



Ynternet . org

Projet de recherche et publication:

L'E-culture dans la société de l'information

Le contexte de cette création.

Après plusieurs années de recherches et expériences pratiques dans le domaine de la coopération par Internet, la direction d'Ynternet.org travaille aujourd'hui sur un projet de Livre sur la définition et les enjeux de la Société de l'information.

Le besoin.

Dans la plupart des domaines socioprofessionnel, l'existence d'une « société de l'information » reste diffuse. Le Sommet Mondial de la Société de l'Information, organisé sous l'égide de l'ONU (2003 à Genève, 2005 à Tunis) reste un phénomène difficile à comprendre pour le grand public. Les personnes qui produisent, analysent et diffusent les informations (actualités, modes d'emploi, créations artistiques) se sentent encore très éloignés les uns des autres. Journalistes, pédagogues, chercheurs, petits entrepreneurs, artistes, acteurs de l'humanitaire ou de l'insertion professionnels, tous utilisent des ordinateurs pour amplifier leur communication par voie électronique, sans pour autant partager une culture de l'E-communication. Leur point commun est le fait d'exister dans une société de l'information fortement liée aux réseaux informatiques. Ce point commun est insuffisamment décrit, précisé. Cela complique le travail de chacun, car les règles de fonctionnements découlent d'une vision commune, d'une culture commune.

Quelle est la différence entre information et communication ?

Comment l'informatique modifie notre manière d'échanger au 21e siècle ?

Comment se manifeste l'E-culture dans la société de l'information, et comment l'identifier dans nos pratiques quotidiennes sur les outils numériques ?

Voilà quelques-unes des questions auquel ce livre se propose de répondre.

Les professionnels de la communication ont un fort besoin de réponses validées par un groupe d'experts scientifiques, permettant de dégager un référentiel commun plus fort que celui actuellement disponible en librairie et sur le web.

L'objectif de l'ouvrage est :

- de proposer des définitions illustrées et objectives sur les notions/concepts principaux, validée par plusieurs experts.
- de montrer les 2 orientations/tendances (société de l'information Propriétaire ou Libre)
- susciter la réflexion, montrer les tendances et les possibilités de les infléchir
- de fournir un outil d'autoformation sous une forme populaire, illustrée et à un prix modeste.

La cible visée :

Les professionnels des métiers de la Communication (journalistes, pédagogues, créateurs...).

Le grand public sensible à une vision ouverte de la Société de l'information

Les documents résultant de la recherche :

- une page web par sujet abordé, avec un forum pour commenter et proposer de nouvelles versions
- un ensemble de publications (livres, CD-Rom, site web)

Diffusion de ces documents :

- participation et organisation de conférences
- diffusion dans les divers milieux socioprofessionnels par les fédérations concernées (centres pédagogiques, métiers de la communication...).
- traduction en anglais et allemand à terme, pour diffusion plus large, en fonction des partenariats.



Plan d'action et contributions

Etapes	Moyens réunis	Moyens à réunir
1998-2004 Etude de projet, expériences pratiques.	Plusieurs études théoriques et pratiques réunies par la direction d'Ynternet.org, sous forme de supports de cours, de bibliographies, de mandats d'évaluation thématiques (communautés virtuelles, E-commerce équitable, Coopération via le Net...) et de conférence (notamment 8 décembre).	Contributions diverses pour réaliser des expériences pratiques qui sont à l'origine de la nouvelle mission d'Ynternet.org : DDC, CNUCED, UNESCO, SER, FSEA...
Printemps 2005 Plan du livre et formalisation du projet.	Création d'un conseil scientifique et d'un comité rédactionnel au sein d'Ynternet.org, pour superviser la réalisation du livre, voir annexe.	Fonds propres Ynternet.org
Automne 2005 à printemps 2006 PARTIE A Plan complet, rédaction, assemblage des articles et définitions, illustrations	Rédaction collaborative du coeur de l'ouvrage : - définition des notions-clés de la Société de l'Information - histoire de la communication et de l'intelligence collective - enjeux de société	Rédaction et coordination: 120 jours/homme (première estimation, en cours d'étude). Imprimeur PROCOM pour la première Edition
Automne 2006 à printemps 2007 PARTIE B Plan complet, rédaction, assemblage des articles et définitions, illustrations	Rédaction collaborative des études thématiques de l'ouvrage (mécanismes sociaux de l'E-culture) : journalisme, pédagogie, arts, insertion professionnelle, coopération Nord/Sud, cybercentres ...	Rédaction et coordination : 800 jours/homme (première estimation, en cours d'étude). Imprimeur PROCOM pour la première Edition
Été 2007	Lancement d'une série de conférence et d'une communauté virtuelle pour partager et faire les résultats Traduction en allemand et en anglais	Animation permanente des membres de la communauté des <i>utilisateurs</i> de cette recherche et des publications en découlant.



Ynternet . org

DEFINITION ET ENJEUX DE LA SOCIETE DE L'INFORMATION

CONTENU RESUME – PLAN DU LIVRE

INTRODUCTION

- Préface de Charles-Henri Favrod
- Objectifs du livre et public visés
- Conseil scientifique
- Sommaire des chapitres

PARTIE A - BASE COMMUNE A TOUS LES DOMAINES SOCIOPROFESSIONNELS

Nombre de pages : 150 à 200

Format : A5, photocopiable.

Composition : textes, schémas, photographies.

1. COMPOSITION / DEFINITION

A – Information & Communication, et leurs combinaisons (NTIC; ICT, TSI, SI...)

B – Electronique, numérique et E-Culture, fonctionnement et pratiques.

C – Technologies matérielles, logicielles et réseaux : mots-clés et usage approprié.

D – Application des technologies numériques les plus courantes : du général (réseaux informatiques) au particulier (téléphonie mobile, internet, le web)

2. HISTOIRE

De la communication dans la nature à la communication entre humain, aspects biophysiques.

De Teilhard de Chardin à la culture du Libre, histoire des technologies qui amplifient le partage du savoir et rendent les informations et les échanges accessibles au plus grand nombre.

3. ENJEUX DE LA SOCIETE DE L'INFORMATION

A - La place et le potentiel du numérique dans la Société de l'information

B – Libre et propriétaires : les deux grandes tendances, les deux grandes infogonies

C – Les compétences dans la communication : opérateurs, médiateurs et directions stratégiques.

4. CONCLUSION :

Bibliographies & remerciements.

PARTIE B – mécanismes sociaux et techniques par domaine socioprofessionnel, solutions et actions citoyennes possibles.

Thèmes : pédagogie et enseignement, médias et journalisme, emploi et insertion professionnelle, accès et cybercentres, politique et stratégies informatiques, Coopération Nord/sud et Internet, Art Libre...