Les grandes révolutions techniques de l'information

Fiche méthode

(HGGSP 1re · Thème 4 · Axe 1 · Les grandes révolutions techniques de l'information)

La démarche : de la question à la dissertation

1. J'analyse le sujet. Exemple : « La radio et la télévision ont-elles révolutionné l'information au XXe siècle ? ». Je définis les deux médias électriques (radiodiffusion à partir de 1920 ; diffusion de masse de la télévision après 1950) ; « révolutionner » invite à mesurer la rupture avec la presse écrite, mais aussi ses limites ; je fixe les bornes, des années 1920 à l'information en continu des années 1980.

2. Je problématise avec un couple de notions. Rupture / continuité ; technique / usages ; élite / masse ; écrit / oral / image ; collectif / individuel ; local / mondial. Exemple : dans quelle mesure la radio puis la télévision ont-elles transformé la manière dont l'information est produite, diffusée et reçue, sans faire disparaître la presse ni rendre le public passif ?

3. Je bâtis le plan. I. Abolir la distance : l'information devient directe ; II. entrer dans les foyers : une information de masse, par la voix et l'image ; III. une révolution à nuancer : un public actif et des médias anciens qui se réinventent. Chaque paragraphe : une idée, un appui daté, une explication qui revient au sujet.

4. Pour une étude critique, je présente le document (auteur, nature, date, contexte), j'explique ses idées avec ses mots exacts, je les confronte à mes connaissances datées, puis je dis ce que le document tait ou ce qu'il ne peut pas voir.

Le réflexe — une révolution de l'information est la rencontre d'une technique et d'un public : je parle toujours de ceux qui lisent, écoutent, regardent ou publient.

Cas 1 · Décrire comment on s'informe aujourd'hui

Réflexe — qui, où, par quel support, avec quelle confiance.

Exemple. Montrer que l'abondance de l'information n'est pas partagée par tous.

L'accès en ligne passe d'abord par les réseaux sociaux et la vidéo ; mais les plus âgés restent souvent hors du numérique, les pays pauvres sont peu connectés, et les régimes autoritaires censurent.

Attention — abondance ≠ qualité ; une enquête en ligne ne voit pas les non-connectés.

Cas 2 · Mesurer une révolution : rupture et continuité

Réflexe — ce qui change d'un coup, ce qui demeure longtemps.

Exemple. Montrer que l'imprimerie est une rupture lente.

Rupture : texte identique d'un exemplaire à l'autre, coût du livre en baisse, idées de la Réforme diffusées en quelques semaines. Continuité : copie à la main pendant plus d'un siècle, lecteurs peu nombreux.

Attention — Gutenberg met au point un système ; il n'invente pas l'impression.

Cas 3 · Expliquer l'élargissement d'un public

Réflexe — technique, économique, social : les trois facteurs, toujours.

Exemple. Expliquer le journal populaire de la fin du XIXe siècle.

Technique : impression mécanique et rapide, nouvelles par le télégraphe, distribution par le train. Économique : vente au numéro, annonces payées. Social : école gratuite et obligatoire, lecteurs nouveaux à la ville comme au village.

Attention — l'imprimerie (XVe siècle) n'est pas la presse (XVIIe siècle).

Cas 4 · Caractériser un média

Réflexe — ce qu'il ajoute aux médias d'avant, puis le rôle du public.

Exemple. Dire ce que la radio ajoute à la presse.

> Le direct (l'événement connu au moment même), la voix (un public qui lit peu est touché), la simultanéité (tout un pays entend le même discours au même instant). Mais l'auditeur discute et filtre ce qu'il entend.

Attention — une technique de liaison n'est pas encore un média : il faut un public.

Cas 5 · Dater un changement de régime de l'information

Réflexe — du rendez-vous au flux, de l'écoute collective à l'écoute individuelle.

Exemple. Montrer que la télévision change le rythme de l'information.

> Avec le journal du soir, l'information est un rendez-vous partagé par toute la famille ; avec les chaînes d'information en continu, à partir de 1980, elle devient un flux permanent que chacun consulte quand il veut.

Attention — la première émission officielle de télévision n'est pas le premier JT.

Cas 6 · Distinguer le réseau et ses services

Réflexe — le réseau (Internet) d'abord, le service (le Web) ensuite.

Exemple. Corriger la phrase « le Web est né en 1969 ».

> En 1969 naît le réseau américain dont sortira Internet en 1983 ; le Web, service de pages reliées par des liens, est proposé à Genève en 1989 et ouvert au public en 1993.

Attention — Internet ≠ Web ; mondialisée ne veut pas dire accessible à tous.

Les pièges

- Écrire que Gutenberg a inventé l'imprimerie, ou dater la presse de Gutenberg.
- Croire que la nouvelle technique tue l'ancienne (« Ceci tuera cela ») : les médias s'empilent.
- Confondre Internet et le Web, ou dater la naissance d'Internet de l'ouverture du Web au public.
- Croire à la toute-puissance des médias : le public filtre ce qu'il reçoit.
- Parler des techniques sans parler du public : prix, alphabétisation, équipement, connexion.
- Croire que l'abondance de l'information profite à tous : l'âge, le revenu du pays et la censure la limitent.

Ce document est la propriété intellectuelle de Ben, professeur particulier (benprofparticulier.fr), protégée par le Code de la propriété intellectuelle (art. L. 111-1 et L. 122-4). Il est mis à disposition pour un usage personnel de révision. Toute reproduction, diffusion, mise en ligne ou revente, totale ou partielle, sans autorisation écrite est interdite et constitue une contrefaçon (art. L. 335-2).