se définir d'un point de vue épistémologique, définition qui permettra de décrire les principes et valeurs à travailler dans ce contexte en mutation.

Exemple par une étude de cas : l'évolution d'un média (Le Monde)

Le regard porté sur l'évolution du périodique montre que les usages vont, selon les cas et les périodes, refuser ou soutenir le modèle économique. Avant le déploiement d'Internet le périodique est imprimé, financé par la publicité, l'achat au numéro et par abonnement. Le citoyen, dans ce contexte, est lecteur. A partir de décembre 1995, à l'imprimé s'ajoute le Monde en ligne (le monde.fr). Il est toujours financé par la publicité, l'achat au numéro et par abonnement. Ici, le citoyen lecteur a la possibilité de devenir contributeur en apportant des commentaires. En novembre 2002, le monde ouvre l'accès à ses archives par abonnement. Le citoyen abonné a désormais accès à l'intégralité des publications, ce qui lui donne la possibilité de croiser les informations, d'opérer des comparaisons, d'établir des repères historiques. En septembre 2006 le monde en ligne dans sa version électronique autorise le feuilletage et le zoomage. Le « citoyen lecteur » et contributeur entre dans l'ère d'une ergonomie qui facilite la lecture. En 2008 naît l'application pour Iphone. Le citoyen lecteur et contributeur a désormais la possibilité d'accéder au périodique là où il se trouve. C'est l'émergence du BYOD et l'introduction de

nouvelles pratiques de lecture. Plus facile, l'accès modifie les usages, accentuant les besoins de rapidité et d'immédiateté. Le marché économique suit les usages et réponds aux demandes. L'offre est soumise à la demande autant qu'elle la provoque. Comme Milad Doueihi, on ne peut alors que faire le rapprochement avec d'une part *"la raison computationnelle qui façonne la demande humaine pour qu'elle puisse profiter des capacités de calcul de la machine informatique"* et d'autre part la pensée algorythmique et sa *"dimension oraculaire"*. [Pour écouter Milad Doueihi <https://youtu.be/yISXlpfil70>]. On se trouve là au carrefour du déterminisme et de la liberté. En juillet 2009 les notifications sont activées sur *le monde.fr*, répondant toujours au besoin d'hyperinformation c'est-à-dire d'information immédiate en tout lieu et à toute heure. C'est en 2010 que naît l'application Ipad. Le 11 mai 2015 l'application mobile *La matinale* est lancée, poursuivant cette course incessante. Tout récemment, en septembre 2016, le monde arrive sur Discovered et Snapchat, intégrant ainsi les applications phares des utilisateurs. Le citoyen semble très écouté. Il est observé en permanence, ses pratiques sont passées à la loupe générant une offre sans cesse renouvelée pour répondre à ses besoins. Besoins réels, supposés, induits ?

Une formation à ces principes économiques n'en paraît que plus essentielle. Il s'agit de travailler les compétences cybercitoyennes dans ce contexte et l'EMI peut en être le siège la construction de l'identité cyberculturelle et citoyenne qui se déclinerait en 7 points :

1. Connaissance des différents médias et de leur fonctionnement
2. Connaissance du modèle économique et de son fonctionnement
3. Aptitude à différencier et classer les différents médias
4. Aptitude à différencier les types de lecture des différents médias
5. Habiletés techniques dépassant la manipulation des outils (ex : codage)
6. Connaissance des règles juridiques
7. Aptitude à entrer dans la disruption

L'enjeu est de former le citoyen à contribuer au débat public, et à assumer pleinement ses responsabilités en exerçant son esprit critique.

Ressource complémentaire pour comprendre l'évolution de la presse
<http://www.inaglobal.fr/en/chronologie-embed/6699>