

Les flux d'informations: (modules ABCEG)

- A. Comment un lieu peut-il devenir un pôle touristique ?
- B. Pourquoi transmet-on des informations ?
- C. Par où passent les flux d'informations ?
- D. L'information est-elle accessible à tous ?
- E. Quel est l'impact environnemental des flux d'informations ?
- F. L'information est-elle une ressource comme une autre ?
- G. Quelles menaces pèsent sur l'information ?
- H. Quelles perspectives pour la société de l'information ?

0 Introduction

<https://www.archimag.com/bibliotheque-edition/2020/10/28/bibliotheques-actions-fake-news>



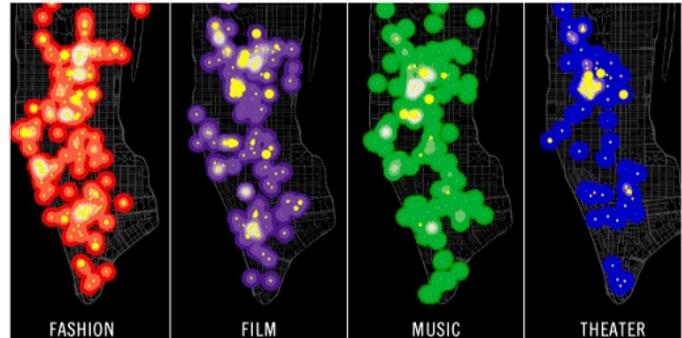
https://www.lamontagne.fr/paris-75000/actualites/fake-news-dix-conseils-pour-demeler-le-vrai-du-faux_13931620/

1. Observe les documents et réponds aux questions:
 - a) De quel type de documents s'agit-il?
 - b) Que montrent-ils?
 - c) Quel message veulent-ils faire passer?
 - d) Par quels supports et ou canaux peux-tu recevoir des informations?
 - e) Quel est ton point de vue par rapport aux informations?

A. Comment un lieu peut-il devenir un pôle touristique ?

1. Fais les FE 47-48.
2. Qu'est défini ici? Rumeur propageant un message (notamment sur internet).
3. https://graphism.fr/visualisez-la-geographie-du-buzz/#google_vignette

« Les chercheurs ont rapidement trouvé des grappes autour desquelles il se passe des buzz: le Kodak Theater, où les Oscars sont organisés, par exemple, ou encore Times Square. »



4. Trouve un document qui fait le buzz et explique pourquoi.
.....
5. Complète le constat:
 - Un film est une information transmise sous forme d'images
 - La personne qui réalise un film et le met en ligne (= sur internet) diffuse une
 - Les images mises en ligne sur les réseaux sociaux (par ex. Facebook) ou les plateformes de diffusion (par ex. YouTube) sont à beaucoup de monde (= internautes).
 - On parle de lorsqu'une information est partagée par de très nombreuses personnes, ce qui assure une diffusion encore plus et à plus large de l'information.
 - Des images d'un lieu peuvent faire l'objet d'un et contribuer à la de ce lieu qui peut amener de nombreuses personnes à vouloir le visiter.
 - Des lieux peuvent en être victimes lorsqu'un très grand nombre de visiteurs / de touristes se concentrent sur une période limitée (par ex. saison estivale ou hivernale).
 - Le tourisme de peut engendrer des à l'échelle locale : gestion de la mobilité, nuisances sonores et visuelles, pression sur les ressources (eau, etc.), gestion des déchets, hausse des prix (immobilier, alimentation, etc.).
 - La sur-fréquentation de certains lieux oblige parfois les autorités locales à trouver des solutions pour le flux de touristes.
 - La diffusion d'information utilise différents / (par ex. carte postale, revue, *smartphone*, etc.) et passe par différents (par ex. réseau postal, internet, etc.).
 - Le réseau internet permet une diffusion presque de l'information à l'échelle mondiale. Certains pays restreignent l'accès à internet =
 - Internet est un média de car il permet de diffuser l'information très rapidement à des milliards d'internautes.

Les flux d'informations: (modules ABCEG)

- A. Comment un lieu peut-il devenir un pôle touristique ?
- B. Pourquoi transmet-on des informations ?
- C. Par où passent les flux d'informations ?
- D. L'information est-elle accessible à tous ?
- E. Quel est l'impact environnemental des flux d'informations ?
- F. L'information est-elle une ressource comme une autre ?
- G. Quelles menaces pèsent sur l'information ?
- H. Quelles perspectives pour la société de l'information ?

0 Introduction

<https://www.archimag.com/bibliotheque-edition/2020/10/28/bibliotheques-actions-fake-news>



©https://www.lamontagne.fr/paris-75000/actualites/fake-news-dix-conseils-pour-demeler-le-vrai-du-faux_13931620/

1. Observe les documents et réponds aux questions:
 - a) De quel type de documents s'agit-il? **DESSINS DE PRESSE**
 - b) Que montrent-ils?
 - c) Quel message veulent-ils faire passer? **QU'IL FAUT TOUJOURS SE MÉFIER DES INFOS**
 - d) Par quels supports et ou canaux peux-tu recevoir des informations?
 - e) Quel est ton point de vue par rapport aux informations?

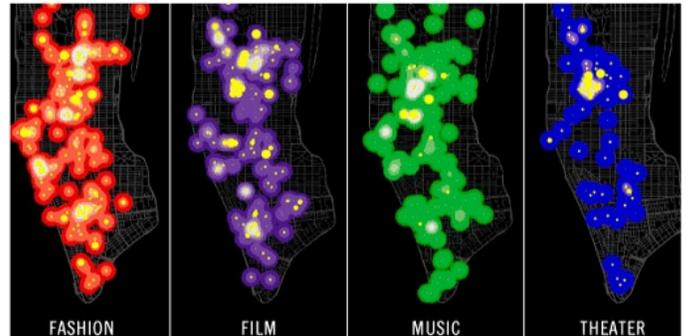
A. Comment un lieu peut-il devenir un pôle touristique ? Pour le M: <https://youtu.be/PZj38CihLOU> (1.15)

2. Fais les FE 47-48.

3. Qu'est défini ici? Rumeur propageant un message (notamment sur internet). BUZZ

4. https://graphism.fr/visualisez-la-geographie-du-buzz/#google_vignette

« Les chercheurs ont rapidement trouvé des grappes autour desquelles il se passe des buzz: le Kodak Theater, où les Oscars sont organisés, par exemple, ou encore Times Square. »



5. Trouve un document qui fait le buzz et explique pourquoi.

6. Complète le constat:

- Un film est une information transmise sous forme d'images **animées**.
- La personne qui réalise un film et le met en ligne (= sur internet) diffuse **une information/un message**.
- Les images mises en ligne sur les réseaux sociaux (par ex. Facebook) ou les plateformes de diffusion (par ex. YouTube) sont **accessibles** à beaucoup de monde (= internautes).
- On parle de **buzz** lorsqu'une information est partagée par de très nombreuses personnes, ce qui assure une diffusion encore plus **rapide** et à plus large **échelle** de l'information.
- Des images d'un lieu peuvent faire l'objet d'un **buzz** et contribuer à la **notoriété** de ce lieu qui peut amener de nombreuses personnes à vouloir le visiter.
- Des lieux peuvent en être victimes lorsqu'un très grand nombre de visiteurs / de touristes se concentrent sur une période limitée (par ex. saison estivale ou hivernale).
- Le tourisme de **masse** peut engendrer des **nuisances** à l'échelle locale : gestion de la mobilité, nuisances sonores et visuelles, pression sur les ressources (eau, etc.), gestion des déchets, hausse des prix (immobilier, alimentation, etc.).
- La sur-fréquentation de certains lieux oblige parfois les autorités locales à trouver des solutions pour **réguler** le flux de touristes.
- La diffusion d'information utilise différents **soutports/vecteurs** (par ex. carte postale, revue, **smartphone**, etc.) et passe par différents **canaux** (par ex. réseau postal, internet, etc.).
- Le réseau internet permet une diffusion presque **immédiate** de l'information à l'échelle mondiale. Certains pays restreignent l'accès à internet = **censure**.
- Internet est un média de **masse** car il permet de diffuser l'information très rapidement à des milliards d'internautes.

B. Pourquoi transmet-on des informations ?

- Les communautés humaines ont besoin d'informations pour établir des relations entre elles, mais aussi pour interagir avec leur environnement.
- La récolte de données, leur organisation et leur analyse permet de construire de l'information qui sera utilisée pour répondre aux enjeux environnementaux, économiques et sociaux auxquels les communautés humaines doivent faire face.
- Le téléphone portable est un vecteur qui permet de récolter des données qui seront utilisées pour construire de l'information.
- Le téléphone portable est un vecteur qui permet à de nombreux individus d'avoir accès aux informations dont ils ont besoin.
- Chaque individu est à la fois émetteur (producteur) et destinataire (consommateur) d'informations.
- L'information est transmise par différents canaux, appelés médias, comme la presse, la radio, la télévision ou encore internet, mais aussi la téléphonie, le courrier postal, etc.
- Les médias peuvent être aux mains d'acteurs privés (par ex. entreprises) ou publics (par ex. État).
- La source de financement des médias peut influencer le contenu de l'information qu'ils diffusent.
- L'information peut être codée sous forme de lettres, de signaux, de sons, d'images, etc. Ces codes varient selon les lieux et ont évolué au cours du temps.
- La numérisation est un système de codage qui facilite la saisie, le stockage, le traitement et la conservation des données. Il contribue à l'augmentation de la quantité d'information en circulation.
- Le développement du média internet, associé au langage numérique, a

C. Par où passent les flux d'informations ?

- Les flux d'information peuvent emprunter différents canaux de télécommunication (par ex. radio, télévision, téléphonie, internet).
- La numérisation des données et le développement du réseau internet ont facilité la circulation des données / de l'information.
- En utilisant les applications du web, chaque individu est à la fois émetteur (producteur) et récepteur (consommateur) d'informations qui circulent sur le réseau internet.
- Le volume de données (ou quantité d'information) en circulation sur internet augmente de manière continue et rapide. Cela s'explique par la croissance démographique, mais aussi par l'accessibilité croissante à internet (développement des infrastructures, multiplication des vecteurs, réduction des coûts, etc.).
- Il existe différentes structures (modèles) de réseaux de télécommunication.

- Un réseau centralisé est vulnérable. Si l'infrastructure principale (par ex. antenne émettrice) est détruite, l'information ne parvient plus à destination. C'est l'ensemble du réseau qui ne fonctionne plus.
- Un réseau distribué est moins vulnérable. Il est constitué d'un maillage (interconnexion des nœuds) qui fait que l'information parvient à destination même en cas de défaillance d'une partie de l'infrastructure (par ex. câble).
- Internet est un réseau distribué. Cette structure est celle qui assure le mieux une circulation libre et rapide de l'information.
- Les données (informations) sont stockées sur des serveurs (ordinateurs) qui se trouvent dans des centres de données. Les *data center* constituent les nœuds du réseau internet. Ce sont des lieux qui doivent être sécurisés pour protéger les données.
- L'information circule à très grande vitesse d'un nœud à l'autre en passant par des câbles terrestres et/ou sous-marins.
- Les infrastructures de télécommunication peuvent être terrestres (par ex. émetteur de téléphonie mobile, câbles enterrés, câbles sous-marins) ou spatiales (par ex. satellites).
- Les infrastructures de télécommunication sont essentielles car elles assurent des services essentiels pour la population.
- Les infrastructures de télécommunication sont vulnérables à différents aléas d'origine naturelle ou anthropique.
- L'internet spatial se développe rapidement, avec la mise en orbite basse de nouveaux satellites plus petits et moins chers.
- Le développement de l'internet spatial permet aux populations vivant dans des zones isolées d'avoir accès à internet haut débit.
- L'internet spatial représente un enjeu commercial important pour les opérateurs de télécommunication et les GAFAM.

E. Quel est l'impact environnemental des flux d'informations ?

- La pollution numérique prend plusieurs formes : consommation de matières premières et de ressources, consommation accrue d'énergie, émissions de CO₂ (empreinte carbone), multiplication du nombre de déchets électroniques.
- Il est nécessaire de poser un regard critique sur ses pratiques en matière de consommation d'appareils électroniques et d'usage du numérique (streaming, jeux vidéo, objets connectés, etc.).
- La surconsommation numérique « ici » dans les pays riches a des conséquences sociales, environnementales et économiques « ailleurs » dans les pays pauvres (par ex. extraction de matières premières, décharges de déchets électroniques, pollution, etc.).

- Les progrès technologiques peuvent apporter des solutions de réponses mais ils peuvent aussi contribuer à perpétuer ou amplifier les habitudes de (sur-)consommation, et donc accroître au final la pollution numérique.
- L'obsolescence programmée des appareils électroniques et des objets connectés contribue à la pollution numérique.
- La réduction de la pollution numérique passe par une analyse de ses besoins personnels (consommer mieux) et une évolution de ses pratiques visant à favoriser des solutions durables (par ex. concept des 4R : réparer, réutiliser, recycler, réduire).

